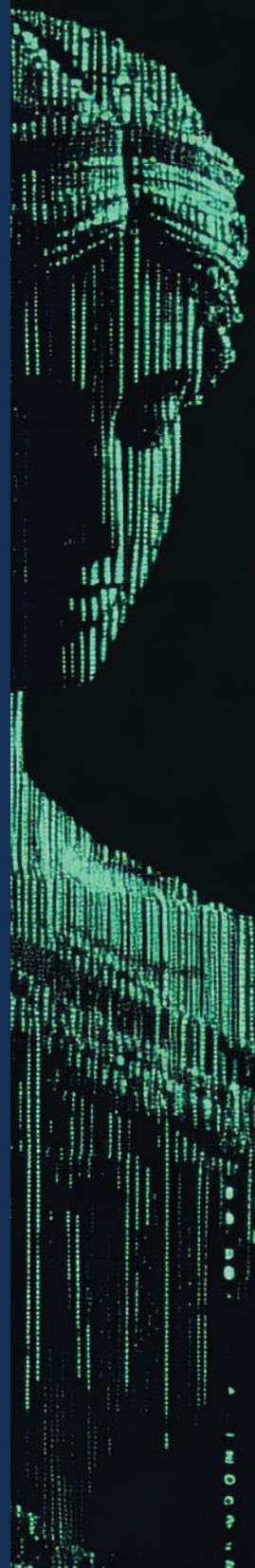


Sustainability Report 2024





Associazione

Sustainability Report 2024

Associazione Civita

www.civita.it

Coordinamento editoriale: Silvia Boria

Coordinamento scientifico: Elena Borin e Alfredo Valeri

Gruppo di lavoro: Elena Borin, Alfredo Valeri, Daniele Giordino, Martina Manzo, Lorenzo Venezia, con Camilla Pennoni

Si ringrazia Marina Ciai per il contributo alle immagini fotografiche

Progetto grafico:

www.amaranto.art

Finito di stampare nel mese di Maggio 2025

01	Lettera agli stakeholder	5
	Chi siamo	6
	1.1 Vision	7
	1.2 Mission e valori	11
	1.3 La Governance	12
	1.4 I nostri Associati	12
	1.5 I nostri stakeholder	15
	1.6 Le nostre persone	15
	1.7 Associazione Civita e l'impegno per la sostenibilità	16
	1.8 I nostri temi materiali	17
1.9 La nostra matrice di materialità	19	
1.10 Gli SDGs Prioritari per Associazione Civita	20	
02	L'impegno per la cultura	21
	2.1 Analizzare per conoscere: ricerche e indagini	22
	2.2 Pensare la cultura: progetti	22
	2.3 Incontrare la cultura: eventi	22
	2.4 Indagare la cultura: pubblicazioni	23
2.5 Incontrarsi e fare comunità: la Terrazza Civita	23	
03	Le attività del 2024	24
	3.1 Highlights 2024	25
	3.2 Altri progetti ed eventi	31
	3.3 Altre attività editoriali	34
	3.4 Iniziative esclusive per gli Associati	35
3.5 Civita per l'ambiente	37	
04	La creazione di valore	38
	4.1 Il valore della cultura	39
4.2 Valore generato e distribuito da Associazione Civita	40	
05	Insieme per generare valore e sostenibilità del territorio: il caso <i>ri</i>Generazione Futuro	42
	Nota metodologica	51
	GRI content index	51
	Gli Standard 2030 Culture UNESCO	52
	Appendice	55



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari stakeholder, con questa terza edizione del nostro Report di Sostenibilità intendiamo dar conto del valore economico, sociale e culturale prodotto e condiviso attraverso le molteplici attività ideate e realizzate da Associazione Civita nel corso del 2024. Un anno ricco di iniziative pensate non solo per generare risultati immediati, ma soprattutto per contribuire a trasformazioni durature, con una visione di lungo periodo.

Questo racconto, costellato di elementi qualitativi e dati quantitativi, si rivolge non solo alle imprese associate - che costituiscono una risorsa insostituibile di energie, competenze e innovazione, fondamentale per costruire un presente solido e delineare scenari futuri percorribili - ma guarda a tutta la comunità di attori pubblici e privati che, in modi diversi, ci supportano nel perseguimento della nostra missione.

Essere un'organizzazione indipendente, con una lunga storia, da un lato ci garantisce credibilità e autorevolezza e, dall'altro, ci attribuisce una sfidante responsabilità: quella di sensibilizzare i molti attori con cui entriamo in contatto sui principi che animano la nostra mission, per promuovere buone pratiche e orientare le politiche di sviluppo in chiave culturale e sostenibile.

Poiché crediamo profondamente nella forza trasformativa della sostenibilità, lavoriamo ogni giorno per portare questo valore all'interno delle imprese e delle istituzioni con cui collaboriamo. Ma non ci limitiamo a ciò: facciamo in modo che la forte sinergia pubblico-privata ispirata dal dialogo tra impresa e cultura sia in grado di tradursi, attraverso la nostra mediazione e l'affiancamento offerto, in concrete opportunità di co-progettazione, che rendono le imprese non semplici sponsor o mecenati, ma veri e propri partner strategici al fianco delle istituzioni culturali e delle organizzazioni del Terzo settore. È proprio questo modello che distingue e rende unica l'Associazione Civita nel panorama italiano.

Come illustrato nelle pagine che seguono, la

capacità di networking, lo spirito di inclusione e di condivisione, il contributo alla divulgazione, con il consueto rigore scientifico, si sono tradotti in output e iniziative lungo tre principali direttrici strategiche: - la promozione e valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale di borghi e aree interne, per favorirne la rivitalizzazione e stimolare processi di sviluppo locale, in percorsi di partnership che integrino risorse pubbliche con l'apporto fornito dalle imprese;

- la sostenibilità integrale, con iniziative di confronto e approfondimento sulle diverse declinazioni di questo paradigma e uno sguardo puntato sulla necessità di valutarne gli impatti tanto in ambito aziendale, quanto nelle organizzazioni culturali, promuovendo pratiche orientate all'*accountability* e alla trasparenza;

- la *digital transformation* e i suoi impatti nel settore culturale, con una riflessione seria su un tema oggi al centro di un vivace dibattito fra gli operatori del settore: le opportunità e i rischi legati all'avanzata dell'Intelligenza Artificiale, in particolare nei comparti delle industrie creative.

Per generare vero impatto è essenziale che il mondo della cultura si dimostri attivo, non autoreferenziale e capace di incidere. È su questa convinzione che abbiamo basato il nostro lavoro negli ultimi anni, favorendo un approccio di collaborazione in cui tutte le parti possano trarre vantaggio: le imprese migliorano la propria reputazione e le relazioni con i propri stakeholder, mentre la cultura acquisisce risorse e strumenti per crescere e innovare.

Il nostro obiettivo è di affermarci sempre più come punto di riferimento e luogo dove far nascere idee, raccogliere esperienze e diffondere pratiche positive, anche attraverso il confronto fra punti di vista diversi. Attraverso percorsi condivisi, progetti concreti e una visione aperta al cambiamento, vogliamo contribuire a liberare tutto il potenziale — anche quello ancora inespresso — insito nello straordinario ecosistema culturale del nostro Paese, rendendo le imprese sempre più orgogliose di far parte della nostra Associazione.

Simonetta Giordani
Segretario Generale

1

CHI SIAMO



1.1 VISION

Nel corso dei suoi 37 anni di attività, l'Associazione Civita ha costantemente promosso una visione della cultura come leva strategica per lo sviluppo economico e sociale del Paese, incoraggiando il dialogo e la collaborazione tra gli attori pubblici e privati impegnati nella valorizzazione integrata del patrimonio culturale italiano.

Questa visione pionieristica di partenariato, nata con l'intervento di recupero sul borgo di Civita di Bagnoregio nel 1987, ha rappresentato l'avvio di un modello virtuoso di co-progettazione, in cui le imprese, insieme alle Istituzioni, agli operatori culturali e al Terzo settore, assumono un ruolo proattivo nel mobilitare risorse e competenze a vantaggio dei territori e delle comunità.

In questa prospettiva, la cultura non è intesa solo come patrimonio da salvaguardare per le future generazioni, ma come risorsa trasversale per lo sviluppo e il benessere collettivo, alimentata da un ecosistema culturale dinamico e popolato da soggetti pubblici, privati e non profit che attivano processi integrati e virtuosi di innovazione, contribuendo a rilanciare la competitività del "Sistema Italia".

L'approccio adottato, basato su una forte sinergia pubblico-privata favorita dal dialogo tra impresa e cultura, è reso possibile grazie al fondamentale contributo di una rete associativa composta da circa cento imprese, che costituisce una fonte insostituibile di energie e competenze, fondamentali per delineare scenari futuri. Queste realtà, infatti, condividono i principi fondanti di Civita e riconoscono nella cultura un fattore strategico per promuovere il paradigma della sostenibilità integrale.

Grazie all'attività di ricerca e al costante monitoraggio dei trend dell'ecosistema culturale, Associazione Civita è in grado di intercettare i bisogni degli stakeholder, traducendoli in opportunità di co-progettazione ad alto impatto e facilitando il networking.

Avendo per prima in Italia coniato il concetto di "*Corporate Cultural Responsibility*", Civita si impegna, quindi, a favorire il pieno riconoscimento della cultura non solo come componente essenziale della responsabilità sociale d'impresa, ma anche come risorsa strategica per lo sviluppo sostenibile e la generazione di valore condiviso.

LA NOSTRA STORIA

1987

NASCE L'IDEA DI CIVITA

In ottobre, a Civita di Bagnoregio, ha luogo l'avventuroso incontro tra Gianfranco Imperatori, Gianni Letta, Roberto Mostacci, Paolo Portoghesi ed il Sindaco di Bagnoregio Erino Pompei.

1988

L'ASSOCIAZIONE PROGETTO CIVITA

Il 15 novembre diventa realtà l'Associazione Progetto Civita, fondata sull'intuizione di Gianfranco Imperatori, Segretario Generale dell'Associazione, di coniugare tutela e valorizzazione dei beni culturali a un nuovo "modello di sviluppo" economico e sociale, riuscendo a coinvolgere in questa sfida molte imprese.

1991

NASCITA DELL'ASSOCIAZIONE CIVITA

Progetto Civita si trasforma in **Associazione Civita**, un organismo nazionale per la valorizzazione dei beni culturali, e Antonio Maccanico ne diventa il primo Presidente. Si sperimentano con "Notturmo Etrusco" le prime collaborazioni tra istituzioni e privati.

1993

CIVITA INAUGURA LA NUOVA SEDE IN PIAZZA VENEZIA

L'Associazione pubblica, in contemporanea alla legge Ronchey, il primo Rapporto Civita «**L'immagine e la memoria**» e promuove il confronto tra pubblico e privato. Con il sostegno di ENEL, viene realizzato il Punto informativo della Valle dei Calanchi. Carlo d'Inghilterra visita Civita di Bagnoregio. Con i nuovi impianti d'illuminazione risplendono i Fori imperiali.

1994

"PROGETTARE IL PASSATO"

L'Associazione organizza il primo ciclo di appuntamenti "Cultura&Impresa", per stimolare il dibattito tra pubblico e privato, e presenta il secondo Rapporto Civita sull'analisi dei centri storici minori e la loro valorizzazione.

1996

"I FORMATI DELLA MEMORIA"

Il terzo Rapporto Civita «I formati della memoria. Beni culturali e nuove tecnologie alle soglie del terzo millennio» sulle nuove tecnologie vede la luce.

1998

ACEA, COSTA E CIVITA COSTITUISCONO ZETEMA

Acea, Costa e Civita costituiscono Zètema che, alla fine del 2005, diventerà una società partecipata al 100% dal Comune di Roma.



Volumi
pubblicati



Rapporti
pubblicati

1999

NASCE CIVITA SERVIZI (OGGI CIVITA MOSTRE E MUSEI)

Tra le mostre, il primo successo è con «Homo Faber», inaugurata a Napoli nel 1999. Civita, in A.T.I. con altre imprese, vince gare per la gestione dei servizi aggiuntivi a Brera e al Cenacolo Vinciano, Ostia Antica, villa Adriana, Sistema Museale Napoletano.

2001

“MUSEO CONTRO MUSEO”

Esce “Museo contro museo. Le strategie, gli strumenti, i risultati” sull’applicazione della Legge Ronchey.

2004

“CULTURA IN GIOCO”

Esce “Cultura in gioco. Le nuove frontiere di musei, didattica e industria culturale nell’era dell’interattività”.

2006

LA VALORIZZAZIONE DEGLI ITINERARI STORICI

Inizia l’impegno per la valorizzazione dei cammini e in particolare della Via Francigena. Esce il primo numero de “Il Giornale di Civita”, allegato a “Il Giornale dell’Arte”.

2007

“LA FORMAZIONE VALE UN PATRIMONIO”

Esce “La formazione vale un patrimonio. Beni culturali, saperi e occupazione”, settimo Rapporto Civita. A novembre Civita celebra a Civita di Bagnoregio il Ventennale della sua nascita, alla presenza del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano, e presenta il volume “Recuperare il passato per progettare il futuro. Civita 1987-2007”.

2008

“GALASSIA WEB”

Esce “Galassia web. La cultura nella rete” dedicato al tema tecnologia e cultura.

2011

“CITYMORPHOSIS”

Esce “Citymorphosis. Politiche culturali per città che cambiano” su politiche culturali e sviluppo urbano.

2012

“L’ARTE DI PRODURRE ARTE. IMPRESE CULTURALI A LAVORO”

Il volume è volto ad indagare ruolo e dinamiche dell’Industria.

2013

GIANNI LETTA VIENE NOMINATO PRESIDENTE DI ASSOCIAZIONE CIVITA

A compimento dei 25 anni dalla data della sua costituzione, Civita festeggia con un grande evento al MAXXI - Museo Nazionale delle Arti del XXI secolo di Roma

2014

“L’ARTE DI PRODURRE ARTE. IMPRESE ITALIANE DEL DESIGN A LAVORO”

Il volume è focalizzato sugli impatti economici e immateriali prodotti dai settori del design a livello regionale e di Sistema Paese.

2016

“SOCIALMUSEUMS”

Esce “#Socialmuseums” dedicato al rapporto tra social media e istituzioni culturali.

2017

“L'ARTE DI PRODURRE ARTE. COMPETITIVITÀ E INNOVAZIONE NELLA CULTURA E NEL TURISMO”

Il volume è dedicato alla competitività e all'innovazione nella Cultura e nel Turismo. Vengono presentate le linee guida «Dalla CSR alla «Corporate Cultural Responsibility»: come valorizzare gli interventi delle imprese in cultura» con l'obiettivo di fornire indicazioni per l'inclusione della «responsabilità culturale» nelle strategie di sostenibilità.

2018

IL PROGETTO “WEACT³”

L'Associazione Civita, coinvolgendo per la prima volta undici imprese associate, realizza il progetto “WeACT³ - Agire insieme. La Tecnologia per Arte, Cultura, Turismo, Territorio” per valorizzare le Gallerie Nazionali Barberini Corsini attraverso tecnologie innovative.

2019

“MILLENNIALS E CULTURA NELL'ERA DIGITALE”

Esce “Millennials e cultura nell'era digitale” dedicato a consumi e progettualità culturale tra presente e futuro.

2020

“RACCONTI E IMMAGINI”

Durante il primo lockdown nazionale l'Associazione lancia un contest di scrittura pubblicando un ebook dal titolo “Racconti e immagini. Memoria e testimonianza del vissuto al tempo del Covid-19”

2021

“NEXT GENERATION CULTURE”

Esce “Next Generation Culture” dedicato ai processi di digital transformation in atto nel settore culturale, segnato dalla crisi del periodo pandemico e quanto mai interessato dai nuovi sviluppi.

2022

“WHEN SUSTAINABILITY MEETS CULTURE. QUANDO LA CULTURA INCONTRA LA SOSTENIBILITÀ”

Esce “When sustainability meets culture. Quando la cultura incontra la sostenibilità” che indaga il ruolo che la cultura gioca all'interno delle pratiche di sostenibilità intraprese dalle aziende o nell'ambito delle politiche museali.

2023

“LUNGO LE VIE DELLA CONOSCENZA. SFIDE E STRUMENTI PER COMPRENDERE CULTURA E SCIENZA”

Esce “Lungo le vie della conoscenza. Sfide e strumenti per comprendere cultura e scienza” che mira alla creazione di un “valore condiviso” che va oltre il profitto economico, arricchendo la società con una comprensione più profonda del mondo in cui viviamo.

2024

“NEXT GEN AI. OPPORTUNITÀ E LATI OSCURI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL MONDO CULTURALE E CREATIVO”

Esce il Rapporto “Next Gen AI. Opportunità e lati oscuri dell'Intelligenza Artificiale nel mondo culturale e creativo” che fotografa lo stato dell'arte dell'Intelligenza Artificiale Generativa, evidenziando le opportunità, le sfide e le prospettive future nel settore culturale.

1.2 MISSION E VALORI

Associazione Civita si pone come punto di incontro tra il mondo imprenditoriale e quello culturale, con la missione di generare valore condiviso attraverso progetti di partenariato ad alto impatto sociale, culturale ed economico. Grazie alla promozione del dialogo continuo tra pubblico e privato e al networking delle imprese associate, che investono nella cultura in un'ottica di *Corporate Cultural Responsibility*, Civita si impegna a facilitare la co-progettazione e la collaborazione tra diversi attori, considerando la cultura come una leva strategica per lo sviluppo e il benessere. La capacità di networking, lo spirito di inclusione e condivisione, il contributo alla divulgazione e il consueto rigore scientifico si traducono negli *output* prodotti nell'ambito delle tre direttrici strategiche che animano la mission di Associazione Civita.

VALORIZZAZIONE

RIPARTIRE INSIEME DALLA CULTURA

L'Italia è riconosciuta in tutto il mondo per il suo patrimonio culturale e paesaggistico: città d'arte, borghi storici, siti archeologici e paesaggi iconici. Associazione Civita promuove la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio nazionale attraverso iniziative capaci di ampliarne l'accessibilità e la fruizione da parte di un pubblico sempre più vasto. Gli investimenti culturali non solo arricchiscono il tessuto sociale, ma generano effetti economici tangibili, contribuendo significativamente al perseguimento dello sviluppo sostenibile.

SOSTENIBILITÀ

CULTURA E STRATEGIE D'IMPRESA PER UN FUTURO SOSTENIBILE

La sostenibilità è parte integrante della cultura d'impresa per Civita, che ne promuove l'adozione attraverso un approccio strategico che abbraccia le tre dimensioni ESG (Environmental, Social e Governance), includendovi anche la dimensione Culturale, in linea con le riflessioni internazionali che promuovono un approccio olistico allo sviluppo sostenibile. In un Paese come l'Italia, ricco di identità e fortemente legato alle proprie radici, la cultura rappresenta un terreno fertile di sperimentazione e l'implementazione di pratiche sostenibili innovative, in grado di rafforzare la competitività delle imprese e il benessere delle comunità.

INNOVAZIONE

TECNOLOGIE E DIGITALIZZAZIONE AL SERVIZIO DELL'ACCESSIBILITÀ E DELL'INCLUSIONE

L'innovazione digitale, intesa come componente fondamentale della Digital Transition europea, rappresenta un potente strumento per rendere la cultura sempre più accessibile, inclusiva e partecipativa. Associazione Civita favorisce la trasformazione digitale dei luoghi della cultura, attraverso la collaborazione tra imprese tecnologiche e operatori culturali, valorizzando il patrimonio con modalità nuove e coinvolgenti. La tecnologia diventa, così, un alleato fondamentale per promuovere un modello di sviluppo culturale sostenibile, diffuso e in linea con i tempi che corrono.

1.3 LA GOVERNANCE

Sul piano della governance, l'Associazione si avvale della seguente articolazione degli organi istituzionali:

L'ASSEMBLEA DEI SOCI	composta dai Soci benemeriti, ordinari, sostenitori e onorari.
IL PRESIDENTE E I DUE VICE PRESIDENTI (SE NOMINATI)	Il Presidente dura in carica cinque esercizi e può nominare i due Vice Presidenti.
IL PRESIDENTE ONORARIO	se nominato dall'Assemblea dei Soci.
IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	composto da un numero variabile di membri, in rappresentanza di tutti i Soci ordinari e benemeriti, tra i quali il Presidente, nominati dall'Assemblea dei Soci.
IL COMITATO DI PRESIDENZA	i cui membri di diritto sono il Presidente, il Presidente Onorario, i due Vicepresidenti ed il Segretario Generale.
IL SEGRETARIO GENERALE	nominato dall'Assemblea dei Soci e dura in carica cinque esercizi.
IL COLLEGIO DEI REVISORI	costituito da tre membri effettivi e due supplenti.
IL COMITATO SCIENTIFICO	composto da 6 a 12 membri, che propone agli organi competenti i temi e le linee culturali e scientifiche dell'Associazione.

