**COMUNICATO STAMPA**

**Presentato il XIII Rapporto Civita allo STEP FuturAbility District di Milano**

***When Sustainability meets Culture │ Quando la Cultura incontra la Sostenibilità***  ***Aziende attente alla cultura e musei sempre più “green” per essere competitivi sul mercato***

Il XIII Rapporto di Civita, che ha indagato quest’anno il ruolo che la Cultura gioca all’interno delle pratiche di sostenibilità intraprese dalle aziende e nell’ambito delle politiche museali, dopo la presentazione di Roma tenutasi con successo lo scorso 4 luglio presso la sede dell’Associazione Civita è approdato questa mattina allo STEP FuturAbility District di Milano.

All’evento di presentazione del Rapporto, edito da Marsilio Editori e realizzato grazie al sostegno di IGT, dopo i saluti di Cristina Paciello - Head of STEP FuturAbility District, hanno partecipato Simonetta Giordani - Segretario Generale Associazione Civita, Alfredo Valeri - Responsabile Ricerca Centro Studi Associazione Civita, Mauro Del Barba - Presidente AssoBenefit, Barbara Terenghi - EVP Sustainability Edison, Oscar di Montigny - Chief Innovability & Value Strategy Officer Banca Mediolanum (da remoto), Gianluca Ansalone - Head of Public Affairs & Sustainability Novartis, con la moderazione di Cristina Favini - Chief Design Officer & Strategist Logotel e conclusioni da parte dell'Assessore del Comune di Milano Tommaso Sacchi.

Il XIII Rapporto mette in luce l’importanza della sostenibilità indagata in relazione a due sfere principali: quella delle organizzazioni culturali e musei e quella, approfondita in questa sede, delle imprese.

In Italia, paese dotato di un immenso e straordinario patrimonio artistico e culturale, le imprese di maggiore successo implementano strategie che coniugano sostenibilità e cultura, presidiando i luoghi di interesse culturale e ambientale al fine di garantire sviluppo, resilienza e competitività.   
L’incontro è stato un’occasione di riflessione per le aziende che si pongono l’obbiettivo di mettere al centro del proprio operato la sostenibilità integrale e affrontare con successo questa dimensione strategica.

Il ruolo giocato dalla Cultura all’interno delle strategie di sostenibilità delle aziende è il fulcro della ricerca sulle imprese del XIII Rapporto. L’Associazione Civita ha monitorato, nel tempo, le attitudini delle aziende italiane ad intervenire nel settore culturale, rilevandone tendenze e trasformazioni e da questa costante osservazione emerge un’evoluzione nell’impegno delle società verso approcci più autenticamente responsabili e strategici.   
Essere sostenibili oggi è un fattore imprescindibile per un’impresa che voglia presidiare il mercato in modo stabile e duraturo. La sostenibilità è ormai divenuta un pilastro della cultura aziendale, e ne ha condizionato tutti i processi interni, il modo di fare business e di comunicarlo. Essere autenticamente sostenibili significa ormai travalicare la dimensione aziendale, proiettandosi sull’ascolto e sul coinvolgimento delle comunità territoriali.  
Per indagare le prevalenti direttrici delle strategie di sostenibilità implementate da realtà imprenditoriali di diversi settori produttivi, Civita ha realizzato una nuova indagine rivolta alle imprese della propria compagine associativa e a un campione di B-Corp e Società Benefit. Rispetto alle precedenti indagini realizzate da Civita, si evince un’evoluzione nell’impegno delle aziende verso approcci più autenticamente responsabili e strategici.

Il capitalismo contemporaneo, infatti, vede le imprese perseguire obiettivi di sviluppo che consentano il soddisfacimento di esigenze provenienti da società sempre più sensibili ai valori della sostenibilità ambientale, sociale e culturale.

Per Tommaso Sacchi, Assessore del Comune di Milano: “Sostenibilità è un termine che si usa, sempre più spesso e giustamente, con riferimento alla limitatezza delle risorse naturali e più in generale al rispetto del pianeta in cui viviamo. Ma sostenibile è anche lo sviluppo in grado di assicurare alle generazioni future gli strumenti culturali per realizzare i propri bisogni. Garantire le fondamenta culturali di una società grazie a strumenti come l’arte e la memoria è un obiettivo prioritario soprattutto per le istituzioni pubbliche, ma lo sta diventando anche per le imprese che, negli ultimi anni, stanno investendo sempre di più in cultura”.

Per Simonetta Giordani, Segretario Generale dell’Associazione Civita: “La Cultura rientra a pieno titolo nella dimensione sociale della Sostenibilità. Le aziende ne sono sempre più consapevoli. Civita, già dal 2017, ha aiutato le aziende a rendicontare nel bilancio di sostenibilità i propri investimenti in cultura, con l’emanazione di linee guida. Oggi un ulteriore passo in avanti, con la presentazione del XIII Rapporto Civita che dà spazio a documenti e testimonianze nella doppia prospettiva delle imprese che investono in cultura e dei musei che si occupano di sostenibilità”.

**Ufficio stampa**   
Véronique Haupt, +39 348.9420670; haupt@civita.it