1.4 I NOSTRI ASSOCIATI

L'Associazione è da sempre impegnata nell'affiancare le imprese associate, attribuendo loro un ruolo-chiave nella valorizzazione integrata del patrimonio culturale, così da renderle veri e propri partner strategici al fianco delle Istituzioni culturali e delle organizzazioni del Terzo settore nella progettazione e implementazione di progetti d'impatto e iniziative condivise. La compagine associativa è composta da Soci Onorari¹, Soci Ordinari e Soci Sostenitori. Per quanto riguarda i soci Ordinari e Sostenitori, godono dei seguenti benefit:

SOCI ORDINARI

Rappresentante nel Consiglio di Amministrazione di Amministrazione

Utilizzo della sede di Civita per eventi corporate e istituzionali

Partecipazione a tutte le iniziative promosse dall'Associazione

Visibilità del brand sugli strumenti comunicazione istituzionale dell'Associazione

Visibilità alle iniziative dedicate alla cultura o alla responsabilità sociale sul sito www.civita.it e sulla newsletter "Il Giornale di Civita"

Sviluppo di iniziative culturali (convegni, eventi, progetti e ricerche) a supporto delle strategie aziendali

SOCI SOSTENITORI

Utilizzo della sede di Civita per eventi corporate e istituzionali

Partecipazione a tutte le iniziative promosse dall'Associazione

Visibilità del brand sugli strumenti comunicazione istituzionale dell'Associazione

Visibilità alle iniziative dedicate alla cultura o alla responsabilità sociale sul sito www.civita.it e sulla newsletter "Il Giornale di Civita"

Sviluppo di iniziative culturali (convegni, eventi, progetti e ricerche) a supporto delle strategie aziendali

¹ I Soci Onorari non sono tenuti al versamento della quota associativa.

La compagine associativa nel 2024 conta 99 associati ed è così composta:

12

SOCI ONORARI

45

SOCI ORDINARI

42

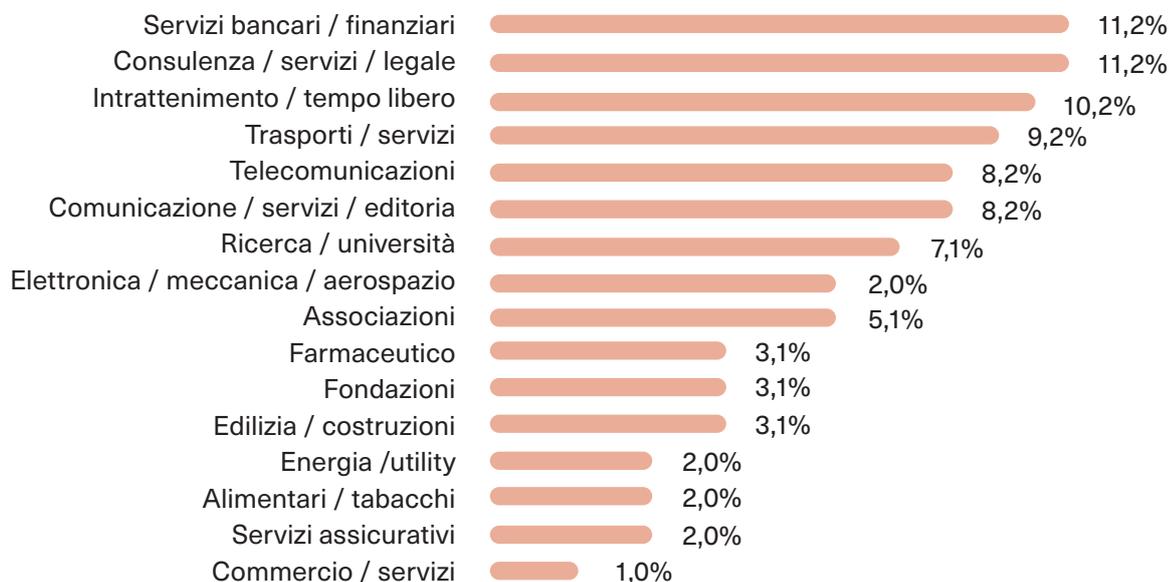
SOCI SOSTENITORI

I grafici che seguono offrono una rappresentazione della distribuzione geografica e per settore economico-produttivo di appartenenza degli associati a Civita, evidenziando una notevole variabilità in quanto ad ambiti di attività e la presenza dell'Associazione su tutto il territorio nazionale, con una prevalenza delle imprese socie in area Centro - in particolare il Lazio (61,6%) - ma anche in Lombardia (24,2%) e nell'area del Nord Est.

I settori più rappresentati all'interno della compagine associativa sono quello bancario-finanziario e dei servizi legali/di consulenza (entrambi con una quota dell'11,2%).

Questa panoramica consente di comprendere meglio la capillarità e l'estensione delle relazioni istituzionali e associative che Civita ha sviluppato nel tempo, a testimonianza del suo impegno nel promuovere iniziative culturali e progettuali in ambiti territoriali diversificati.

RIPARTIZIONE DEGLI ASSOCIATI PER SETTORE DI ATTIVITÀ (DATI AGGIORNATI AL 31/12/2024)



RIPARTIZIONE DEGLI ASSOCIATI PER REGIONE (DATI AL 31/12/2024)



Di seguito, una lista degli Associati di Associazione Civita al 31 dicembre 2024:

A.BE.TE	CONFAGRICOLTURA	GLOSSA	NOVARTIS FARMA
A&A - ALBÈ & ASSOCIATI STUDIO LEGALE	COSTA EDUTAINMENT	GOOGLE	ITALO
A2A	CURTIS, MALLET-PREVOST, COLT & MOSLE LLP	GRUPPO ADNKRONOS	OPEN FIBER
ACCADEMIA NAZIONALE DELLE SCIENZE	D'AMICO SOCIETÀ DI NAVIGAZIONE	GRUPPO LEONARDO CALTAGIRONE	PALAZZO FIUGGI
ACCADEMIA NAZIONALE DI SANTA CECILIA	EDI.CER	IGP _CLEAR CHANNEL ITALIA	PHILIP MORRIS ITALIA
ACEA	EDISON	IGT	POSTE ITALIANE
AEROPORTI DI ROMA	ELETTRONICA (ELT)	INTESA SANPAOLO	RAI
ANAS	ENEA	INTESA SANPAOLO VITA	SAC – SOCIETÀ APPALTI E COSTRUZIONI
ANSA	ENEL	INVITALIA	SAPIENZA UNIVERSITÀ DI ROMA
ARCA SGR	ENI	INWIT	SARA ASSICURAZIONI
ASSICURAZIONI GENERALI	ERG	ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO E CULTURALE	SDA
ASSOAMBIENTE	ERICSSON	ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO	SIAE
ASSOCARTA	EY STUDIO LEGALE	IULM	SISAL
AUTOSTRADE PER L'ITALIA	FASTWEB	JOHN CABOT UNIVERSITY	SOGIN
AVIO	FIT_FEDERAZIONE ITALIANA TABACCAI	KEDRION BIOPHARMA	SWG S.P.A
BANCA DEL FUCINO	FERROVIE DELLO STATO	KLEOS	TEATRO DELL'OPERA DI ROMA
BANCA MEDIOLANUM	FONDAZIONE CASSA DEI RISPARMI DI FORLÌ	KPMG	TELEPERFORMANCE ITALIA
BNL - BNP PARIBAS	FONDAZIONE CASSA DI RISPARMIO DELLA PROVINCIA DELL'AQUILA	LEONARDO	TERNA
BPER BANCA	FONDAZIONE GIANFRANCO IMPERATORI	MAIRE	TIM
BUSSOLETTI NUZZO AVVOCATI - STUDIO LEGALE	FONDITALIA	MARSILIO EDITORI	UNINDUSTRIA VITERBO
CAPARZO	FORD ITALIA	MEDIASET	UNIVERS
CARTIER ITALIA	GAMBERO ROSSO	MEDIOBANCA	UNIVERSITÀ DELLA TUSCIA
CBI	GIANNI & ORIGONI STUDIO LEGALE	MEDUSA	VODAFONE
CNR		MINERVA PICTURES	WIND TRE
COLACEM		MUNDYS	WTW
		NATUNA	

1.5 I NOSTRI STAKEHOLDERS

Le attività promosse dall'Associazione Civita si nutrono di relazioni feconde con una molteplicità di attori e di un ascolto costante dei propri interlocutori, con l'obiettivo di costruire percorsi condivisi fondati sulla valorizzazione culturale integrata e sullo sviluppo sostenibile.

In questo ecosistema relazionale, le imprese e gli enti associati rappresentano partner strategici con cui progettare iniziative capaci di generare valore per i territori, le comunità e il patrimonio artistico-culturale. Al loro fianco operano istituzioni pubbliche e private, organizzazioni di rappresentanza e realtà accademiche, in un dialogo aperto e continuativo finalizzato a promuovere innovazione, conoscenza e inclusione sociale. Il legame con il territorio è parte

integrante della visione di Civita: un rapporto fatto di progetti, eventi, attività editoriali e iniziative di comunicazione volte a raccontare e valorizzare le identità e le eccellenze locali. Fondamentale è anche la sinergia con i fornitori, considerati veri e propri partner di fiducia, e con il team di professionisti che, giorno dopo giorno, contribuisce con competenza e passione alla realizzazione delle attività associative. In un contesto sempre più tecnologico, i media (tradizionali e online) e le piattaforme digitali rivestono un ruolo fondamentale per amplificare il valore della cultura, coinvolgere nuovi pubblici e promuovere una visione condivisa di sviluppo sostenibile, in cui la cultura sia leva di crescita e coesione sociale.



1.6 LE NOSTRE PERSONE

Il contributo dei professionisti che lavorano all'interno dell'Associazione è un elemento imprescindibile per la realizzazione della propria mission. Di seguito si riportano alcuni dati aggiornati al 31 dicembre 2024 relativi alla composizione del personale di Associazione Civita.

Associazione Civita adotta e promuove elevati standard in materia di salute e sicurezza nei luoghi in cui svolge le proprie attività, applicando pratiche condivise e coerenti con la normativa vigente. Nel corso del 2024, così come nel 2023, non sono stati registrati infortuni sul lavoro. L'Associazione è dotata di un Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), conforme ai requisiti di legge e costantemente aggiornato, che delinea le misure di prevenzione e protezione effettivamente attuate.



100% del personale ha un contratto a tempo indeterminato



87% del personale è di genere femminile.



75% del personale ha un contratto a tempo pieno.

1.7 ASSOCIAZIONE CIVITA E L'IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ

In uno scenario globale sempre più orientato a favorire modelli di sviluppo sostenibile, il valore strategico della cultura si afferma come leva trasversale in grado di generare impatti positivi per la società, l'economia e l'ambiente.

La cultura, infatti, rappresenta non solo un patrimonio da tutelare, ma anche un motore di innovazione sociale, di inclusione e di rigenerazione dei territori, contribuendo a rafforzare coesione, identità e benessere delle comunità locali.

L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite rappresenta il principale quadro di riferimento per promuovere azioni integrate a favore della sostenibilità nelle sue tre dimensioni – ambientale, economica e sociale – considerate imprescindibili per uno sviluppo equo e duraturo. Sebbene l'Agenda 2030 non includa un obiettivo dedicato specificamente alla cultura (un riferimento esplicito è contenuto solo nel target 11.4), quest'ultima è riconosciuta come elemento chiave per il raggiungimento di numerosi target trasversali, soprattutto grazie alla capacità di valorizzare le identità locali, favorire l'inclusione sociale e stimolare una crescita sostenibile dei territori, favorendo il turismo responsabile e la salvaguardia delle risorse naturali e culturali. In quest'ottica, diversi attori autorevoli del settore

culturale e creativo da tempo hanno proposto un approccio olistico allo sviluppo sostenibile che vede la dimensione culturale come quarto pilastro dello sviluppo sostenibile.

Coerentemente con questa prospettiva, Associazione Civita si pone come protagonista attivo nel panorama nazionale, promuovendo iniziative orientate a diffondere una nuova cultura della sostenibilità, capace di rafforzare le collaborazioni tra pubblico e privato e di accompagnare le Istituzioni e le imprese verso un paradigma di azione responsabile, innovativo e impattante.

Un tema di crescente interesse riguarda, inoltre, la necessità di definire strumenti adeguati per la misurazione degli impatti della cultura in chiave sostenibile, in linea con gli orientamenti promossi dall'UNESCO attraverso il framework "Culture | 2030 Indicators".

In questo contesto, l'Associazione si impegna a valorizzare la cultura non solo come patrimonio da tutelare, ma anche come fattore abilitante per lo sviluppo di comunità resilienti, sostenibili e inclusive, contribuendo, attraverso le proprie attività al raggiungimento degli SDGs (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile) individuati.



1.8 I NOSTRI TEMI MATERIALI

Associazione Civita ha sviluppato un processo di analisi di materialità volto a individuare i temi prioritari per la definizione della propria strategia di sostenibilità.

Il processo di analisi di materialità si è sviluppato attraverso tre fasi principali: l'identificazione dei temi di sostenibilità rilevanti per l'Associazione Civita; la valutazione della loro rilevanza, condotta internamente, in relazione alla missione e alle attività dell'Associazione ed esternamente, attraverso il coinvolgimento degli stakeholder; infine la definizione delle temi materiali.

Il processo è stato preceduto da un'approfondita analisi del contesto operativo di Civita, che ha riguardato la ricostruzione delle principali caratteristiche del suo modello di attività, le dinamiche di creazione del valore e i soggetti coinvolti nella catena del valore, sia a monte (*upstream*) che a valle (*downstream*).

L'Associazione opera infatti all'interno di un complesso ecosistema culturale, sociale e istituzionale, promuovendo progetti e attività che coinvolgono una pluralità di attori e generano effetti su diversi livelli. Come anticipato, sono stati identificati come stakeholder rilevanti i dipendenti, le Università, il territorio e la collettività, le Istituzioni e la Pubblica Amministrazione, i media, le imprese e gli enti associati, i fornitori e le organizzazioni di rappresentanza. Così come espresso nella missione e nei valori fondanti riportati nel sito istituzionale di Civita, l'individuazione delle questioni di sostenibilità fanno capo principalmente all'impianto valoriale e strategico dell'Associazione. In particolare, le tre direttrici chiave di sviluppo identificate - valorizzazione, sostenibilità e innovazione - hanno rappresentato un importante riferimento per l'inquadramento e la sistematizzazione dei temi materiali, confermando la coerenza tra l'identità istituzionale dell'Associazione e le sue pratiche operative.

Inoltre, è stata introdotta un'analisi approfondita delle attività dell'Associazione, rappresentativa della sua effettiva operatività, che ha costituito la base empirica per ricostruire le aree tematiche rilevanti, in coerenza con le concrete dinamiche di creazione di valore culturale, sociale, di governance e ambientale. Le questioni di sostenibilità definite più significative sono state classificate all'interno

delle dimensioni riconosciute dagli standard internazionali di rendicontazione: Ambientale (Environmental - E), Sociale (Social - S) e di Governance (Governance - G). Tuttavia, in coerenza con la missione di Civita e con il lavoro concettuale già avviato dall'Associazione nell'ambito della *Corporate Cultural Responsibility*, è stata inclusa una quarta dimensione di analisi, quella Culturale, ritenuta imprescindibile per restituire in modo completo il valore generato attraverso le attività dell'organizzazione. La dimensione culturale è stata, infatti, considerata come trasversale, capace di generare impatti significativi non solo sul piano simbolico e identitario, ma anche in termini di coesione sociale, partecipazione civica, educazione e innovazione. In questo senso, Civita ha adottato un approccio pionieristico alla sostenibilità, riconoscendo la cultura come leva strategica per uno sviluppo equo e inclusivo. Questo approccio era stato già approfondito nella pubblicazione del 2017 *"Dalla CSR alla "Corporate Cultural Responsibility": come valorizzare gli interventi delle imprese in Cultura"*, che proponeva l'introduzione del concetto di responsabilità culturale nelle logiche di rendicontazione della sostenibilità d'impresa.

Ciascuna questione è stata, inoltre, messa in relazione con gli SDGs delle Nazioni Unite, in linea con l'impegno di Civita a contribuire concretamente all'attuazione dell'Agenda 2030.

Per ogni tema materiale individuato, sono stati associati gli SDGs pertinenti, allo scopo di evidenziare l'allineamento tra le attività dell'Associazione e le priorità globali in materia di sviluppo sostenibile. Accanto agli SDGs è stato preso in considerazione anche il quadro di riferimento specificamente dedicato alla cultura: i *Culture|2030 Indicators* promossi dall'UNESCO, che riconoscono il ruolo centrale della cultura come dimensione trasversale e abilitante dello sviluppo sostenibile.

Tali obiettivi sono stati utilizzati come strumento integrativo per rafforzare l'inquadramento strategico dei temi culturali nella rendicontazione.

Le questioni di sostenibilità emerse e sottoposte ad analisi di materialità sono espone di seguito.

- a. Economia circolare
- ▲ b. Gestione responsabile degli eventi culturali
- ◆ c. Riduzione dell'impatto ambientale
- d. Efficientamento energetico
- ★ e. Adattamento ai cambiamenti climatici
- ✗ f. Creazione di reti tra istituzioni culturali e scientifiche, enti pubblici, soggetti privati e enti del terzo settore
- 🏠 g. Promozione di buone pratiche di partenariato pubblico-privato per lo sviluppo e la rigenerazione a base culturale dei borghi e delle aree interne
- 👥 h. Promozione di buone pratiche di crowdfunding e sponsorship, match funding e co-progettazione per la cultura e lo sviluppo culturale
- 👤 i. Gestione etica d'impresa e trasparenza
- ▲ l. Gender Equality
- m. Capitale umano e impatto della digitalizzazione sul lavoro
- ▲ n. Nuove tecnologie a supporto dei beni culturali e della creatività
- o. Sviluppo professionale e formazione nelle industrie culturali e creative
- ◆ p. Promozione della partecipazione civica e culturale
- ★ q. Promozione del networking e delle sinergie fra il mondo delle imprese, fra imprese e istituzioni e fra imprese e mondo della cultura
- ✗ r. Impegno nella promozione della tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, aree interne e borghi
- 🏠 s. Sensibilizzazione sui temi di sostenibilità sociale e culturale
- 👥 t. Inclusione sociale e parità di genere nelle discipline STEM
- u. Empowerment femminile nel mondo del lavoro
- v. Accesso equo alle professioni culturali e creative digitali
- ▲ z. Contributo all'alfabetizzazione digitale in ambito culturale e alla transizione digitale

DIMENSIONE ESG		TEMA MATERIALE CIVITA	SDG	CULTURE 2030 UNESCO DIMENSIONS
Ambientale	a	● Economia circolare	9, 11, 12	Environment & Resilience
Ambientale	b	▲ Gestione responsabile degli eventi culturali	8, 12	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods
Ambientale	c	◆ Gestione responsabile degli eventi culturali	12	Environment & Resilience
Ambientale	d	■ Gestione responsabile degli eventi culturali	7	Environment & Resilience
Ambientale	e	★ Adattamento ai cambiamenti climatici	7, 11, 12	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Governance	f	✗ Creazione di reti tra istituzioni culturali e scientifiche, enti pubblici, soggetti privati e enti del terzo settore	4, 17	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Governance	g	🏠 Promozione di buone pratiche di partenariato pubblico-privato per lo sviluppo e la rigenerazione a base culturale dei borghi e delle aree interne	4, 17	Inclusion & Participation
Governance	h	👥 Promozione di buone pratiche di crowdfunding e sponsorship, matchfunding e co-progettazione per la cultura e lo sviluppo culturale	8, 17	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Governance	i	👤 Gestione etica di impresa e trasparenza	8	Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills
Governance	l	▲ Gender Equality	5, 10	Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale e Culturale	m	● Capitale umano e impatto della digitalizzazione sul lavoro	8, 9	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale e Culturale	n	▲ Nuove tecnologie a supporto dei beni culturali e della creatività	9, 11, 12	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge
Sociale e Culturale	o	■ Sviluppo professionale e formazione nelle industrie culturali e creative	8, 9, 11	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale e Culturale	p	◆ Promozione della partecipazione civica e culturale	4, 11, 16	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale e Culturale	q	★ Promozione del networking e delle sinergie fra il mondo delle imprese, fra imprese e istituzioni e fra imprese e mondo della cultura	8, 11, 17	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale e Culturale	r	✗ Impegno nella promozione della tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, aree interne e borghi	11, 12, 17	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale e Culturale	s	🏠 Sensibilizzazione sui temi di sostenibilità sociale e culturale	11, 12, 13	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale	t	👥 Inclusione sociale e parità di genere nelle discipline STEM	4, 5, 10	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale	u	● Empowerment femminile nel mondo del lavoro	5, 8, 10	Environment & Resilience; Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale	v	■ Accesso equo alle professioni culturali e creative digitali	5, 8, 10	Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation
Sociale e Culturale	z	▲ Contributo all'alfabetizzazione digitale in ambito culturale e alla transizione digitale	5, 8, 10	Prosperity & Livelihoods; Knowledge & Skills; Inclusion & Participation

1.9 LA NOSTRA MATRICE DI MATERIALITÀ

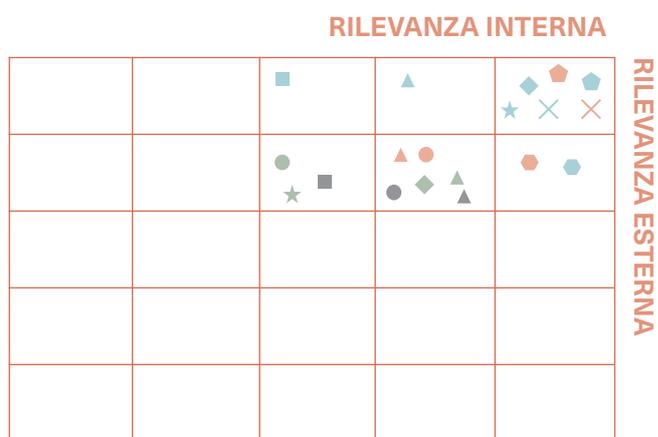
La rilevanza dei temi di sostenibilità è stata valutata attraverso un processo strutturato in due fasi: un'analisi interna e una valutazione esterna. L'Associazione Civita e i suoi stakeholder sono stati coinvolti nella valutazione del livello di importanza attribuito a ciascuna tematica di sostenibilità, esprimendo il proprio giudizio attraverso una scala di rilevanza (dove 1 indica una rilevanza bassa e 5 una rilevanza alta). Per la rilevanza interna, l'Associazione Civita ha espresso una valutazione sui temi materiali che riflettono la mission e la vision dell'Associazione, gli eventi e le iniziative, la tipologia di partnership e le collaborazioni, la presenza di policy interne e i documenti programmatici riferibili al tema in oggetto. Questi elementi hanno consentito di misurare il grado di integrazione effettiva di ciascun tema nelle attività istituzionali e nella progettualità strategica di Civita, evidenziando il legame tra i temi materiali e l'identità culturale e operativa dell'Associazione. In particolare, i temi legati alla costruzione di reti, al partenariato pubblico-privato per lo sviluppo a base culturale, alla partecipazione, al networking ai fini della promozione e valorizzazione culturale, nonché la sensibilizzazione sui temi di sostenibilità sociale e culturale sono risultati particolarmente rilevanti. Emerge, quindi, una coerenza con i valori fondativi di

Civita, ma anche con le aree di intervento sulle quali l'Associazione ha costruito un'identità culturale e istituzionale ben definita.

Per la rilevanza esterna è stato somministrato un questionario a un campione rappresentativo di stakeholder, che includeva tutte le categorie identificate come rilevanti per Civita. In particolare, vari temi identificati come significativi dagli stakeholder si allineano con quelli indicati nel precedente paragrafo e considerati prioritari nell'analisi di rilevanza interna. La convergenza di questi punteggi suggerisce che gli stakeholder considerano Civita come un facilitatore di processi collaborativi e di networking, un promotore di reti e partenariati pubblico-privati e un soggetto attivo nella rigenerazione a case culturali dei territori e delle aree interne. Nel complesso, l'analisi della rilevanza esterna evidenzia una forte coerenza tra i temi individuati da Civita e le aspettative degli stakeholder, confermando la capacità dell'Associazione di intercettare i bisogni e le priorità percepite nel proprio ecosistema di riferimento. Di seguito la matrice di materialità sovrappone le due valutazioni evidenziando i temi di rilevanza prioritaria sia per l'Associazione, sia per i suoi stakeholder esterni.

Come si evince dal quadrante 5,5, i temi prioritari, considerando entrambe le prospettive, sono i seguenti:

- ✕ Creazione di reti tra istituzioni culturali e scientifiche, enti pubblici, soggetti privati e enti del terzo settore
- 🏠 Promozione di buone pratiche di partenariato pubblico-privato per lo sviluppo e la rigenerazione a base culturale dei borghi e delle aree interne
- 🔹 Promozione della partecipazione civica e culturale
- 🌟 Promozione del networking e delle sinergie fra il mondo delle imprese, fra imprese e istituzioni e fra imprese e mondo della cultura
- ✕ Impegno nella promozione della tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, aree interne e borghi
- 🏠 Sensibilizzazione sui temi di sostenibilità sociale e culturale



Queste priorità condivise delineano l'ossatura della strategia di sostenibilità integrale di Civita, fatta di un equilibrio dinamico tra cultura, innovazione, partecipazione e coesione territoriale, rafforzato dal dialogo con gli stakeholder e la valorizzazione delle potenzialità del partenariato e del networking. Questa convergenza rappresenta una base solida su cui orientare le future scelte progettuali e allocative dell'Associazione.

1.10 GLI SDGS PRIORITARI PER ASSOCIAZIONE CIVITA

Dall'analisi di materialità emergono gli SDGs distintivi della nostra Associazione:

OBIETTIVO 4 **Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti**, attraverso l'assidua promozione del connubio tra cultura, attività divulgative e di apprendimento.

OBIETTIVO 8 **Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti**, supportando le proprie imprese associate nella generazione di valore e, di conseguenza, nella capacità di creare occupazione e posti di lavoro dignitosi per tutti.

OBIETTIVO 11 **Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili**, contribuendo in particolare, al target 11.4: *Potenziare gli sforzi per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo*, attraverso la promozione di progetti ed eventi per la valorizzazione territoriale e lo sviluppo sociale delle comunità.

OBIETTIVO 12 **Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo**, grazie all'impegno congiunto di istituzioni, imprese e cittadini per ridurre l'impatto ambientale. La cultura può rappresentare un catalizzatore fondamentale per accrescere la consapevolezza collettiva e promuovere comportamenti più sostenibili.

OBIETTIVO 17 **Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile**, grazie agli sforzi profusi per la creazione di network e sinergie a favore della cultura.

Sebbene l'Associazione Civita attribuisca priorità ad alcuni obiettivi, essa contribuisce indirettamente anche al raggiungimento degli altri 13 SDGs, grazie agli impatti trasversali generati dalle proprie attività. Per comprendere meglio il contributo alla sostenibilità in relazione alla dimensione culturale e sociale, Associazione Civita introduce nelle analisi anche gli indicatori dell'UNESCO Framework *Culture | 2030 Indicators*, come verrà illustrato nel dettaglio nei capitoli successivi.



L'IMPEGNO PER LA CULTURA



2.1 ANALIZZARE PER CONOSCERE: RICERCHE E INDAGINI

L'Associazione Civita promuove attività di studio, analisi e ricerca volte ad approfondire le dinamiche di trasformazione che interessano il settore culturale, adottando un approccio propositivo e orientato e al cambiamento. Grazie al contributo delle aziende associate, vengono realizzati Rapporti, pubblicazioni e indagini che rappresentano strumenti fondamentali per comprendere le sfide e le opportunità che si

pongono per il mondo della cultura. In particolare, le attività di ricerca del Centro Studi "Gianfranco Imperatori" delineano scenari evolutivi nei campi della *Corporate Cultural Responsibility*, delle pratiche di innovazione digitale in atto nelle istituzioni culturali e nelle industrie creative e della valorizzazione integrata del patrimonio materiale e immateriale.

2.2 PENSARE LA CULTURA: PROGETTI

Civita si distingue per la capacità di ideare, sviluppare e realizzare progetti innovativi e sostenibili, promuovendo la cultura come leva di crescita e sviluppo dei territori. L'Associazione segue da vicino tutte le fasi progettuali — dall'ideazione alla gestione operativa — ponendo particolare attenzione all'inclusione sociale delle comunità locali e alla valorizzazione delle identità culturali.

Tali attività sono rese possibili anche grazie al sostegno delle numerose imprese ed enti associati, che collaborano attivamente alla realizzazione di iniziative in grado di generare un impatto sociale, economico e culturale, promuovendo l'accessibilità ai luoghi della cultura e la rigenerazione dei territori, in percorsi di partnership che integrino risorse pubbliche con l'apporto fornito dalle imprese.

2.3 INCONTRARE LA CULTURA: EVENTI

L'Associazione Civita ha maturato una significativa esperienza nell'organizzazione di eventi, convegni, seminari e incontri, intesi come occasioni di confronto, aggiornamento e approfondimento sui temi più attuali del dibattito culturale nazionale e internazionale. Questi appuntamenti rappresentano importanti momenti di crescita civile e morale, rivolti a pubblici eterogenei e pensati per stimolare la partecipazione attiva e il dialogo

tra istituzioni, imprese, operatori culturali e cittadini. Accanto agli eventi istituzionali, Civita propone ai propri Associati un ricco calendario di iniziative culturali che spaziano tra i diversi ambiti dell'arte e della creatività contemporanea — dalla pittura alla musica, dal teatro al cinema, fino all'enogastronomia — interpretando la cultura in chiave dinamica, inclusiva e contemporanea.



2.4 INDAGARE LA CULTURA: PUBBLICAZIONI

Le pubblicazioni curate da Civita costituiscono gli esiti più significativi del lavoro di ricerca e di indagine condotto dal Centro Studi di Associazione. I Rapporti Civita affrontano con rigore scientifico e con un approccio divulgativo i temi centrali per lo sviluppo del settore culturale, come la sostenibilità, l'innovazione tecnologica, la valorizzazione del patrimonio e le relazioni fra cultura, benessere e inclusione sociale. Accanto ai Rapporti, Civita realizza Quaderni tematici, ricerche settoriali e indagini su tematiche emergenti e di grande rilevanza per il mondo della cultura, offrendo

strumenti di conoscenza e riflessione utili per gli operatori del settore, le istituzioni e le imprese impegnate in progetti di responsabilità culturale. A fine 2024 è stato pubblicato il XV Rapporto Civita "Next Gen AI. Opportunità e lati oscuri dell'Intelligenza Artificiale nel mondo culturale e creativo", edito da Marsilio Editori. Al centro del Rapporto si pone l'ascesa dell'Intelligenza Artificiale Generativa a supporto degli operatori culturali e nella creazione di contenuti creativi e artistici, tra chiavi di lettura e spunti di riflessioni per orientarsi nel futuro.

2.5 INCONTRARSI E FARE COMUNITÀ: LA TERRAZZA CIVITA

La sede storica di Associazione Civita, inaugurata nel 1993 e completamente rinnovata nel 2022, rappresenta da sempre un punto di riferimento straordinario e un hub nevralgico delle attività associative. Gli spazi, dotati delle più moderne tecnologie, sono destinati a ospitare eventi aziendali, seminari, conferenze e iniziative di carattere *corporate* e istituzionale. La struttura comprende una terrazza di oltre 400 mq con affaccio privilegiato sui Fori Imperiali e una sala convegni completamente attrezzata, a disposizione delle aziende associate.



3

LE ATTIVITÀ DEL 2024



3.1 HIGHLIGHTS 2024

Nel corso del 2024, l'Associazione Civita ha confermato il proprio impegno nella promozione culturale e nella diffusione della sostenibilità attraverso un ricco programma di eventi, realizzati sia direttamente, che in collaborazione con terzi.

In totale sono stati organizzati 38 eventi propri, di cui 20 riservati agli associati e 18 aperti al pubblico, presso la propria sede o presso *location* prestigiose quali il Teatro dell'Opera di Roma, l'Accademia di Santa Cecilia, Palazzo Barberini, Cortona e Arezzo. Parallelamente, sono stati concessi gli spazi dell'Associazione per la realizzazione di 62 eventi promossi da soggetti esterni, di cui circa 43 organizzati direttamente dagli associati. Complessivamente, gli eventi del 2024 hanno coinvolto circa 5.000 partecipanti, con una significativa rappresentanza femminile (stimata in circa il 50% dell'audience) e una quota di partecipazione internazionale e istituzionale, comprendente 100 rappresentanti e vertici di Enti e Istituzioni di rilievo nazionale e internazionale. I materiali e le attività sono stati resi disponibili in italiano e inglese, favorendo l'accessibilità e l'inclusività. Accanto all'attività convegnistica, il 2024 ha visto un'intensa produzione di contenuti culturali, editoriali e progettuali, tra cui la pubblicazione del XV Rapporto Civita "Next Gen AI", dedicato all'impatto dell'intelligenza artificiale nel mondo culturale e

creativo, e il Quaderno di ricerca comparativo sui PNRR culturali di Italia, Francia, Spagna e Portogallo. Entrambe le pubblicazioni si inseriscono in una visione di lungo periodo che valorizza il ruolo strategico della cultura nei processi di innovazione sociale, transizione digitale e sviluppo sostenibile. Attraverso eventi, ricerche e iniziative di partenariato, l'Associazione ha consolidato il proprio ruolo di hub di pensiero e azione promotore di una cultura capace di generare impatto e contribuire concretamente al benessere delle comunità, all'inclusione e alla resilienza dei territori. In linea con la propria missione e grazie al contributo delle numerose imprese e istituzioni aderenti, l'Associazione Civita ha consolidato e ampliato il proprio impegno nella realizzazione di progetti culturali orientati alla sostenibilità, alla valorizzazione del patrimonio e al coinvolgimento inclusivo degli stakeholder. Le iniziative promosse nel corso dell'anno hanno seguito una visione strategica condivisa, volta a valorizzare le risorse culturali materiali e immateriali, attraverso modelli partecipativi e responsabili in grado di generare valore non solo culturale, ma anche sociale.

8

progetti
realizzati

38

eventi propri
organizzati

62

eventi di terzi organizzati
negli spazi Civita

1

ricerca propria
condotta

1

partecipazione a
ricerche di terzi

22

partecipazioni a convegni
di terzi

5.000

partecipanti complessivi, di cui:
circa 2.500 donne
100 provenienti da altri Paesi
100 partecipanti provenienti da enti e istituzioni di
rilievo nazionale e internazionale

3.1.1

XV Rapporto Civita: “Next Gen AI. Opportunità e lati oscuri dell’Intelligenza Artificiale nel mondo culturale e creativo”

Tra le numerose attività promosse dall’Associazione Civita nel corso del 2024, in linea con una consolidata tradizione di impegno intellettuale e progettuale a sostegno dello sviluppo sostenibile e innovativo del settore culturale, spicca una pubblicazione di particolare rilievo, capace di cogliere con tempestività e profondità le trasformazioni in atto. Il XV Rapporto Civita, *“Next Gen AI. Opportunità e lati oscuri dell’Intelligenza Artificiale nel mondo culturale e creativo”*, nasce infatti dalla volontà di fornire un contributo autorevole e plurale al dibattito sull’evoluzione delle organizzazioni culturali italiane e delle industrie creative, esplorando in modo rigoroso e multidisciplinare il ruolo che l’Intelligenza Artificiale (AI) – e in particolare la sua componente Generativa – può e potrà avere nel ridefinire i confini della creatività, dell’autorialità, della partecipazione e della fruizione culturale. Nel Rapporto, l’AI non è trattata come semplice strumento tecnico, ma come fenomeno culturale e sociale da interpretare criticamente, con lo sguardo rivolto tanto alle sue promesse quanto ai suoi rischi. Il risultato è una pubblicazione coerente con il contesto attuale, che risponde alle esigenze di riflessione, orientamento e indirizzo dei professionisti, delle istituzioni, e delle imprese e degli operatori impegnati nel ripensamento dei modelli culturali in chiave sostenibile, etica e inclusiva. Questo lavoro corale è stato reso possibile grazie alla sinergia tra soggetti diversi ma accomunati da un profondo interesse per l’innovazione responsabile: IGT e SIAE hanno sostenuto la realizzazione del Rapporto; l’Istituto di ricerca SWG ha curato la parte di indagine quantitativa; oltre venti autori ed esperti, provenienti dal mondo accademico, istituzionale e imprenditoriale hanno contribuito con saggi e testimonianze, capaci di cogliere la complessità del presente immaginando scenari per il futuro. Il volume si apre con le Premesse istituzionali, firmate dai Ministri Alessandro Giuli e Adolfo Urso. Da qui prende avvio un percorso che attraversa, in un equilibrio fra visione e concretezza, tutte le dimensioni toccate dalla rivoluzione dell’Intelligenza Artificiale come la ricerca, l’etica, l’educazione, il diritto, l’impresa e la cultura. In un contesto in continua evoluzione, *Next Gen AI* non offre risposte definitive, ma strumenti per orientarsi in un paesaggio in trasformazione, dove le tecnologie intelligenti stanno ridefinendo non solo i mezzi, ma anche i fini dell’agire culturale. Si tratta di un Rapporto che invita a non cedere alla semplificazione, ma a presidiare la complessità, nella convinzione che solo un’alleanza tra sapere umanistico, scienza e innovazione possa garantire un futuro in cui la creatività umana continui a generare senso, bellezza e valore.



3.1.2

«Quando la sostenibilità incontra...»: eventi 2024

Nel corso del 2024, l'Associazione Civita ha dato vita a un ciclo di incontri intitolato *“Quando la sostenibilità incontra...”*, un programma pensato per indagare in chiave interdisciplinare il ruolo trasformativo della sostenibilità nei diversi ambiti della vita economica, sociale e culturale. Ogni appuntamento è stato concepito come un'occasione di confronto operativo e strategico, con l'obiettivo di costruire un linguaggio comune e un'agenda condivisa tra imprese, istituzioni, enti del terzo settore e mondo della ricerca. Il ciclo si è articolato in appuntamenti tematici verticali, ciascuno dedicato a un diverso “incontro” della sostenibilità con temi chiave della contemporaneità.

Nel loro insieme, questi eventi hanno dimostrato come la sostenibilità non sia un tema settoriale, ma un principio guida che permea trasversalmente tutte le dimensioni della società contemporanea. Grazie al contributo di relatori autorevoli e all'attivazione di dialoghi estremamente qualificati, il ciclo *“Quando la sostenibilità incontra...”* ha contribuito a generare consapevolezza, rafforzare reti e tracciare traiettorie comuni per un futuro più equo, coeso e responsabile.

Di seguito si ripercorrono tutti gli eventi, introdotti da Simonetta Giordani, Segretario Generale dell' Associazione Civita.



Quando la sostenibilità incontra il capitale umano

6 febbraio 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

Andrea Granelli – CEO Kanso, founder Venture Thinking
Ornella Chinotti – Responsabile Assessment Hub Europa, Mercer
Daniele Di Fausto – CEO efM, founder Venture Thinking
Gian Paolo Manzella – Vice Presidente Svimez, già Sottosegretario Mise
Gianluca Orefice – Direttore Human Capital and Organization, Autostrade per l'Italia
Giorgio Pivetta – Former CHRO Campari Group, Founder Campari University

Quando la sostenibilità incontra la strategia di impresa

21 marzo 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

Mario De Pizzo – Giornalista TG1 RAI
Loredana Cortis – Direttore Affari Istituzionali, Fincantieri
Raffaella Luglini – Chief Sustainability Officer, Leonardo
Michelangelo Suigo – Direttore Relazioni Esterne e Sostenibilità, INWIT
Valerio Valla – CEO Studio Valla European Consulting
Renato Vichi – Head Institutional Affairs & External Communication, Intesa Sanpaolo

Quando la sostenibilità incontra l'inclusione sociale, donne e STEM

26 marzo 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

IN COLLABORAZIONE CON

Philip Morris Italia

Claudia Conte – Giornalista e conduttrice televisiva
Giuseppe Gola – CEO Open Fiber
Nicola Maccanico – CEO Cinecittà
Federico Mollicone – Presidente Commissione Cultura Camera dei Deputati
Elisabetta Romano – EVP e Chief Network Operations & Wholesale Officer, TIM
Eleonora Santi – Direttrice Relazioni Esterne, Philip Morris Italia
Marta Schifone – Presidente Intergruppo STEM, Camera dei Deputati
Marina Elvira Calderone – Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali

Quando la sostenibilità incontra la misurazione dell'impatto sociale

22 aprile 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

Roberto Basso – Direttore Relazioni Esterne e Sostenibilità, WindTre
Valeria Brambilla – Amministratore Delegato, Deloitte Touche
Stefano Firpo – Direttore Generale, Assonime
Antonio Matonti – Direttore Affari Legislativi, Confindustria
Luca Torchia – Chief Communication Officer, Ferrovie dello Stato
Stefania Pedroni – Responsabile Wealth Planning, Intesa Sanpaolo Private Banking

Quando la sostenibilità incontra l'economia circolare tra riciclo e riuso

20 maggio 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

IN COLLABORAZIONE CON

Philip Morris Italia, ASviS

Carlo Corazza – Rappresentante in Italia del Parlamento Europeo
Laura D'Aprile – Capo Dipartimento Sviluppo Sostenibile, MASE
Enrico Giovannini – Direttore Scientifico, ASviS
Elena Maggioni – Head Business Development & Transformation, A2A Ambiente
Massimo Medugno – Direttore Generale, Assocarta
Marco Ravazzolo – Direttore Ambiente, Energia e Mobilità, Confindustria
Michele Samoggia Zerbetto – Senior Manager Communication, Sustainability & Public Affairs, Philip Morris Italia

Quando la sostenibilità incontra innovazione e stili di vita

24 luglio 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

Eliana Liotta – Giornalista e saggista scientifica
Vincenzo Montemurro – Segretario Generale Fondazione “Il cuore siamo noi”, Società Italiana di Cardiologia
Maria Rita Parsi – Psicoterapeuta e scrittrice
Beniamino Quintieri – Presidente Istituto per il Credito Sportivo
Francesco Riva – Coordinatore Gruppo CNEL su Sport, Alimentazione e Benessere
Luigi Scordamaglia – Presidente, Filiera Italia e Coordinatore, Gruppo di Lavoro Sapori, Alimentazione e Benessere del CNEL

IN COLLABORAZIONE CON

Philip Morris Italia

Quando la sostenibilità incontra l'educazione finanziaria

15 ottobre 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

Marcello Presicci – Presidente del Board, FEduF
Claudia Cattani – Presidente BNL-BNP Paribas e Findomestic Banca
Massimo Lapucci – Presidente EGEA Holding
Giovanna Boggio Robutti – Direttore Generale FEduF
Antonella Centra – Vice President Gucci

IN COLLABORAZIONE CON

FEduF – Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio, Scuola Politica

Quando la sostenibilità incontra innovazioni e strategie per una nuova cultura dell'acqua

21 ottobre 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

Enrico Giovannini – Direttore Scientifico, ASviS
Stefano Pareglio – Presidente, Deloitte Climate & Sustainability
Massimiliano Giansanti – Presidente, Confagricoltura
Tullio Montagnoli – Amministratore Delegato, A2A Ciclo Idrico
Gianna Martinengo – Presidente, Women&Tech® ETS
Francesco Buresti – Responsabile BU Acqua, ACEA
Orazio Carpenzano – Preside, Facoltà di Architettura, Sapienza Università di Roma
Nicola Dell'Acqua – Commissario Straordinario nazionale per l'adozione di interventi connessi alla crisi idrica

IN COLLABORAZIONE CON

A2A

Quando la sostenibilità incontra l'informazione

30 ottobre 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

Carlo De Masi – Presidente, ADICONSUM
Mario De Pizzo – Giornalista, TG1 RAI
Luca Ferlaino – Fondatore, SocialCom
Sabrina Florio – Presidente, Anima per il sociale nei valori d'impresa
Fabio Insenga – Vice Direttore, ADN Kronos
Marcello Presicci – Presidente del Board, FEduF

IN COLLABORAZIONE CON

Philip Morris Italia

Quando l'educazione finanziaria incontra un futuro sostenibile

6 novembre 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

Stefano Volpato – Direttore Commerciale, Banca Mediolanum
Fulvio Rossi – Senior Expert, ASviS
Alessandra Dragotto – Head of Research, SWG
Alfonso Celotto – Professore Ordinario di Diritto Costituzionale, Università Roma Tre
Emiliana De Blasio – Prof.ssa di Sociologia della cultura, LUISS; Advisor per diversità e sostenibilità
Alessandra Smerilli – Segretario del Dicastero per lo Sviluppo Umano Integrale, Vaticano

IN COLLABORAZIONE CON

Banca Mediolanum

Quando la sostenibilità incontra il welfare

16 dicembre 2024, sede
Associazione Civita

SPEAKER

Andrea Granelli – CEO Kanso, founder Venture Thinking
Vincenzo Caridi - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
Daniele Di Fausto – CEO efM, founder Venture Thinking
Liliana Fratini Passi – Direttore Generale, CBI
Mauro Ghilardi – Chief People and Transformation Officer, A2A
Giorgio Graziani – Segretario Confederale, CISL
Michele Samoggia – Direttore Relazioni Esterne, Philip Morris Italia

IN COLLABORAZIONE CON

Philip Morris Italia, ASviS

Classificazione Speaker per categoria di Stakeholder

Totale Speaker: 66 (100%)



3.1.3

Attività del Comitato Borghi

Nel corso del 2024, il Comitato Borghi ha intensificato il proprio impegno a favore della rigenerazione e dello sviluppo sostenibile dei borghi storici italiani, adottando un approccio fondato sulla collaborazione tra pubblico e privato e sull'investimento in competenze e formazione. Il Comitato si è distinto come attivatore di processi, interlocutore credibile per le istituzioni e ponte operativo tra amministrazioni locali e imprese, con l'obiettivo di mettere al centro i piccoli Comuni in quanto laboratori di innovazione sociale e culturale. Un momento cardine di questa traiettoria è stato l'evento ArtLab a Montalto delle Marche (11-12 aprile 2024), che ha riunito 17 dei 21 Comuni beneficiari del bando "Attrattività dei Borghi – Linea A" del PNRR. L'iniziativa, svolta in sinergia con l'Unità di Missione PNRR del Ministero della Cultura, ANCI, rappresentanti regionali e stakeholder del mondo imprenditoriale e culturale, ha rappresentato un'occasione strategica per approfondire le potenzialità del partenariato pubblico-privato nei processi di rigenerazione. Le aziende del Comitato Borghi hanno avuto un ruolo da protagonisti nei tavoli tematici di co-progettazione, contribuendo all'individuazione di priorità operative condivise. Tre sono stati i principali ambiti emersi dal confronto:

TURISMO E CULTURA

con l'urgenza di definire modelli di gestione sostenibile e integrata, che valorizzino le economie locali e arricchiscano l'offerta esperienziale.

CONNETTIVITÀ E DIGITALE

intesi come driver fondamentali per l'accessibilità e la competitività dei borghi, da accompagnare con un investimento mirato nella formazione degli amministratori locali.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E MOBILITÀ DOLCE

considerati elementi chiave per uno sviluppo armonico e responsabile, capace di rispettare l'identità dei luoghi.

Proprio con l'intento di dare continuità a questi dialoghi e costruire percorsi formativi mirati, il Comitato ha promosso una *survey* nazionale sulla piattaforma Cultura Borghi (borghi.cultura.gov.it), rivolta agli Amministratori dei Comuni coinvolti nella Linea A. Il questionario, che ha raccolto indicazioni preziose sui fabbisogni formativi e i temi di maggiore interesse per gli enti locali, è stato il punto focale dell'intervento *"Le imprese per i borghi del futuro"*, presentato dal Segretario Generale Simonetta Giordani nello stand MIC alla 41ª Assemblée nazionale dell'ANCI. La raccolta dei dati ha aperto nuove opportunità per il coinvolgimento delle imprese del Comitato, che si sono candidate per l'attivazione di webinar tematici su progettazione culturale, gestione dell'innovazione, mobilità sostenibile, marketing territoriale e strumenti digitali. In parallelo, è stata avviata la produzione

di contenuti per l'area *e-learning* della piattaforma Cultura Borghi, con l'obiettivo di costruire una biblioteca digitale a supporto continuo della professionalizzazione degli amministratori locali. Le pillole formative hanno affrontato temi cruciali come la gestione culturale, la transizione digitale, la governance dei territori, garantendo un apprendimento agile e accessibile. Tutte queste attività testimoniano la volontà del Comitato Borghi di contribuire concretamente alla costruzione di una visione condivisa e proattiva dello sviluppo dei borghi italiani. Una visione in cui il patrimonio culturale si intreccia con l'innovazione, la partecipazione civica e la dimensione territoriale, e in cui l'impresa si configura come alleata dell'interesse pubblico. I borghi non sono più soltanto luoghi da tutelare, ma spazi da vivere e ripensare, capaci di generare valore, relazioni e futuro.

3.2 ALTRI PROGETTI ED EVENTI

3.2.1

Vino Civitas



Tra i progetti di punta dell'Associazione Civita, anche nel 2024 ha trovato continuità *"Vino Civitas"*, un'iniziativa emblematica che coniuga cultura enologica e responsabilità culturale, proseguendo nel solco del mecenatismo diffuso. Nato per sostenere il restauro di opere d'arte di rilevanza storica, il progetto ha visto nuovamente la collaborazione con l'azienda vitivinicola Caparzo, realtà riconosciuta per la qualità dei propri vini e per l'impegno nella tutela del patrimonio artistico nazionale. Acquistare il *Vino Civitas* significa, per aziende e sostenitori, diventare mecenati attivi, contribuendo direttamente al finanziamento di un intervento di restauro individuato annualmente dall'Associazione. Nel 2024, grazie a questa formula virtuosa di alleanza tra cultura e impresa, è stato possibile avviare il restauro del *"Ritratto del doge Giovanni I Corner con un segretario"* di Domenico Robusti detto Tintoretto, conservato presso le Gallerie Nazionali di Arte Antica. L'opera, di grande valore storico e artistico, rientrata in Galleria dopo un lungo deposito presso il Ministero degli Esteri, necessitava di un intervento per porre rimedio a danni dovuti a sporco, umidità e urti. Il restauro ne garantirà la conservazione e ne restituirà la leggibilità, offrendo al contempo l'opportunità di approfondirne la conoscenza e valorizzarne la fruizione pubblica. Il valore distintivo di *"Vino Civitas"* risiede nella sua capacità di tradurre un gesto quotidiano – come l'acquisto di una bottiglia di vino – in un'azione concreta di salvaguardia della bellezza e di promozione del patrimonio culturale, con un impatto tangibile sulla comunità e sul territorio.

3.2.2

To BE. Conversazioni sul futuro digitale della cultura

Nel 2024, tra le iniziative di maggior rilievo promosse dall'Associazione Civita in sinergia con i protagonisti del mondo culturale e tecnologico, si distingue il ciclo *"To BE. Conversazioni sul futuro digitale della cultura"*, un progetto ideato dalla Fondazione Kainòn ETS, in collaborazione con l'Associazione Civita, PTS SpA e con il sostegno di ICOM Italia. Il ciclo ha rappresentato un importante spazio di riflessione sulle trasformazioni che il digitale e il Web3 stanno imprimendo ai processi di produzione, fruizione e governance culturale.

I temi affrontati hanno spaziato dalla partecipazione digitale, attraverso modelli decentralizzati come le DAO, all'etica dell'intelligenza artificiale applicata alla cultura, fino all'esplorazione delle nuove forme di esperienza e personalizzazione dell'offerta culturale. Tra gli incontri organizzati nel 2024 si segnalano i seguenti:

"COME FUNZIONANO LE COMUNITÀ DIGITALI NEL WEB3"

18 gennaio, presso Associazione Civita

un approfondimento sulle dinamiche di aggregazione e interazione nel Web3 e sul ruolo delle DAO nella creazione di ecosistemi culturali autonomi, con la partecipazione di esperti di crowdfunding, arte digitale e comunicazione.

"PROGETTARE ESPERIENZE CULTURALI RISPETTOSE NEL WEB3"

8 febbraio, presso PTS SpA

un confronto sul concetto di digital responsibility e sull'uso dell'AI per progettare esperienze culturali inclusive e sostenibili, con contributi da accademici, filosofi e professionisti della cultura digitale.

"TO BE. IL FUTURO DIGITALE DELLA CULTURA"a

19 settembre, presso Associazione Civita

evento ospitato durante la Rome Future Week, dedicato alle implicazioni educative, istituzionali e strategiche della digitalizzazione nella cultura, culminato nella presentazione del paper *"To BE: il futuro digitale della cultura"*.

Il ciclo ha rappresentato un'occasione concreta di co-progettazione culturale, promuovendo modelli di innovazione sostenibile e partecipativa, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 e con la visione strategica di Civita orientata a coniugare cultura, tecnologia e inclusione.



3.2.3

Roadshow del XIV Rapporto Civita “Lungo le vie della conoscenza. Sfide e strumenti per comprendere cultura e scienza”

Nel corso del 2024, l'Associazione Civita ha proseguito la sua attività di valorizzazione e disseminazione dei contenuti del XIV Rapporto Civita “Lungo le vie della conoscenza. Sfide e strumenti per comprendere cultura e scienza”, pubblicato a fine 2023 con il sostegno di Marsilio Editori e in collaborazione con la Fondazione Human Technopole. Il volume, che si propone di rafforzare il legame tra cultura e scienza come dimensioni interdipendenti del benessere collettivo, ha continuato a rappresentare un riferimento per il dibattito pubblico e per le attività culturali promosse durante l'anno dall'Associazione. L'impegno si è concretizzato attraverso un roadshow nazionale costituito da presentazioni e incontri pubblici in un viaggio itinerante da Nord a Sud, che ha toccato Milano, Perugia, Venezia, Taranto e Napoli, volto ad ampliare la diffusione dei temi trattati e a coinvolgere pubblici eterogenei. In occasione di tali appuntamenti sono state distribuite gratuitamente oltre 700 copie del volume, contribuendo a stimolare il confronto tra professionisti della cultura, operatori della conoscenza, studenti, rappresentanti delle istituzioni e cittadini. Questi eventi si sono caratterizzati per un approccio partecipativo e transdisciplinare, coerente con lo spirito del Rapporto, che pone al centro il valore della divulgazione e dell'accessibilità dei saperi scientifici e culturali.

3.2.4

2024: I borghi italiani sui social network

Si tratta di un'indagine, svolta in collaborazione con SocialData, volta a valorizzare la presenza online dei borghi italiani, riconoscendone il ruolo fondamentale nella promozione del patrimonio culturale e turistico nazionale. La ricerca, condotta tra il 18 luglio 2023 e il 18 luglio 2024, ha analizzato il comportamento digitale relativo ai borghi italiani su un ampio spettro di piattaforme – tra cui oltre 350.000 community Facebook, 151.000 blog, 8.500 canali YouTube e più di 21.000 profili Instagram – registrando quasi 59.000 menzioni e oltre 10 milioni di interazioni. Lo studio ha rilevato che Instagram è lo strumento di maggiore impatto in termini di coinvolgimento del pubblico, grazie alla forza attrattiva dei contenuti visivi. I borghi più citati risultano Amalfi, Positano e Peccioli, a cui si aggiungono Bellagio, Tropea, Maratea, Ronciglione e Soave, tutti caratterizzati da un'alta frequenza di menzioni e un sentiment fortemente positivo (72%). Attraverso l'analisi dei dati social, la ricerca mostra non solo l'efficacia dei borghi nel generare attenzione e interazioni, ma anche la loro capacità di emergere come veri e propri simboli di identità territoriale e di attrazione turistica. In questo contesto, il digitale si afferma come una leva strategica per la valorizzazione dei territori, abilitando nuove forme di narrazione e promozione culturale.

3.2.5

Supporto organizzativo all'Istituto VIVE

Nel 2024 l'Associazione Civita ha garantito il proprio supporto organizzativo all'Istituto VIVE – Vittoriano e Palazzo Venezia, affiancandolo nella realizzazione di 34 conferenze dedicate a storia, arte, architettura e musica, valorizzando così il ruolo culturale di Palazzo Venezia come centro di produzione e diffusione del sapere.

3.3 ALTRE ATTIVITÀ EDITORIALI

3.3.1

Quaderno Civita
**“La cultura nei
piani di ripresa
e resilienza di
Portogallo, Spagna,
Francia e Italia.
Un confronto
sullo stato di
avanzamento”**

Nel 2024, l'Associazione Civita ha promosso e curato la pubblicazione del Quaderno di ricerca intitolato “La Cultura nei Piani di Ripresa e Resilienza di Portogallo, Spagna, Francia e Italia. Un confronto sullo stato di avanzamento”, realizzato in collaborazione con lo Studio Valla. La pubblicazione offre un'analisi comparata dello stato di avanzamento dei Piani Nazionali di Ripresa e Resilienza (PNRR) di Francia, Spagna, Portogallo e Italia, evidenziando progressi significativi nell'allocazione e nell'utilizzo delle risorse destinate al settore culturale.

In particolare, dallo studio emerge che l'Italia dimostra, nel confronto degli altri tre Paesi, un utilizzo efficace dei finanziamenti del PNRR nel settore della Cultura. Tuttavia, emergono differenze nelle strategie adottate e sfide operative da superare.



3.3.2

Il Giornale di Civita

L'Associazione Civita ha rafforzato il proprio impegno nella divulgazione culturale attraverso una costante attività editoriale e una presenza sempre più incisiva sul web e sui canali digitali. Il sito ufficiale Civita.it è stato costantemente aggiornato con approfondimenti, notizie, eventi e contenuti editoriali, diventando un punto di riferimento informativo per gli associati e per un pubblico sempre più ampio. A ciò si affianca la newsletter *Il Giornale di Civita*, veicolata in formato digitale a una mailing list di circa 15.000 contatti, con lo scopo di promuovere riflessioni e dibattiti su cultura, sostenibilità, innovazione, patrimonio e politiche pubbliche. Nel corso dell'anno sono stati pubblicati diversi numeri del Giornale, ognuno dedicato a temi di attualità e interesse strategico.

il
GIORNALE
di **CIVITA**

3.3.3

L'importanza dell'investimento nella cultura per le imprese

Nel febbraio 2024 l'Associazione Civita ha contribuito con un autorevole intervento al numero de "I Quaderni del Salone", pubblicazione periodica del Salone della CSR e dell'Innovazione Sociale, con un contributo intitolato "L'importanza per le imprese di investire in cultura". In questo approfondimento, Civita ha ribadito con forza il valore strategico degli investimenti culturali da parte delle imprese, non solo come espressione di responsabilità sociale, ma anche come leva per lo sviluppo sostenibile e la competitività. Il contributo ha messo in luce come la cultura possa rappresentare un fattore abilitante di coesione territoriale, innovazione e impatto sociale, a patto che venga integrata in modo strutturale nelle politiche ESG aziendali. Civita ha infatti evidenziato la necessità di superare una visione filantropica tradizionale, promuovendo modelli di partenariato culturale capaci di generare valore condiviso, attraverso approcci basati sulla co-progettazione con enti culturali, istituzioni e comunità locali. Questa partecipazione testimonia l'impegno dell'Associazione di affermare il ruolo della cultura come dimensione imprescindibile della sostenibilità e di promuovere un dialogo sempre più maturo e strategico tra mondo imprenditoriale e sistema culturale.

3.4 INIZIATIVE ESCLUSIVE PER GLI ASSOCIATI

3.4.1

In itinere - ciclo di visite guidate

Anche nel corso del 2024, l'Associazione Civita ha proseguito con impegno nella promozione della fruizione attiva del patrimonio artistico e culturale, attraverso il ciclo di visite guidate "In itinere". L'iniziativa, rivolta principalmente agli associati, ha rappresentato un'opportunità di approfondimento e partecipazione culturale, con l'obiettivo di favorire un dialogo diretto con il patrimonio, stimolando consapevolezza e senso di appartenenza. Il programma ha incluso sei appuntamenti in alcuni tra i più prestigiosi luoghi della cultura italiana, coinvolgendo un totale di 134 partecipanti. Le visite hanno toccato realtà espositive di rilievo nazionale come le Scuderie del Quirinale con la mostra "Favoloso Calvino" (26 gennaio), la Triennale di Milano con l'installazione di Ron Mueck (7 febbraio), il Palazzo Bonaparte con l'esposizione su Escher (26 febbraio), il Palazzo Braschi con la rassegna dedicata all'arte giapponese "Ukiyoe" (11 maggio), i laboratori di restauro di Palazzo Barberini (3 luglio) e l'Accademia Americana a Roma (27 settembre). Tutte le visite si sono svolte in lingua italiana e hanno privilegiato una dimensione raccolta, volta a garantire un'esperienza culturale di qualità e un'interazione più diretta con i luoghi visitati. Il progetto ha confermato l'efficacia delle attività esperienziali come strumento per avvicinare i pubblici al patrimonio e promuovere il valore della cultura come leva di cittadinanza attiva e benessere sociale.

IN ITINERE

Viaggio a Roma



3.4.2

Appuntamenti con la musica

Nel corso del 2024, l'Associazione Civita ha rinnovato il consueto appuntamento riservato agli Associati con il Teatro dell'Opera di Roma. In parallelo, grazie alla collaborazione con il nuovo Associato Accademia Nazionale di Santa Cecilia, è stato possibile arricchire il programma musicale con concerti di musica sinfonica e da camera.

3.4.3

Rassegna Cinematografica

Associazione Civita promuove regolarmente una rassegna cinematografica presso la propria sede di Piazza Venezia a Roma, trasformando la terrazza in uno spazio di incontro e riflessione culturale, dove il cinema diventa occasione per esplorare i temi di attualità, arte e immaginario collettivo.



3.4.4

Concerto di Natale: Cento storie per cento canzoni con Luca Barbarossa

Il 25 novembre 2024, presso il Salone Pietro da Cortona di Palazzo Barberini, si è tenuto il "Concerto di Natale: Cento storie per cento canzoni", un evento esclusivo promosso da Associazione Civita. L'iniziativa ha visto la partecipazione del cantautore Luca Barbarossa, protagonista di un originale format che ha unito esibizione musicale e racconto, dando vita a un concerto-intervista capace di intrecciare note, parole e memoria collettiva. L'evento, svolto in lingua italiana, ha registrato un'affluenza di 153 partecipanti. Questa iniziativa ha rappresentato un'importante occasione di condivisione culturale, contribuendo al rafforzamento della coesione tra gli Associati e alla valorizzazione dell'identità musicale e narrativa italiana.



3.5 CIVITA PER L'AMBIENTE

Per Associazione Civita, l'impegno verso la sostenibilità ambientale costituisce un elemento centrale che orienta i processi interni, le modalità di attuazione della propria missione istituzionale e le strategie di comunicazione. In quest'ottica, sono state avviate iniziative concrete finalizzate a rendere tangibile tale impegno e a promuovere comportamenti responsabili dal punto di vista ambientale.



L'Associazione ha adottato l'utilizzo esclusivo di carta riciclata per tutte le attività d'ufficio e di segreteria, promuovendo pratiche di consumo consapevole.



La sede dell'Associazione è accessibile unicamente tramite mezzi di trasporto pubblico o veicoli elettrici autorizzati, contribuendo così alla riduzione delle emissioni di CO₂.



All'interno di tutti gli spazi dell'Associazione sono stati installati contenitori dedicati alla raccolta differenziata, a sostegno di una corretta gestione dei rifiuti

In conformità agli impegni assunti nel contratto di locazione stipulato con il Gruppo Generali, l'Associazione ha aderito alle iniziative promosse in materia di efficienza energetica. Tali azioni sono orientate al conseguimento di obiettivi strategici condivisi, tra cui la mitigazione degli impatti ambientali, la riduzione delle emissioni di carbonio, un uso più consapevole delle risorse naturali e il contenimento dei livelli di inquinamento. Tra le iniziative previste si annoverano, a titolo esemplificativo:

ILLUMINAZIONE

Limitazione dell'accensione delle luci durante le ore notturne, incluse le insegne ad alto consumo energetico.

Riduzione dell'intensità luminosa, in conformità con la normativa vigente.

Installazione di sistemi di accensione e spegnimento automatici tramite sensori di presenza, soprattutto nelle aree comuni, tecniche, parcheggi e spazi esterni.

Attività di *relamping* per l'impiego di tecnologie di illuminazione a basso consumo.

CLIMATIZZAZIONE

Regolazione dei livelli di temperatura invernale ed estiva, nel rispetto dei parametri normativi, al fine di contenere il dispendio energetico.

Monitoraggio mirato delle temperature operative da parte del gestore globale per identificare aree con inefficienze termiche e definire specifici interventi correttivi.

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

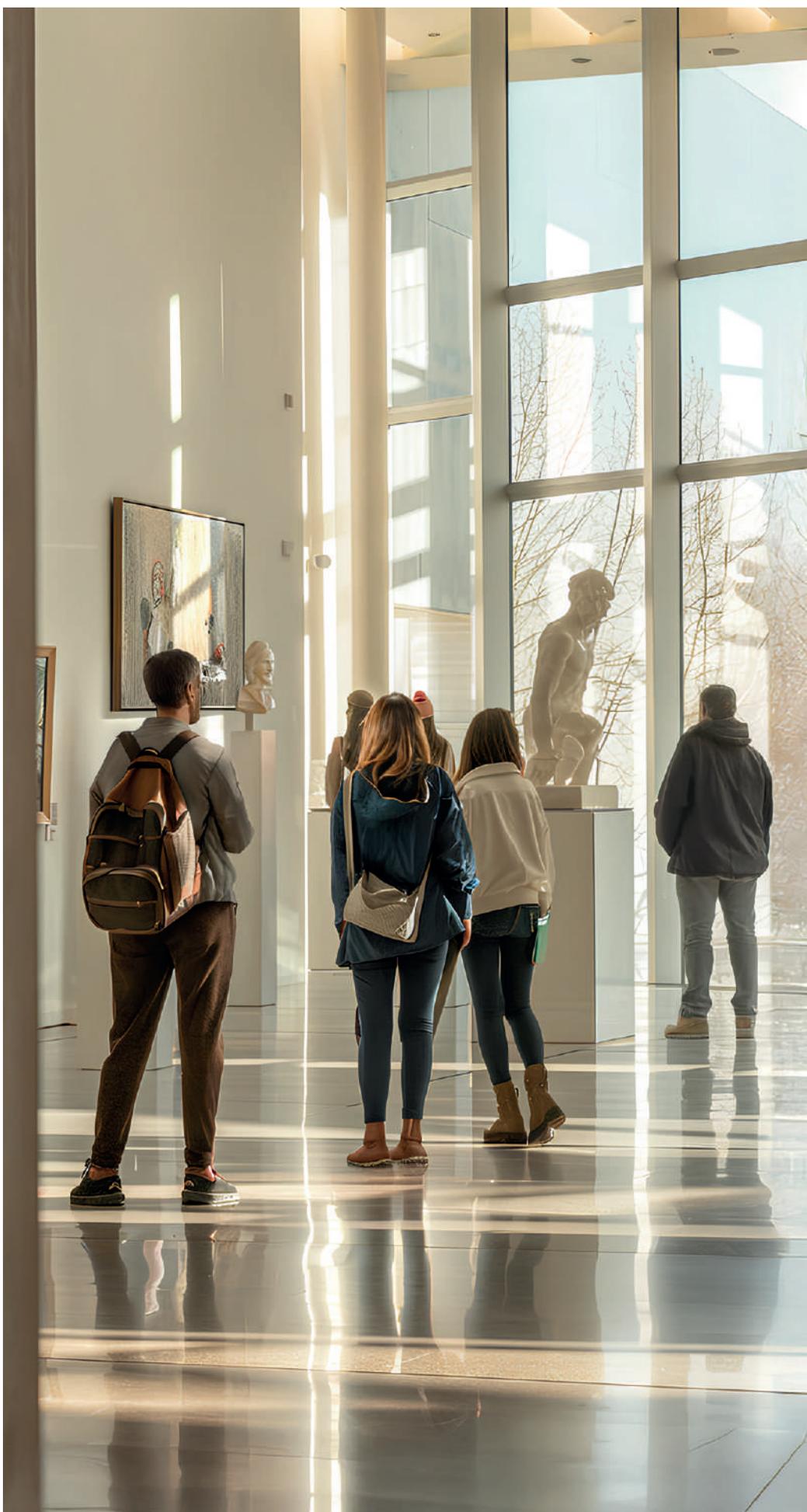
Promozione della concentrazione dei periodi di chiusura durante le festività, per facilitare lo spegnimento coordinato degli impianti.

Incentivazione dell'utilizzo dello smart working al fine di ottimizzare la gestione energetica degli spazi e ridurre i giorni di apertura non essenziali.

Valutazione della rimodulazione degli orari di attività per i servizi di presidio e sorveglianza, in particolare nelle fasce orarie notturne.

4

LA CREAZIONE DI VALORE



4.1 IL VALORE DELLA CULTURA

Negli ultimi decenni, in un contesto internazionale sempre più complesso e dinamico, la cultura si è confermata non solo come un asset economico e sociale, ma anche come forza trasformativa capace di guidare il cambiamento verso società più giuste, inclusive e resilienti. Secondo l'UNESCO, le industrie culturali e creative generano circa il 3,1% del PIL mondiale e il 6,2% dell'occupazione globale. A livello europeo, nel 2023 il settore culturale contava 7,8 milioni di occupati nell'Unione Europea (pari al 3,8% del totale) (Eurostat, 2024). L'ecosistema delle industrie culturali e creative (ICC) rappresenta circa il 3,95% del valore aggiunto dell'UE e include approssimativamente 1,2 milioni di imprese, di cui oltre il 99,9% sono piccole e medie imprese (PMI). La strategia dell'Unione Europea, fondata sui principi della transizione verde e digitale, orienta il futuro del settore culturale promuovendo la digitalizzazione, la costruzione di comunità inclusive, l'innovazione sociale e il welfare culturale. Tali obiettivi vengono perseguiti attraverso approcci intersettoriali e l'esplorazione di modelli finanziari innovativi. In ambito politico, la cultura è sempre più centrale all'interno di un'agenda trasversale, quindi orientata a una valutazione olistica e quali-quantitativa, alla valorizzazione del tessuto sociale ed economico delle aree urbane e rurali e alla definizione di un'occupazione dignitosa e di elevata qualità. Su questi stessi principi si concentra anche il dibattito internazionale, in vista della Conferenza Mondiale dell'UNESCO sulle politiche culturali e lo sviluppo sostenibile, MONDIACULT 2025. Questo forum ministeriale rappresenta un'occasione in cui i 194 Stati membri dell'UNESCO collaborano per delineare e assumere impegni condivisi rispetto all'agenda culturale globale. Il percorso, già avviato con la conferenza di Città del Messico del 2022, proseguirà con l'edizione del 2025, che si terrà a Barcellona, dove verranno inclusi nuovi assi tematici in chiave sostenibile per il futuro della cultura (Diritti culturali; tecnologie digitali nel settore culturale; cultura e istruzione; economia della cultura; cultura e azione per il clima; cultura, patrimonio e crisi) e inediti focus strategici trasversali (cultura come catalizzatore della pace; Intelligenza Artificiale e cultura). In questo contesto internazionale, l'Italia assume un ruolo di leadership nella definizione e attuazione di politiche culturali orientate allo sviluppo sostenibile. La cultura e la creatività rappresentano gli elementi distintivi del Paese, grazie a un patrimonio culturale di straordinario valore e a una tradizione di eccellenza che il Made in Italy esprime a livello internazionale.

Il settore culturale e creativo, caratterizzato da una forte presenza di piccole e medie imprese,

conferma la propria rilevanza strategica in termini economici, occupazionali e di innovazione sociale: nel 2023 il Sistema Produttivo Culturale e Creativo (SPCC) ha registrato 104,3 miliardi di euro di valore aggiunto, con una crescita del +5,5% rispetto al 2022, e ha impiegato 1.550.068 lavoratori, pari al 5,9% della forza lavoro nazionale. Inoltre, si stima che per ogni euro prodotto dalle attività culturali e creative, ne vengano generati altri 1,8 nel resto dell'economia: questo porta il valore complessivo della filiera culturale a circa 297 miliardi di euro, pari al 15,8% del PIL italiano (Fondazione Symbola, 2024). Il settore culturale non deve essere considerato come un ambito isolato, ma come parte integrante di un ecosistema complesso, che coinvolge attori pubblici, privati, organizzazioni del terzo settore, cittadini e comunità. Gli operatori del sistema culturale e creativo svolgono un ruolo cruciale nella promozione di uno sviluppo sostenibile di tipo olistico e integrato, contribuendo in modo significativo alla crescita economica, al benessere collettivo e alla coesione sociale. In tale prospettiva, l'Associazione Civita si configura come un attore di riferimento, poiché sostiene concretamente lo sviluppo sostenibile fondato sulla cultura. Essa opera lungo diverse direttrici, promuovendo studi, ricerche e proposte operative volte a definire gli strumenti per la misurazione dell'impatto culturale e per la valorizzazione dell'innovazione, con particolare attenzione ai processi di transizione digitale e alle tecnologie emergenti, come l'Intelligenza Artificiale Generativa. Tali strumenti risultano fondamentali per interpretare e valorizzare la cultura nelle sue molteplici dimensioni: economica, ambientale, sociale e antropologica. Nel corso del 2024, l'Associazione Civita si è affermata come un efficace punto di riferimento per l'aggregazione e il networking, facilitando il dialogo e la cooperazione tra soggetti pubblici e privati. Attraverso la promozione di un approccio ecosistemico allo sviluppo territoriale basato sulla cultura, Civita ha contribuito in modo significativo alla valorizzazione sia dei contesti urbani che delle aree interne e, in particolare, dei borghi. Le iniziative realizzate testimoniano il perfetto allineamento dell'Associazione con le strategie nazionali, europee e internazionali in materia di cultura e sostenibilità. Il Report di Sostenibilità 2024 non si limita a documentare i risultati conseguiti, ma si propone come strumento di visione e orientamento strategico, esprimendo l'impegno continuo dell'Associazione Civita nell'affrontare con competenza e spirito innovativo le sfide future, in coerenza con i principi e le priorità delineate dalla Conferenza MONDIACULT 2025.



Impatti economico-occupazionali della cultura a livello globale, europeo e nazionale

NEL MONDO

3,1%

PIL globale

6,2%

dell'occupazione globale

IN EUROPA

3,95%

di valore aggiunto a livello europeo

7,8 mln

di occupati nell'UE
(pari al 3,8% del totale europeo)

IN ITALIA

1.550.068

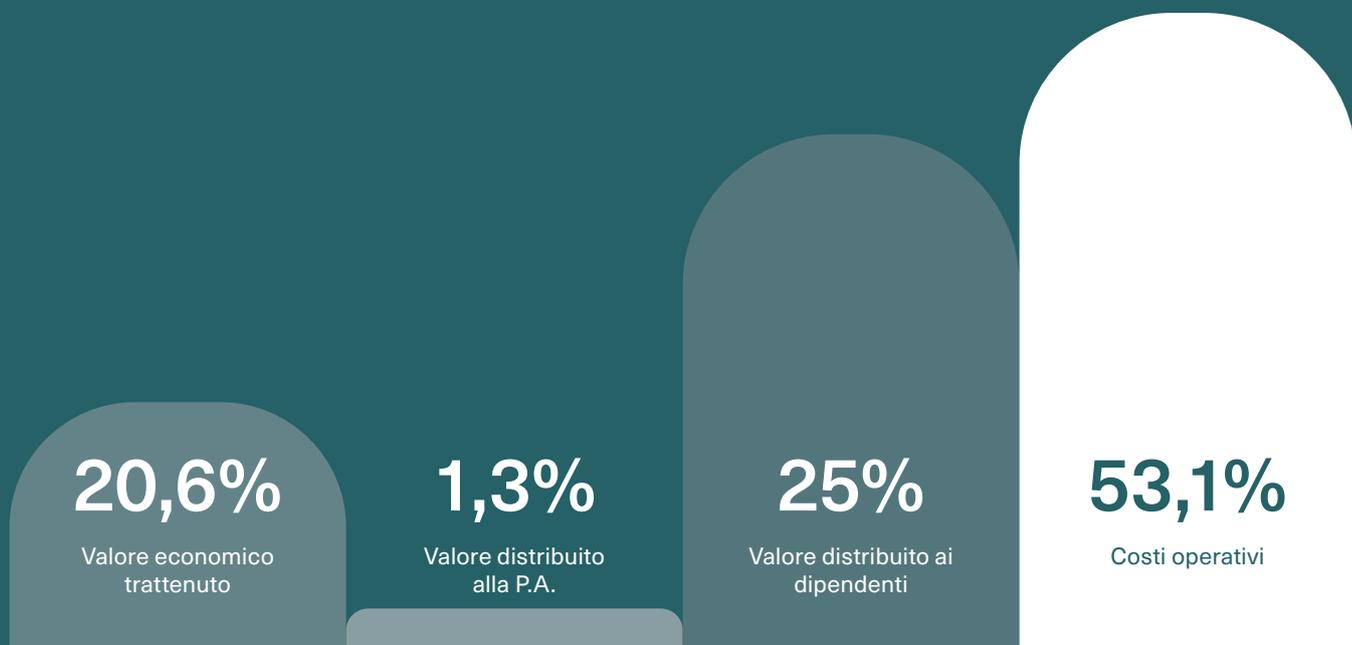
lavoratori
(5,9% della forza lavoro nazionale)

per 1€ prodotto dalle attività culturali e creative se ne generano altri 1,8 nel resto dell'economia, quindi il valore complessivo della filiera culturale a circa 297 miliardi di euro (15,8% del pil italiano)

4.2 VALORE GENERATO E DISTRIBUITO DA ASSOCIAZIONE CIVITA

Il profondo legame che unisce l'Associazione Civita alla collettività rappresenta un elemento distintivo e motivo di orgoglio in primis per le imprese associate, evidenziato dalla pluralità e dall'eterogeneità delle iniziative sostenute e promosse in diversi contesti geografici. Attraverso la sua presenza capillare, l'Associazione è in grado di generare un impatto positivo su realtà e comunità diversificate. Tali iniziative contribuiscono a consolidare le relazioni con le comunità locali e con i vari stakeholder, nel pieno rispetto dell'integrità dei beneficiari. Nel 2024, il valore economico generato da Associazione Civita ha raggiunto i 2,2 milioni di euro, di cui il 79% è stato redistribuito a favore dei vari stakeholder, come illustrato nel grafico sottostante (i dati sono aggiornati alla data del 17/04/2025).

Ripartizione del valore economico generato nel 2024 (in percentuale)



4.2.1

Valore economico generato e la sua origine

L'Associazione Civita genera il proprio valore economico attraverso fonti con elevati livelli di stabilità e continuità nel tempo. In particolare, una componente significativa deriva dalle quote associative, che rappresentano una fonte ricorrente grazie al loro rinnovo annuale. Tale dinamica garantisce all'Associazione un'entrata costante, indipendente da fattori esterni di volatilità economica, e contribuisce alla sostenibilità finanziaria di lungo periodo. Questa struttura di finanziamento, basata prevalentemente su entrate periodiche e prevedibili, consente all'Associazione Civita di pianificare con efficacia le proprie attività, garantendo una gestione sostenibile delle risorse e promuovendo un impatto positivo duraturo sulle comunità di riferimento. Nel 2024, il valore economico generato dall'Associazione proveniva per il 73% dalle quote associative e per il 26,6% da attività di carattere commerciale o accessorie, come evidenziato nel grafico sottostante.

Valore economico generato e la sua origine nel 2024 (in percentuale)



5

INSIEME PER GENERARE VALORE E SOSTENIBILITÀ PER IL TERRITORIO: IL CASO *ri*GENERAZIONE FUTURO



“L’iniziativa riGenerazione Futuro costituisce un esempio virtuoso di come la partnership fra la nostra Associazione e una grande realtà imprenditoriale impact-oriented, quale il Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane, possa tradursi in una concreta opportunità di creazione di valore condiviso sul piano economico, sociale e culturale a beneficio dei territori e delle comunità del Mezzogiorno”

Simonetta Giordani, Segretario Generale Associazione Civita

Valorizzare il Patrimonio, con investimenti che possano liberare e valorizzare il potenziale della cultura per la sostenibilità sociale, economica, ambientale e culturale del territorio. Promuovere la creazione di partenariati virtuosi fra organizzazioni culturali, imprese, enti del Terzo settore e comunità, per un approccio olistico alla sostenibilità, che coniughi le dimensioni sociali, economiche ambientali e culturali e la creazione di ecosistemi culturali sostenibili. Proporre innovazione negli strumenti e nei modelli di engagement, co-produzione e finanziamento basati sull’uso delle nuove tecnologie di comunicazione, quali il crowdfunding e il match-funding. Questi obiettivi sono stati concretizzati tra il 2023 e il 2024 con il lancio dell’iniziativa “riGenerazione Futuro. I tuoi progetti per il territorio” co-progettata da Associazione Civita insieme a una grande realtà *corporate* italiana, il Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane e con la collaborazione tecnica della piattaforma di crowdfunding e innovazione sociale “Produzioni dal Basso”. L’iniziativa ha dimostrato come la cultura possa trasformarsi in un motore di rigenerazione e sviluppo sostenibile nel Mezzogiorno. Tramite una *call for projects* destinata a realtà del Terzo settore attive nelle Regioni Calabria e Sicilia, i promotori hanno congiuntamente individuato sei proposte progettuali di qualità ad alto potenziale di innovazione negli ambiti cultura, turismo e sostenibilità. L’obiettivo era di identificare progetti che potessero contribuire in modo concreto a rianimare i territori, rispondendo alle esigenze delle comunità locali, in particolare dei gruppi fragili o in zone marginali o a rischio esclusione. Si tratta di iniziative eterogenee, che coprono tutte le aree della sostenibilità - ambientale, economica, culturale e sociale - poiché orientate a valorizzare il

patrimonio artistico e culturale a favore del turismo, dell’inclusione sociale, della partecipazione culturale rivolta ai soggetti svantaggiati e dell’accessibilità al patrimonio per persone fragili o con disabilità. I progetti hanno promosso diverse forme di *storytelling*, dal recupero della memoria storica dei borghi spopolati, ai percorsi di visita accessibili ai non vedenti attraverso riproduzioni in 3D, ai piani educativi per ragazzi dedicati alla cittadinanza attiva e ai principi di legalità, alla realizzazione di diversi percorsi di empowerment e inclusione socio-culturale per detenuti, disabili e tossicodipendenti, alla co-creazione artistica di giovani artiste e artigiani locali volti alla valorizzazione degli antichi mestieri e una bottega di comunità per promuovere le giovani eccellenze artistiche e valorizzare le tradizioni locali. Operativamente, i sei progetti selezionati sono stati supportati da campagne di *crowdfunding* sulla piattaforma “Produzioni dal Basso”, che hanno consentito a ciascuno di essi di raccogliere almeno il 40% del budget necessario alla propria realizzazione. Sulla base di un meccanismo di *match-funding*, Ferrovie dello Stato ha offerto il restante 60% come contributo premiale per consentire agli Enti del Terzo settore di avviare nel corso del 2024 l’implementazione delle iniziative progettuali. L’idea alla base “riGenerazione Futuro” è, quindi, legata non solo al partenariato tra le aziende e il Terzo settore, ma anche al coinvolgimento attivo della cittadinanza nelle diverse fasi progettuali, dal finanziamento all’implementazione, valorizzando così i vari soggetti dell’ecosistema culturale e creativo. Civita si è quindi configurata come soggetto abilitatore e facilitatore del dialogo transettoriale e dell’innovazione culturale a livello territoriale.

L’IMPORTANZA DELL’ECOSISTEMA CULTURALE E DELLE SINERGIE FRA CULTURA, COMUNITÀ E IMPRESA

Nell’ambito del progetto “riGenerazione Futuro”, il crowdfunding ha rappresentato molto più di uno strumento di raccolta fondi, affermandosi come piattaforma collaborativa, in cui impresa, comunità e organizzazioni del Terzo Settore sono attori co-protagonisti. Ognuno di questi soggetti ha contribuito in maniera determinante: le imprese hanno introdotto risorse e visioni strategiche, le comunità hanno garantito il coinvolgimento diretto e il sostegno attivo; e gli enti non profit hanno coniato e strutturato le idee grazie alle loro competenze progettuali. In questo contesto, l’Associazione Civita ha svolto un ruolo di catalizzatore, favorendo l’incontro tra mondi diversi, facilitando processi di co-progettazione e sostenendo la creazione di nuove sinergie. Il successo delle campagne – che hanno mobilitato oltre 300 donatori locali e attivato oltre 63.000 euro in risorse complessive – testimonia la forza di un modello che mette in relazione attori complementari per generare un impatto condiviso, dimostrando come la cultura possa essere terreno fertile per l’innovazione sociale e territoriale.

63.197 €

raccolti complessivamente per finanziare i 6 progetti

27.200 €

raccolti tramite il crowdfunding, con una donazione media pro-capite di 75,5€

36.000 €

contributo in match-funding erogato da Ferrovie dello Stato Italiane

I PROGETTI VINCITORI

REGIONE CALABRIA

“I Guardiani della Memoria: storie silenziose di una Calabria dimenticata” dell’Associazione culturale Mystery Hunters di Cosenza, un progetto che mira a realizzare documentari e iniziative che preservino la memoria e stimolino la conoscenza del patrimonio nascosto e poco noto della Calabria.

“L’idea di questo progetto avventuroso, “I Guardiani della Memoria”, nasce dalla nostra passione per la storia, le tradizioni, l’antropologia, la natura e tutti i luoghi che abbiano fascino e mistero. Vivendo in Calabria dove le colline si rincorrono tra valli rigogliose e antichi borghi sono accarezzati dalla brezza marina, si cela un racconto avvolto nel silenzio dei secoli. Immersi nella bellezza eterea

di paesaggi che raccontano epoche passate, racconteremo un’epopea moderna di coraggio e resilienza.” (Giuseppe Oliva, Presidente Associazione Culturale Mystery Hunters)

Il progetto *“I Guardiani della Memoria: storie silenziose di una Calabria dimenticata”*, promosso dall’Associazione culturale Mystery Hunters di Cosenza, ha raccolto un totale di **10.840,00 €**, di cui **4.840,00 € raccolti da 95 donatori attraverso una campagna di crowdfunding** e 6.000,00 € stanziati da Ferrovie dello Stato. Un risultato che testimonia il forte coinvolgimento della comunità e il valore condiviso della memoria storica e culturale della Calabria nascosta.

“TOUCH ME!” dell’Associazione Wake Up ETS, un progetto che rende accessibile anche a persone con disabilità visiva e mobilità ridotta le opere d’arte urbana del museo Mudiac (Museo Diffuso d’Arte Contemporanea a Catanzaro) attraverso la loro riproduzione in 3D.

“Il progetto “Touch Me!” nasce dall’idea di rendere maggiormente fruibile il Mudiac, il Museo di arte contemporanea creato a Catanzaro dalla nostra associazione. La sua missione è superare le barriere fisiche e sensoriali che limitano l’accesso all’arte. Attraverso la stampa 3D di opere d’arte selezionate, il progetto consentirà a tutti di “vedere” e “comprendere” le opere attraverso il tatto e l’esplorazione ravvicinata. I destinatari primari del progetto sono le persone con disabilità visive,

alle quali questi modelli offriranno la possibilità di sperimentare l’arte in modo completamente nuovo, coinvolgente e accessibile. Inoltre, coinvolgeremo ragazzi con disagio sociale e disabilità nei laboratori di creazione delle opere, trasformandoli in “guide turistiche” per i beneficiari con disabilità visive.” (Vincenzo Costantino, Presidente Associazione Culturale Wake Up – ETS e Direttore Mudiac)

Il progetto “Touch Me!” ha raccolto un totale di 10.830,00 €, grazie anche al contributo di 31 donatori che, tramite una campagna di crowdfunding, hanno versato complessivamente 4.830,00 €. Un sostegno concreto alla missione di rendere l’arte urbana accessibile e inclusiva, abbattendo le barriere sensoriali e sociali attraverso l’innovazione e la partecipazione attiva.

“#trameascuola | Costruiamo un futuro libero dalle mafie!” della Fondazione Trame ETS di Lamezia Terme, un progetto che offre un ciclo di attività educative e culturali, tra cui laboratori nelle scuole, incontri con autori e letture ad alta voce per sensibilizzare i giovani ai principi della legalità e della lotta alle mafie, promuovendo i valori di responsabilità civile e giustizia.

“#trameascuola è un percorso di educazione alla lettura nelle scuole primarie e secondarie del lametino: testi sui temi cari alla Fondazione e che gli studenti, accompagnati dal personale docente e dagli operatori della Fondazione stessa, leggono e

discutono nelle loro classi, per poi confrontarsi con gli autori dei testi, sottoponendo loro domande e valutazioni emerse nei percorsi di lettura.” (Nuccio Iovene, Presidente Fondazione Trame ETS)

Il progetto *“#trameascuola | Costruiamo un futuro libero dalle mafie!”*, ha ottenuto un sostegno complessivo di 10.355,00 € con il coinvolgimento di 94 donatori che hanno contribuito con 4.355,00 € attraverso il crowdfunding. Un risultato che conferma quanto sia sentita e condivisa la necessità di educare le nuove generazioni ai valori della legalità, della consapevolezza civica e del contrasto alle mafie, partendo dai banchi di scuola.

REGIONE SICILIA

“Your TRIP in MY Shoes | In viaggio oltre i limiti del pregiudizio” della Cooperativa Sociale Al Revès, un progetto di empowerment e inclusione sociale e culturale di persone che hanno disabilità fisiche o che versano in condizioni di difficoltà sociale, attraverso laboratori narrativi e artistici.

“Simona Anedda ed io abbiamo dimestichezza con il significato del pregiudizio. Da qualche anno giriamo l'Italia portando la nostra testimonianza nelle scuole, nelle comunità e anche nelle carceri; raccontiamo 'le nostre prigionie': la storia semplice e – forse per questo – straordinaria, di una coppia che è riuscita a coniugare due mondi apparentemente diversi, il carcere e la disabilità, rafforzandosi l'un l'altra. [...] Con questo spirito è iniziata una collaborazione che ha generato un progetto di rete di cui è capofila la cooperativa Al Revés di Palermo -con il laboratorio Sartoria Sociale-, al quale partecipano “alleanza creativa Sperone167” e l'associazione

“Voci di dentro”, editore dell'omonima rivista. Una condivisione di obiettivi concretizzatasi con “Your Trip in My Shoes | Un viaggio oltre i limiti del pregiudizio”, una iniziativa che invita all'empatia: un percorso emozionale che coinvolgerà tutti i sensi, per raccontare e attraversare le sensazioni e gli stati d'animo di chi sperimenta condizioni di imprigionamento e limitazione.” (Claudio Botton, Vicedirettore della rivista Voci di dentro – Al Revés società cooperativa sociale)

Il progetto “Your TRIP in MY Shoes | In viaggio oltre i limiti del pregiudizio” ha raggiunto un finanziamento complessivo di 10.703,00 €, con 4.733,00 € provenienti da 66 donatori che hanno sostenuto la campagna di crowdfunding. Il successo della raccolta fondi rivela quanto la volontà di superare i pregiudizi, attraverso esperienze condivise e linguaggi creativi, riesca a generare partecipazione e impegno collettivo per una società più equa.

“CraftEolie - Coltivare le tradizioni, plasmare il futuro” dell'Associazione Amanei per riscoprire e valorizzare in chiave moderna arti e mestieri tradizionali delle Isole Eolie.

“CraftEolie si è articolato tra le località di Santa Marina Salina e Lingua, durante il periodo di bassa stagione, quando le attività stagionali chiudono e l'isola si svuota, lasciando dietro una quiete che può diventare isolamento. È in questo contesto che nasce CraftEolie, con l'obiettivo di riscoprire le radici culturali e riaccendere il rapporto degli isolani con il proprio territorio attraverso l'artigianato e l'arte

contemporanea.” (Marta Bandini ed Elettra Bottazzi, Project managers Associazione Amanei)

“CraftEolie – Coltivare le tradizioni, plasmare il futuro” ha raccolto complessivamente 10.230,00 €, di cui 4.230,00 € donati da 45 sostenitori attraverso il crowdfunding. Il sostegno ricevuto evidenzia quanto la valorizzazione delle tradizioni artigianali, reinterpretate in chiave contemporanea, possa diventare un'occasione d'incontro, scambio e partecipazione attiva per la comunità eoliana, anche nei periodi lontani dal flusso turistico.

“Putia Lab- Sicily and Sicilians 3.0”

dell'Associazione culturale MostraMed di Palermo, un progetto finalizzato alla creazione di una bottega di comunità artistica per promuovere le giovani eccellenze siciliane e valorizzare le tradizioni locali. *“Vogliamo costruire una vasta comunità artistica e culturale in Sicilia, che possa fungere da principale punto di riferimento per tutte le organizzazioni, sia pubbliche che private, interessate a sviluppare progetti artistici. Questi progetti potrebbero riguardare diverse forme d'arte come pittura, scultura, street art, fotografia e videomaking, coinvolgendo artisti locali attraverso una varietà di attività e servizi, come eventi, contest, bandi e progetti creativi.”* “Vogliamo creare una vera e propria “rete social-culturale”, un'occasione

di sinergia e collaborazione tra realtà (altre associazioni, organizzazioni, accademie, gallerie, scuole) esistenti o future che si occupano di arte e condividono la nostra mission.” (Sandro Agliandolo, Associazione MostraMed)

“Young Putia – Sicily and Sicilians 3.0” ha raccolto complessivamente 10.239,00 €, di cui 4.239,00 € provenienti da 29 donatori attraverso il crowdfunding. La campagna ha attivato una prima rete di partecipazione attorno all'idea di una bottega creativa condivisa, capace di valorizzare i talenti emergenti e dare nuova forza alle espressioni artistiche e artigianali della Sicilia contemporanea, con uno sguardo aperto alla collaborazione tra generazioni e territori.

LA VALUTAZIONE D'IMPATTO DI “riGenerazione Futuro”

In linea con quanto previsto dal progetto “riGenerazione Futuro”, nel 2024 l'Associazione Civita, in qualità di soggetto promotore, ha svolto attività di monitoraggio, adottando una metodologia finalizzata ad analizzare in modo adeguato l'impatto generato dalle iniziative finanziate e realizzate nei territori di riferimento. A tal fine, è stato adottato come *framework* di riferimento il sistema UNESCO *Culture|2030 Indicators*, uno strumento di monitoraggio concepito per essere applicato a livello nazionale e urbano, ma che include anche indicatori adattabili al contesto di singole progettualità. In particolare, nell'ambito delle quattro aree tematiche individuate dall'UNESCO, sono stati selezionati specifici indicatori ritenuti pertinenti per l'analisi dei progetti di “riGenerazione Futuro”. A supporto della raccolta dati, è stato predisposto un questionario rivolto alle organizzazioni proponenti, finalizzato a rilevare gli esiti e gli impatti delle iniziative. A complemento dell'indagine quantitativa, è stata inoltre condotta un'attività di monitoraggio di tipo qualitativo, attraverso la realizzazione di interviste semi-strutturate con i responsabili di progetto, al fine di approfondire la comprensione degli impatti generati e integrare le informazioni raccolte.

Come di seguito sintetizzato, lo strumento UNESCO *Culture|2030 Indicators* si caratterizza per la capacità di articolare la misurazione dell'impatto culturale attraverso quattro dimensioni tematiche trasversali.



DIMENSIONE 1: AMBIENTE E RESILIENZA

Questa dimensione analizza il contributo della cultura e del patrimonio (tangibile, intangibile e naturale) allo sviluppo sostenibile degli insediamenti umani, in linea con il pilastro “Pianeta” degli SDGs. Valuta l'impegno dei Paesi nella tutela del patrimonio e la qualità dell'ambiente urbano, considerando spazi pubblici e infrastrutture culturali.



DIMENSIONE 2: IMPATTI SUL BENESSERE ECONOMICO

Questa dimensione valuta come la cultura contribuisce a rendere l'economia più inclusiva e sostenibile, generando reddito, occupazione e stimolando il commercio, in linea con il pilastro “Prosperità” degli SDGs. I sette indicatori analizzano l'impatto economico della cultura e il ruolo della governance nel favorire lo sviluppo economico locale e nazionale.



DIMENSIONE 3: CONTRIBUTO SULLA CONOSCENZA E COMPETENZE

Questa dimensione analizza come la cultura contribuisce alla costruzione di conoscenze, competenze e alla valorizzazione della diversità culturale attraverso l'istruzione e la formazione. Gli indicatori misurano l'impegno delle istituzioni nell'integrare il sapere culturale nei curricula, promuovendo il rispetto della diversità e lo sviluppo delle competenze nei settori creativi.



DIMENSIONE 4: CULTURA COME LEVA DI INCLUSIONE E PARTECIPAZIONE

Questa dimensione valuta come la cultura favorisca la coesione sociale, l'inclusione, la partecipazione e la libertà di espressione culturale. Gli indicatori analizzano l'accesso alla cultura e il ruolo delle pratiche culturali nel rafforzare l'inclusione e l'impegno delle comunità nella vita pubblica.

Nei paragrafi seguenti sono riportati i risultati del monitoraggio, in riferimento alle aree tematiche precedentemente illustrate dell'UNESCO *Culture 2030 framework*, con una selezione di indicatori tematici.

ESITI DEL MONITORAGGIO

DIMENSIONE TEMATICA 1 - AREA AMBIENTE E RESILIENZA

All'interno di quest'area tematica, il monitoraggio ha riguardato specifici KPI associati all'Indicatore 5 – *Open Space for Culture*, con particolare attenzione alla rilevazione degli spazi utilizzati per la realizzazione delle iniziative culturali, nonché all'indicatore relativo alla partecipazione e alla fruizione da parte di visitatori e partecipanti alle attività promosse nell'ambito dei diversi progetti. È opportuno premettere che la maggior parte dei progetti si è sviluppata in contesti periferici, spesso scarsamente popolati – come nel caso delle iniziative *CraftEolie* e *I Guardiani della Memoria* – e, in alcuni casi, in periodi dell'anno con scarsa affluenza turistica. Per esempio, *CraftEolie* ha operato nel Comune di Santa Marina Salina, che conta circa 800 residenti permanenti, a fronte di un afflusso medio di circa 500.000 turisti durante

l'alta stagione nelle Isole Eolie. Altri interventi hanno avuto come obiettivo l'incremento dell'attrattiva turistica di aree poco conosciute, ma di rilevante valore culturale e paesaggistico. Alcuni progetti, invece, si sono focalizzati sul miglioramento della qualità urbana in contesti segnati da condizioni di marginalità, degrado sociale o a rischio di esclusione e infiltrazione criminale; altri ancora hanno agito per il rafforzamento del tessuto imprenditoriale locale e per favorire l'accessibilità alla produzione artistica e creativa. Complessivamente, i sei progetti di piccola scala sono riusciti ad attivare 41 spazi – pubblici e privati – destinandoli ad attività culturali e coinvolgendo circa 4.600 partecipanti nelle due regioni interessate. Di questi, il 76% era rappresentato da bambini e giovani, mentre il 7% era costituito da persone con disabilità.



Considerata la collocazione delle opere artistiche realizzate nell'ambito dei progetti – frequentemente esposte in spazi pubblici e in quartieri densamente popolati – si stima che tali interventi abbiano generato una fruizione più ampia, coinvolgendo circa 600.000 persone. Tale stima si riferisce a turisti e residenti presenti nei luoghi in cui le opere sono state esposte, pur non essendo questi ultimi i destinatari diretti delle iniziative.

DIMENSIONE TEMATICA 2 - IMPATTI SUL BENESSERE ECONOMICO

Il monitoraggio relativo a questa dimensione tematica ha evidenziato il significativo grado di partecipazione che ha contraddistinto i progetti di "riGenerazione Futuro", nonché l'adozione di logiche di ecosistema culturale, in particolare per la creazione di partenariati e la diversificazione degli attori coinvolti, in coerenza con l'Indicatore 8 – *Cultural Business*. Complessivamente, i progetti hanno attivato circa 62 partenariati e sponsorizzazioni, con una prevalenza di soggetti

appartenenti al Terzo Settore, ma includendo anche istituzioni formative e universitarie, enti pubblici locali e imprese private.

Ai fini dell'indagine, sono stati considerati non solo i partenariati caratterizzati da un apporto economico diretto, ma anche quelli di tipo *in-kind*, che hanno previsto la messa a disposizione di spazi, beni o servizi, concretizzatisi durante le fasi di attuazione dei progetti.

TIPOLOGIE PARTNER/SPONSOR CULTURALI



L'analisi del contributo dei progetti alla creazione di valore e ai meccanismi di governance – secondo l'Indicatore 12 – *Governance of Culture* – ha evidenziato, in diversi casi, l'attuazione di misure finalizzate allo sviluppo di competenze professionali orientate alla creazione di occupazione nei settori culturale e creativo. Tra queste si annoverano, ad esempio, programmi di residenza per artisti (progetti *PutiaLab* e *CraftEolie*) e iniziative volte allo sviluppo di competenze tecnologiche avanzate, come quelle che utilizzano la stampa 3D (progetto *Touch Me*). Complessivamente, sono state rilevate cinque misure specifiche di questo tipo. Numerose iniziative risultano inoltre coerenti con l'obiettivo di sensibilizzazione (*awareness raising*) rispetto al ruolo della cultura come fattore abilitante del benessere individuale e collettivo, nonché dello sviluppo sostenibile, per un totale di trentasei programmi attivati nei sei progetti analizzati.

DIMENSIONE TEMATICA 3 - IL CONTRIBUTO A CONOSCENZE E COMPETENZE

Con riferimento al contributo in termini di sviluppo delle conoscenze e delle competenze, i KPI monitorati sono stati quelli associati all'Indicatore 16 – *Cultural & Artistic Education* e all'Indicatore 17 – *Cultural Training*. Dall'analisi è emerso che una quota significativa degli interventi ha coinvolto direttamente un pubblico di bambini: oltre 1.000 minori, corrispondente al 23% dei destinatari complessivi delle iniziative progettuali. Alcune attività sono state rivolte in modo specifico alle scuole primarie, come nel caso del progetto *A Scuola di Cittadinanza*; altre, invece, hanno previsto il coinvolgimento dei bambini, sia all'interno di iniziative artistiche strutturate, sia attraverso il posizionamento di opere d'arte in luoghi abitualmente frequentati da minori, come scuole e spazi educativi (progetti *CraftEolie* e *Your Trip in My Shoes*, che hanno previsto la realizzazione di murali e di opere pubbliche in prossimità

degli edifici scolastici). Infine, altri progetti, come *I Guardiani della Memoria*, hanno previsto il coinvolgimento dei bambini in modo trasversale rispetto alle attività realizzate. Per quanto concerne l'Indicatore 17, si rileva il coinvolgimento diretto di circa 2.400 giovani e studenti – pari al 53% dei partecipanti – appartenenti a scuole secondarie e università.

Questi destinatari sono stati inclusi attraverso eventi e iniziative culturali progettate specificamente per loro, come presentazioni di libri, laboratori propedeutici e percorsi educativi (progetti *A Scuola di Cittadinanza* e *Your Trip in My Shoes*). All'interno dello stesso indicatore, rientrano inoltre le residenze d'artista e le piattaforme di networking e scambio di competenze, come nel caso del progetto *PutiaLab*, che ha coinvolto oltre 130 artisti, nonché i workshop di modellazione digitale realizzati con il progetto *Touch Me*.

23 dei partecipanti alle iniziative educative di *riGenerazione Futuro* erano bambini

53% dei partecipanti alle iniziative educative di *riGenerazione Futuro* erano giovani

DIMENSIONE TEMATICA 4 - CULTURA COME LEVA DI INCLUSIONE E PARTECIPAZIONE

La dimensione dell'inclusione sociale e della partecipazione emerge come elemento trasversale nei progetti analizzati, sia attraverso il coinvolgimento attivo e la valorizzazione delle comunità residenti in aree periferiche – quali, ad esempio, le popolazioni di un'isola dell'arcipelago eoliano o di territori meno conosciuti della Calabria – e del loro patrimonio culturale e identitario, sia mediante l'inclusione di categorie di destinatari a rischio di discriminazione o esclusione sociale, come i detenuti e le persone con disabilità. A tal proposito, si rileva che il 7% dei destinatari diretti dei progetti appartenevano alla categoria delle persone con disabilità. In relazione a questa dimensione tematica, sono stati mappati alcuni parametri riconducibili all'Indicatore 20 – *Access to Culture* e all'Indicatore 21 – *Cultural Participation* del framework UNESCO. Per quanto riguarda il primo, si evidenzia l'utilizzo di circa sette spazi pubblici come sedi per la

realizzazione delle iniziative progettuali, un dato significativo se rapportato alla dimensione medio-piccola degli interventi e indicativo del livello di accessibilità culturale garantito. Con riferimento all'Indicatore 21, sono state monitorate le ricadute mediatiche dei progetti, rilevando un totale di circa 120 citazioni e presenze su testate e canali di comunicazione. Inoltre, attraverso il monitoraggio degli indicatori relativi alla partecipazione nei sistemi di gestione e valorizzazione del patrimonio culturale (*heritage management and governance systems*), è emerso che quattro progetti hanno incluso attività di valorizzazione del patrimonio culturale immateriale co-attuate con membri delle comunità locali. Parallelamente, circa venti iniziative hanno reso prioritaria la partecipazione di soggetti in condizioni di vulnerabilità, svantaggio o fragilità sociale.

circa il

7%

dei destinatari diretti dei progetti erano persone disabili

7

spazi pubblici usati come luoghi di cultura per i progetti

4

iniziative di co-progettazione del patrimonio intangibile con le comunità locali

circa

20

iniziative per promuovere la partecipazione di categorie in situazioni di vulnerabilità, svantaggio o difficoltà

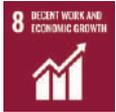
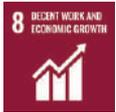


RICONCILIAZIONE INDICATORI FRAMEWORK UNESCO, KPI MAPPATI E SDGs RILEVATI

1° AREA TEMATICA – AMBIENTE E RESILIENZA

INDICATORE FRAMEWORK UNESCO	KPI MAPPATI	SDGs
5. Open space for culture	Spazio a disposizione per le iniziative culturali Partecipanti/visitatori che hanno usufruito delle iniziative	 

2° AREA TEMATICA – GLI IMPATTI SUL BENESSERE ECONOMICO

INDICATORE FRAMEWORK UNESCO	KPI MAPPATI	SDGs
8. Cultural Business	Partner/Sponsor culturali coinvolti Iniziativa realizzate (fra cui mostre, opere collettive, conferenze, presentazioni di libri, ecc)	  
12. Governance of culture	Governance framework: misure specifiche per sostenere la creazione di posti di lavoro nel settore culturale e creativo Ampliare la partecipazione alla governance culturale: Programmi/misure per sostenere e sensibilizzare l'opinione pubblica sul contributo della cultura al benessere e allo sviluppo sostenibile.	 

3° AREA TEMATICA – IL CONTRIBUTO SULLA CONOSCENZA E COMPETENZE

INDICATORE FRAMEWORK UNESCO	KPI MAPPATI	SDGs
16. Cultural & artistic education	Bambini fruitori delle progettualità	 
17. Cultural training	Partecipazione degli studenti a tutti i corsi di istruzione, sensibilizzazione e formazione legati alla cultura o alle industrie creative.	

4° AREA TEMATICA – CULTURA COME LEVA DI INCLUSIONE E PARTECIPAZIONE

INDICATORE FRAMEWORK UNESCO	KPI MAPPATI	SDGs
20. Access to Culture	Accessibilità delle progettualità: spazi pubblici utilizzati	 
21. Cultural Participation	Uscite stampa relative alle progettualità	
22. Participatory Processes	Partecipazione alla gestione del patrimonio e ai sistemi di governance: evidenza di processi guidati dalla comunità durante la valorizzazione e inventariazione del patrimonio immateriale Partecipazione alla gestione del patrimonio e ai sistemi di governance: Misure specifiche per promuovere la partecipazione delle minoranze e/o dei gruppi indigeni alla vita culturale.	  

NOTA METODOLOGICA

Il Sustainability Report 2024 rappresenta per l'Associazione Civita la terza edizione del proprio bilancio di sostenibilità e riporta le informazioni e le osservazioni relative all'esercizio compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2024. Il Bilancio di Sostenibilità si propone di illustrare in modo puntuale le iniziative intraprese e le performance ottenute, evidenziando l'impegno dell'Associazione nella promozione e valorizzazione della cultura. Attraverso le attività realizzate, Civita ha inteso generare impatti positivi sulle dimensioni ESG (Environmental, Social e Governance) e su quella della sostenibilità culturale, a beneficio di tutti i propri stakeholder. Gli standard di rendicontazione adottati da Associazione Civita per la redazione del Bilancio di Sostenibilità sono i *GRI Sustainability Reporting Standards* pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI) nella loro versione più recente, così come riportato nel GRI Content Index presente nel documento. Il Bilancio di Sostenibilità dell'Associazione considera anche gli indicatori tematici per la cultura presenti nell'agenda 2030 dell'UNESCO e sistematizzati nel *Framework Culture 2030 Indicators*. Infine, il presente documento tiene conto delle disposizioni contenute nelle Linee Guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore, approvate con Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali in data 4 luglio 2019, al fine di garantire trasparenza, chiarezza e coerenza informativa nei confronti di tutti gli stakeholder.

Il Bilancio di Sostenibilità è scaricabile dal sito web www.civita.it e per ulteriori dettagli è possibile contattare info@civita.it

STATEMENT OF USE

Associazione Civita ha presentato una rendicontazione in conformità agli standard GRI per il periodo 01/01/2024 - 31/12/2024

GRI CONTENT INDEX

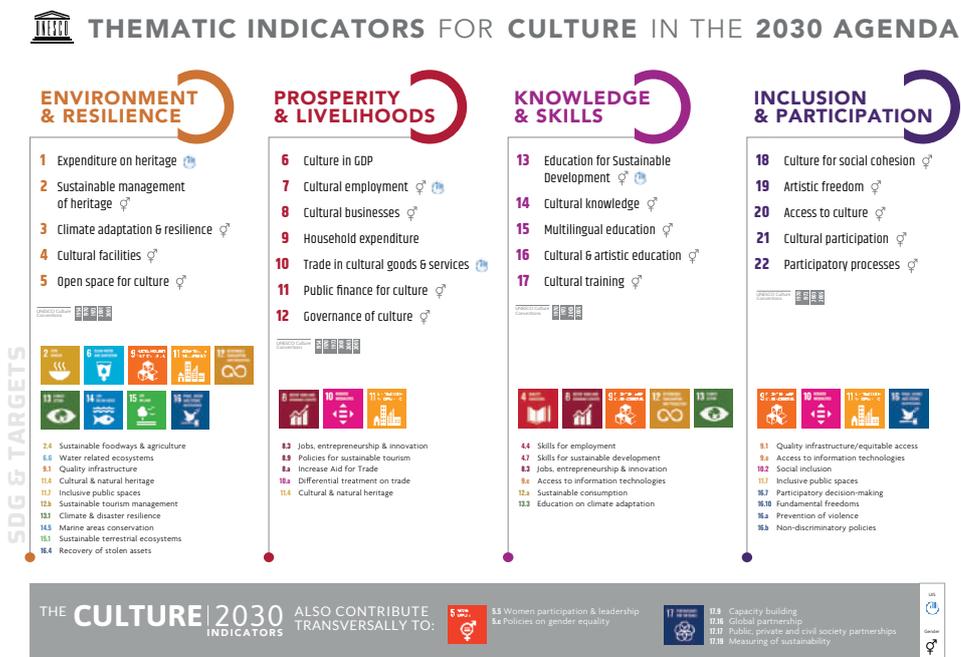
GRI STANDARDS	DISCLOSURES	N. DI PAGINA(E)	NOTE
GENERAL DISCLOSURES			
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Dettagli organizzativi	12-15	
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	51	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	51	
	2-4 Revisione delle informazioni		Nel corso del 2024 non sono stati registrati episodi di revisione delle informazioni fornite in precedenti periodi di rendicontazione.
	2-5 Assurance esterna		Il Bilancio di Sostenibilità dell'Associazione non è oggetto di assurance esterna.
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	7-15; 24-49	
	2-7 Dipendenti	15; 55	
	2-8 Lavoratori non dipendenti	55	
	2-9 Struttura e composizione della Governance	12	
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	9-10; 12	
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti		Nel corso del 2024 non sono stati registrati episodi di non conformità a leggi e regolamenti vigenti.
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	12-15	
GRI 3 MATERIAL TOPICS			
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-1 Processo per determinare i temi materiali	17-20	
	3-2 Elenco dei temi materiali	18-20	
TOPIC SPECIFIC			
GRI 201: Performance Economiche	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	40-41	
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Casi di corruzione e azioni intraprese		Durante l'anno 2024 non sono stati rilevati episodi di corruzione.
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-9 Infortuni sul lavoro		Durante l'anno 2024 non sono stati registrati infortuni sul luogo di lavoro.
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	56	
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	57	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	57	
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing		Durante l'anno 2024 non sono stati registrati episodi di non conformità relativi alle comunicazioni di marketing.
GRI 418: Privacy dei clienti 2018	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti		Durante l'anno 2024 non sono stati registrati episodi di violazione della privacy o perdita di dati.

GLI STANDARD | 2030 CULTURE UNESCO

Come sottolineato nella “Dichiarazione UNESCO sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile per la Cultura nell’Agenda 2030”, la cultura rappresenta l’essenza dell’identità di una comunità e un motore fondamentale per la riduzione delle disuguaglianze e la promozione di uno sviluppo umano inclusivo ed equo, dunque risulta necessario essere consapevoli che “nessuno sviluppo possa definirsi sostenibile senza cultura”. Su questa premessa, i già menzionati Indicatori Tematici dell’UNESCO per la Cultura nell’Agenda 2030 (*Culture|2030 Indicators*) tracciano un framework per la misurazione e il monitoraggio del contributo della cultura nel raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile, specificamente concepito per la misurazione a livello nazionale e locale.

L’Associazione Civita, nel perseguire il proprio obiettivo volto a contribuire positivamente alla propria mission di valorizzazione della cultura, di promozione della sostenibilità tramite la collaborazione fra cultura e impresa e di innovazione, ha deciso di adottare i *Culture|2030 Indicators* come strumento complementare di valutazione e sostenibilità e allo sviluppo socio-economico

del territorio, ha progressivamente consolidato la propria consapevolezza nel ruolo di attore attivo per la crescita sociale, culturale ed economica, riconoscendosi come cittadino tra i cittadini. In questo percorso, ha integrato tra i suoi obiettivi di lungo periodo i *Sustainable Development Goals (SDGs)* promossi dall’Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Come già evidenziato, gli indicatori tematici UNESCO per la Cultura nell’Agenda 2030 costituiscono un framework specifico volto a misurare e monitorare il contributo della cultura nel raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile, sia a livello nazionale che locale. Tale sistema di indicatori valuta il ruolo della cultura non solo come settore autonomo di attività economica e sociale, ma anche come fattore trasversale che incide su molteplici SDGs. In qualità di strumento complementare agli indicatori globali dell’Agenda 2030, i *Culture|2030 Indicators* favoriscono una lettura integrata delle sinergie tra i diversi obiettivi e target dell’agenda. La metodologia proposta si basa su quattro principi chiave, elaborati per sviluppare indicatori sia qualitativi che quantitativi, come descritto nella struttura riportata di seguito:



In questa prospettiva, Associazione Civita ha avviato un percorso di analisi e riconciliazione dei propri indicatori interni, qualitativi e quantitativi, con i quattro principi fondamentali individuati dal framework Culture|2030 e con i relativi SDGs. Il risultato di tale processo viene presentato nella sintesi che segue:

UNESCO CULTURE 2030

DIMENSIONE TEMATICA	INDICATORI QUALI-QUANTITATIVI	INDICATORI FRAMEWORK UNESCO	SDG DI RIF.	PARAGRAFO
Environment & Resilience	Finanziamenti pubblici e partenariati a sostegno della promozione del patrimonio culturale.	1. Expenditure on heritage		
	Impiego di materiali compostabili in sostituzione della plastica tradizionale	2. Sustainable management of heritage; 3. Climate adaption & resilience		3.2 Altri progetti ed eventi; 3.3 Altre attività editoriali; 3.4 Iniziative esclusive per gli associati; 3.5 Civita per l'ambiente; 5. Insieme per generare valore e sostenibilità del territorio: il caso <i>ri</i> Generazione Futuro
	Utilizzo di carta riciclata per la documentazione di segreteria e per il materiale distribuito ai partecipanti agli eventi.			
	Selezione di location facilmente accessibili tramite mezzi di trasporto pubblico.			
	Attivazione di convenzioni con sistemi di mobilità pubblica per favorire la partecipazione agli eventi.			
	Approvvigionamento energetico da fonti rinnovabili, come l'installazione di pannelli solari o l'acquisto di energia verde certificata.			
	Predisposizione di punti di raccolta differenziata durante eventi e attività associative.			
	Numero di eventi organizzati direttamente da Associazione Civita nel corso dell'anno.	4. Cultural facilities; 5. Open space for culture;		3. Le attività del 2024; 5. Insieme per generare valore e sostenibilità del territorio: il caso <i>ri</i> Generazione Futuro
	Numero di eventi organizzati da soggetti terzi ospitati negli spazi di Associazione Civita.			
	Numero di spazi a disposizione degli Associati.			
Superficie complessiva (in metri quadrati) degli spazi gestiti da Associazione Civita.				
			2.5 Incontrarsi e fare comunità: la Terrazza Civita	
Prosperity & Livelihoods	Incidenza del settore culturale sul PIL	7.Cultural employment		4.1 Il valore della cultura
	Incidenza del settore culturale sul PIL sull'occupazione			
	Numero totale di fornitori attivati nel corso del 2024 per la realizzazione di progetti e iniziative: - Di cui fornitori con sede a Roma e provincia (fornitori locali) - Di cui fornitori coinvolti nell'organizzazione di eventi promossi da soggetti terzi - Di cui fornitori impiegati per la realizzazione di eventi promossi direttamente da Associazione Civita e rivolti agli Associati	8. Cultural businesses; 10.Trade in cultural goods & services		3. Le attività del 2024; 5. Insieme per generare valore e sostenibilità del territorio: il caso <i>ri</i> Generazione Futuro
	La presenza delle donne in posizioni dirigenziali e di leadership.	12. Governance of Culture		Appendice
	Il rapporto tra i sessi nella composizione dei vari comitati direttivi.			
	Misure specifiche per incentivare la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese culturali.			
	Esempi di mecenatismo culturale, sponsorizzazione o partenariato pubblico-privato.			
	Evidenze di programmi/misure per promuovere e sensibilizzare l'opinione pubblica sul contributo della cultura al benessere e allo sviluppo sostenibile.			

Knowledge & Skills	Attivazione di corsi di formazione destinati ai dipendenti, con focus su salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.	13. Education for sustainable development; 14. Cultural knowledge; 16. Cultural & artistic education; 17. Cultural training; 18. Culture for social cohesion;	    	3. Le attività del 2024; 5. Insieme per generare valore e sostenibilità del territorio: il caso <i>ri</i> Generazione Futuro
	Numero complessivo di progetti avviati nel corso dell'anno.			
	Numero di ricerche interne realizzate.			
	Numero di studi e ricerche commissionati da terze parti.			
	Partecipazione o contributo a report e ricerche promossi da soggetti terzi.			
	Presenza a convegni ed eventi organizzati da terze parti.			
	Quantitativo di copie di materiali divulgativi distribuite.			
Descrizione e misurazione delle attività di comunicazione e promozione dei progetti (ad esempio: comunicati stampa, newsletter, pubblicazioni sui social network).				
Inclusion & Participation	Disponibilità di informazioni istituzionali sul sito web di Associazione Civita.	20. Access to culture	   	3.2 Altri progetti ed eventi; 3.3 Altre attività editoriali; 3.4 Iniziative esclusive per gli Associati;
	Presenza di contenuti informativi sulle pagine social ufficiali di Associazione Civita (es. Facebook, Instagram, LinkedIn).			
	Utilizzo di strumenti digitali per supportare l'esperienza dei visitatori (es. QR code, app, piattaforme interattive).			
	Progetti o iniziative culturali digitalizzate (es. digitalizzazione di opere esposte o proposte culturali).			
	Numero di visualizzazioni registrate sul sito web ufficiale.			
	Descrizione e misurazione delle attività di comunicazione e diffusione dei contenuti (ad esempio: comunicati stampa, newsletter, post sui social media).			
	Numero di visualizzazioni o impression relative a contenuti digitali (es. podcast, video promozionali).			
	Totale impression sui canali social.			
	Numero di utenti raggiunti tramite pubblicazioni e campagne social.			
	Esistenza di un sistema di gestione per la salute e sicurezza nei luoghi di lavoro a tutela dei dipendenti di Associazione Civita e dei lavoratori terzi.			
	Numero di uscite stampa e media: - di cui a livello locale; - di cui a livello nazionale; - di cui a livello internazionale; - di cui recensioni; - di cui menzioni.			
	Attività di promozione e diffusione mediante materiali cartacei (ad esempio: brochure, manifesti, volantini).			
	Profilazione e analisi del pubblico raggiunto: - Numero di partecipanti di età inferiore ai 14 anni; - Percentuale di partecipanti di genere femminile; - Percentuale di partecipanti provenienti dall'estero; - Numero di ingressi gratuiti registrati; - Numero di ingressi a tariffa agevolata.			
Partecipazione di diversi stakeholder, incluse le comunità locali, nei processi di definizione e attuazione delle politiche culturali				
Agevolazioni riservate agli Associati: - Sconti e tariffe speciali per l'utilizzo degli spazi.				
	21. Cultural participation	1.6 Le nostre persone; Appendice		
	20. Access to culture	3. Le attività del 2024		
	21. Cultural participation; 22. Participatory Processes	3.2 Altri progetti ed eventi; 3.3 Altre attività editoriali 3.4 Iniziative esclusive per gli Associati; 5. Insieme per generare valore e sostenibilità del territorio: il caso <i>ri</i> Generazione Futuro		
	21. Cultural participation; 22. Participatory Processes	3. Le attività del 2024; 5. Insieme per generare valore e sostenibilità del territorio: il caso <i>ri</i> Generazione Futuro		

APPENDICE

In alcune delle tabelle riportate di seguito, i dati fanno riferimento esclusivamente all'anno 2024, poiché si tratta di nuove osservazioni introdotte nell'ambito delle attività di monitoraggio e conformità recentemente attivate da Associazione Civita.

INFORMATIVA GENERALE GRI 2-7: INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI

NUMERO DI DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO E GENERE

TIPO DI CONTRATTO	2024			2023		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
TEMPO INDETERMINATO	1	7	8	1	11	12
TEMPO DETERMINATO	-	-	-	-	-	-
ORARIO NON GARANTITO	-	-	-	-	-	-
TOTALE	8			12		
FULL TIME	1	5	6	-	8	8
PART-TIME	-	2	2	1	3	4
TOTALE	8			12		

INFORMATIVA GENERALE GRI 2-8: INFORMAZIONI SUGLI ALTRI LAVORATORI

NUMERO DI DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO

TIPO DI IMPIEGO	2024		
	Uomini	Donne	Totale
STAGE	-	2	2
APPRENDISTATO	-	-	-
LAVORO INTERINALE	-	-	-
ALTRE TIPOLOGIE DI CONTRATTO (LAVORATORI AUTONOMI)	1	13	14
TOTALE		16	

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO GRI 403-9: INFORTUNI SUL LAVORO

LAVORATORI DIPENDENTI	UDM	2024
ORE LAVORATE	ore	14.980,90
NUMERO TOTALE DI INFORTUNI SUL LAVORO*	n.	0
DI CUI NUMERO TOTALE DI INFORTUNI SUL LAVORO GRAVI (ESCLUDENDO I DECESSI)	n.	0
DI CUI NUMERO TOTALE DEI DECESSI DOVUTI A INFORTUNI SUL LAVORO	n.	0
DI CUI ALTRI INFORTUNI	n.	0
TASSO DEGLI INFORTUNI SUL LAVORO REGISTRABILI**	-	0
TASSO DEGLI INFORTUNI SUL LAVORO CON GRAVI CONSEGUENZE***	-	0
TASSO DI DECESSI	-	0

*Per infortuni sul lavoro si intendono gli infortuni avvenuti sul luogo di lavoro che causano una delle seguenti situazioni: decesso, giorni di assenza dal lavoro, limitazione delle mansioni lavorative o trasferimento a un'altra mansione, cure mediche oltre il primo soccorso o stato di incoscienza, lesioni gravi. Sono esclusi gli infortuni in itinere.

**Indice di frequenza infortuni: $(\text{numero di infortuni sul lavoro} / \text{ore lavorate}) \times 1.000.000$

***Indice di frequenza infortuni: $(\text{numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze} / \text{ore lavorate}) \times 1.000.000$

FORMAZIONE E ISTRUZIONE GRI 404-1: ORE MEDIE DI FORMAZIONE ANNUA PER DIPENDENTE

ORE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA DI OCCUPAZIONE	UDM	2024
ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATE AI DIRIGENTI	ore	-
ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATE AI QUADRI	ore	20
ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATE AGLI IMPIEGATI	ore	20
ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATE AGLI OPERAI	ore.	-
ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATE AI DIPENDENTI	ore	20
ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER GENERE	UDM	2024
ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATE ALLE DONNE	ore	20
ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATE AGLI UOMINI	ore	20
ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATE AI DIPENDENTI	ore	20

FORMAZIONE E ISTRUZIONE GRI 404-2: PROGRAMMI DI AGGIORNAMENTO DELLE COMPETENZE DEI DIPENDENTI E PROGRAMMI DI ASSISTENZA ALLA TRANSIZIONE

L'ORGANIZZAZIONE DEVE RENDICONTARE LE SEGUENTI INFORMAZIONI:	UDM	2024
TIPOLOGIA E AMBITO DEI PROGRAMMI ATTUATI E ASSISTENZA OFFERTA PER MIGLIORARE LE COMPETENZE DEI DIPENDENTI;	Descrizione	Formazione sul campo sui seguenti temi: organizzazione e processi aziendali; strumenti informatici; pianificazione e controllo di gestione; diritto societario e contratti.
PROGRAMMI DI ASSISTENZA ALLA TRANSIZIONE PER AGEVOLARE LA CONTINUITÀ LAVORATIVA E LA GESTIONE DELLA FINE DEL PERCORSO LAVORATIVO PER MOTIVI DI PENSIONAMENTO O CONCLUSIONE DEL RAPPORTO.	Descrizione	

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ GRI 405-1: DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI

2024

CATEGORIA PROFESSIONALE	GENERE	%	N.
DIRIGENTI	Donne	-	-
	Uomini	-	-
QUADRI	Donne	-	-
	Uomini	100	1
IMPIEGATI	Donne	100	7
	Uomini	-	-
OPERAI	Donne	-	-
	Uomini	-	-
CATEGORIA PROFESSIONALE	ETÀ	%	N.
DIRIGENTI	<30	-	-
	30-50	-	-
	>50	-	-
QUADRI	<30	-	-
	30-50	100	1
	>50	-	-
IMPIEGATI	<30	-	-
	30-50	-	-
	>50	100	7
OPERAI	<30	-	-
	30-50	-	-
	>50	-	-

I NOSTRI ASSOCIATI AL 31 DICEMBRE 2024

	A.BE.TE - Il Gruppo A.BE.TE. opera nel settore editoriale attraverso Edizioni Abete, storica casa editrice fondata nel 1946, e nel campo dell'informazione con Askanews, agenzia di stampa nazionale.
	A&A - ALBÈ & ASSOCIATI STUDIO LEGALE - Studio legale con sedi a Milano, Busto Arsizio e Roma, specializzato nell'assistenza legale d'impresa. Offre consulenze in ambito contrattuale, proprietà intellettuale, protezione dei dati personali e diritto digitale, supportando aziende in ambiti nazionali e internazionali.
	A2A - Multiutility: generazione, vendita e distribuzione di energia elettrica e gas, teleriscaldamento, raccolta e recupero rifiuti, mobilità elettrica, illuminazione pubblica e servizio idrico integrato.
	ACCADEMIA NAZIONALE DELLE SCIENZE - Ente morale di alta cultura che gode dell'Alto Patronato del Presidente della Repubblica. Promuove le conoscenze scientifiche nell'ambito delle scienze matematiche, fisiche e naturali.
	ACCADEMIA NAZIONALE DI SANTA CECILIA - La più antica istituzione musicale al mondo che ospita le Stagioni di Musica Sinfonica e da Camera, direttori e interpreti di fama mondiale.
	ACEA - Multiutility: acqua, energia, illuminazione, ambiente.
	AEROPORTI DI ROMA - Società del Gruppo Mundys, sviluppa e gestisce il sistema aeroportuale Il "Sistema Aeroportuale Romano" costituito da "Fiumicino Leonardo da Vinci" (FCO) e "Ciampino Giovan Battista Pastine" (CIA).
	ANAS - Progettazione, costruzione e manutenzione ordinaria e straordinaria delle strade italiane.
	ANSA - Fondata nel 1945, è la principale agenzia di stampa italiana e tra le prime al mondo. Opera come cooperativa di 36 editori.
	ARCA SGR - Arca Fondi SGR, fondata nel 1983 e parte del Gruppo BPER Banca, è una delle principali società italiane di gestione del risparmio. Offre principalmente fondi comuni e previdenza complementare.
	ASSICURAZIONI GENERALI - Uno dei maggiori player globali del settore assicurativo e dell'asset management.
	ASSOAMBIENTE - Rappresenta a livello nazionale e comunitario le imprese soprattutto private che gestiscono servizi ambientali e le Imprese dell'Economia Circolare.
	ASSOCARTA - Associazione imprenditoriale di categoria delle aziende che producono in Italia carta, cartoni e paste per carta.
	AUTOSTRADE PER L'ITALIA - Gestisce circa 3.000 km di rete in concessione, circa il 50% dell'intera rete nazionale a pedaggio (copre 15 regioni e 60 province con 215 Aree di Servizio), circa 4.200 ponti e viadotti e oltre 420 km di gallerie.
	AVIO - Azienda aerospaziale che opera nel settore dei lanciatori e della propulsione applicata a sistemi di lancio, missili e satelliti.
	BANCA DEL FUCINO - Banca privata italiana fondata a Roma nel 1923. Opera nella Città metropolitana di Roma Capitale e nel resto del Lazio, in Abruzzo e nelle Marche.
	BANCA MEDIOLANUM - Servizi bancari, di investimento, assicurativi e del credito.

	BNL - GRUPPO BNP PARIBAS - Servizi bancari, di investimento, assicurativi e del credito.
	BPER BANCA - 3° Gruppo Bancario Nazionale per numero di filiali. BPER Banca fa parte del Gruppo BPER Banca, una realtà forte di tre Banche, tutte autonome e ben radicate nei diversi territori di appartenenza.
	BUSSOLETTI NUZZO & ASSOCIATI STUDIO LEGALE - Lo Studio Legale Bussoletti Nuzzo & Associati è attivo da oltre 20 anni. Specializzato in diritto societario, commerciale, bancario, ambientale e dei contratti pubblici, offre consulenza e assistenza legale.
	CAPARZO - Caparzo è una storica azienda vinicola di Montalcino, fondata nel 1970 e tra le prime a produrre Brunello. Valorizza i microclimi locali per creare vini come il Brunello di Montalcino DOCG, il cru Vigna La Casa e il Supertuscan Cà del Pazzo.
	CARTIER ITALIA - Cartier Italia, filiale della celebre Maison francese fondata nel 1847, rappresenta l'eccellenza nel settore del lusso. Con boutique a Milano, Roma e Venezia, la sua produzione artigianale è supportata dal polo italiano PGI S.p.A., con sedi a Torino e Milano.
	CBI - Hub per l'innovazione tecnologica e la digitalizzazione dell'industria bancaria e finanziaria nazionale e internazionale, al servizio di imprese, cittadini e PA.
	CNR - Consiglio Nazionale delle Ricerche è il principale ente pubblico di ricerca italiano.
	COLACEM - Terzo produttore e distributore in Italia di cemento e società capofila del Gruppo Financo, holding finanziaria delle Famiglie Colaiacovo.
	CONFRAGRICOLTURA - Organizzazione agricola italiana: rappresenta e tutela le imprese associate nei confronti delle istituzioni.
	COSTA EDUTAINMENT - Gestione di siti e grandi strutture pubbliche e private dedicate ad attività ricreative, culturali, didattiche e di ricerca.
	CURTIS, MALLET-PREVOST, COLT & MOSLE LLP - Curtis, Mallet-Prevost, Colt & Mosle LLP è uno studio legale internazionale con sede principale a New York e uffici in tutto il mondo, tra cui Milano e Roma.
	D'AMICO SOC. DI NAVIGAZIONE - Tra i leader mondiali nel trasporto marittimo nei settori dry cargo e product tankers. Dispone di una tra le più importanti flotte a livello mondiale di navi portarinfuse e navi cisterna.
	EDI.CER - Società di attività editoriale, promozione e servizi controllata da Confindustria Ceramica.
	EDISON - Operatore integrato nel settore dell'energia: dalla produzione fino alla distribuzione e vendita di energia elettrica.
	ELETTRONICA (ELT) - Uno dei leader europei nella produzione di apparati per la difesa elettronica (contromisure elettroniche per uso militare e cybersicurezza).
	ENEA - Ente pubblico di ricerca italiano che opera nei settori dell'energia, dell'ambiente e delle nuove tecnologie.
	ENEL - Uno dei principali operatori globali nei settori dell'elettricità e del gas.



ENI - Società quotata in borsa, è un'azienda globale dell'energia a forte contenuto tecnologico, una Global Energy Tech Company.



ERG - Primo produttore di energia eolica in Italia, in crescita all'estero, è attivo anche nella produzione di energia idroelettrica, solare e termoelettrica.



ERICSSON - Multinazionale svedese attiva nella fornitura di tecnologie e servizi di comunicazione, software e infrastrutture nel settore ICT, destinati a operatori di telecomunicazioni, pubbliche amministrazioni e altre industrie. Oggi è leader nel 5G.



EY STUDIO LEGALE - Network mondiale di servizi professionali di consulenza direzionale, revisione contabile, fiscalità, transaction e formazione.



FASTWEB - Azienda italiana di telecomunicazioni specializzata nella telefonia terrestre e nelle connessioni a banda larga; è parte del gruppo delle comunicazioni svizzero Swisscom SA.



FIT_FEDERAZIONE ITALIANA TABACCAI - Organizzazione sindacale che rappresenta i tabaccai italiani e i rivenditori di generi di monopolio.



FERROVIE DELLO STATO - Opera nel settore del trasporto ferroviario, trasporto pubblico locale e in quello delle merci.



FONDAZIONE CASSA DEI RISPARMI DI FORLI' - Fondazione di origine bancaria promuove e sostiene iniziative rivolte alla promozione dello sviluppo sociale, culturale ed economico del territorio storico di intervento



FONDAZIONE CASSA DEI RISPARMI DELLA PROVINCIA DELL'AQUILA - La Fondazione Cassa dei Risparmi della Provincia dell'Aquila è un ente senza scopo di lucro che promuove lo sviluppo sostenibile e solidale del territorio aquilano. Opera nei settori della cultura, formazione, salute, inclusione sociale e valorizzazione del patrimonio.



FONDAZIONE GIANFRANCO IMPERATORI - La Fondazione Gianfranco Imperatori promuove progetti culturali e sociali ispirati al pensiero del Professore Gianfranco Imperatori, economista e co-fondatore di Associazione Civita.



FONDITALIA - Fondo interprofessionale nazionale per la Formazione Continua. E' un organismo di natura associativa promosso dalla Confederazione datoriale FederTerziario e dalla Confederazione Sindacale UGL attraverso uno specifico Accordo Interconfederale che riguarda tutti i settori economici.



FORD ITALIA - Filiale italiana della casa automobilistica statunitense Ford Motor Company.



GAMBERO ROSSO - Operatore multimediale e multicanale del settore enogastronomico, della ristorazione e dell'ospitalità italiana.



GIANNI & ORIGONI - Studio legale internazionale che offre consulenza e assistenza ad aziende italiane e straniere in tutti i settori del diritto degli affari.



GLOSSA - Attività di ricerca finalizzate all'applicazione delle tecnologie informatiche al settore dei beni culturali, ambientali e paesaggistici.



GOOGLE - Multinazionale statunitense, una delle più importanti aziende informatiche, specializzata nell'offerta di servizi on line.



GRUPPO ADNKRONOS - Media company: informazione (agenzia Adnkronos), attività editoriali, consulenza e formazione, comunicazione (Adnkronos Comunicazione), CM servizi.



GRUPPO LEONARDO CALTAGIRONE - Opera a livello globale nello sviluppo e nella gestione di importanti progetti di costruzione.



CLEAR CHANNEL - IGPDecaux Clear Channel Italia è un'azienda leader nella comunicazione esterna, specializzata in soluzioni pubblicitarie innovative su affissioni, arredo urbano e mezzi di trasporto.



IGT - Il gruppo International Game Technology (IGT), che opera a livello globale in oltre 100 Paesi del mondo nel settore delle tecnologie, dei prodotti e dei servizi per i giochi.



INTESA SAN PAOLO - Istituto bancario italiano nato dalla fusione tra Sanpaolo IMI e Banca Intesa Gruppo bancario leader in Italia, con circa 5.300 filiali e 14,7 milioni di clienti



INTESA SAN PAOLO VITA - Capogruppo del Gruppo Assicurativo Intesa Sanpaolo Vita nata nel gennaio 2012 dalla fusione tra EurizonVita, Intesa Sanpaolo Vita (ex Intesa Vita), Sud Polo Vita e Centrovita Assicurazioni.



INVITALIA - Agenzia nazionale per gli investimenti e lo sviluppo d'impresa - Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa, di proprietà del Ministero dell'Economia.



INWIT - Opera nel settore delle infrastrutture per le telecomunicazioni elettroniche. Primo Tower Operator italiano per numero di siti gestiti distribuiti in maniera capillare su tutto il territorio nazionale.



ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO E CULTURALE - Banca di promozione e sviluppo dello Sport e della Cultura con il mandato istituzionale di favorire la crescita del Paese secondo i principi di sostenibilità, responsabilità sociale ed equità intergenerazionale vettore di finanza agevolata.



ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO - Società per azioni controllata al 100% dal Ministero dell'Economia e delle Finanze. Assolve la funzione di garante della fede pubblica attraverso 4 grandi aree: documenti d'identità, anticontraffazione e tracciabilità, monetazione e filiera artistica, filiera giuridico-amministrativa e prodotti web based.



IULM - Libera Università di Lingue e Comunicazione, è un polo di eccellenza italiano per la formazione nei settori della Comunicazione, delle Lingue, del Turismo e della Valorizzazione dei beni culturali.



John Cabot University - John Cabot University è un'università americana privata con sede a Roma, fondata nel 1972. Offre corsi di laurea triennale e programmi di studio all'estero in lingua inglese, accogliendo studenti da oltre 75 paesi.



KEDRION BIOPHARMA - Azienda biofarmaceutica specializzata nello sviluppo, produzione e distribuzione di farmaci plasmaderivati



KLEOS - Società specializzata nell'attività di relazioni pubbliche e istituzionali e comunicazione integrata.



KPMG Business Services - KPMG è una realtà multidisciplinare leader a livello globale nei servizi professionali alle imprese: Audit, Advisory, Tax & Legal.



LEONARDO - Attiva nei settori della difesa, dell'aerospazio e della sicurezza. Il suo maggiore azionista è il Ministero dell'economia e delle finanze italiano, che possiede una quota di circa il 30%.



MAIRE TECNIMONT - Maire Tecnimont è un gruppo industriale italiano quotato alla Borsa di Milano, attivo nei settori dell'ingegneria, della tecnologia e dell'energia. Maire Tecnimont si specializza in impianti per idrocarburi, fertilizzanti, polimeri e nella chimica verde.

Marsilio

MARSILIO EDITORI - Casa editrice italiana. Dal 2011 controlla il marchio Sonzogno e dal 2020 è controllata dal gruppo Feltrinelli.

MEDIASET
infinitu

MEDIASET - Azienda attiva nell'ambito dei media e della comunicazione oltre che nella produzione e distribuzione cinematografica, multimediale e nella raccolta pubblicitaria.

MEDIOBANCA

MEDIOBANCA - Istituto di credito italiano fondato nel 1946 per iniziativa di Raffaele Mattioli e di Enrico Cuccia. Oggi è un affermato gruppo finanziario specializzato, attivo nel Wealth Management, nel Consumer Banking e nel Corporate & Investment Banking.

MEDUSA

MEDUSA - Società con unico socio soggetta all'attività di direzione e coordinamento di Mediaset. E' una tra le principali case di produzione e distribuzione cinematografica del mercato cinematografico italiano.

MINERVA
PICTURES

MINERVA PICTURES - Società di produzione e distribuzione cinematografica indipendente, con sede a Roma, attiva nel mercato cinematografico e audiovisivo dal 1953.

MUNDYS

MUNDYS ATLANTIA - Ex Atlantia, è una società italiana attiva nel settore delle infrastrutture autostradali, aeroportuali e dei servizi legati alla mobilità in 24 paesi, di cui 11 per le concessioni infrastrutturali di autostrade e aeroporti.

NATUNA

NATUNA - Azienda italiana operante nell'Integrated Facility Management per la gestione della vasta gamma dei servizi aziendali che, pur non facendo parte del core-business del Cliente, sono comunque indispensabili al corretto funzionamento della sua organizzazione.

NOVARTIS

NOVARTIS FARMA - Novartis Farma è una delle principali aziende farmaceutiche in Italia, con sede centrale a Milano. È leader nello sviluppo di farmaci innovativi in aree terapeutiche come cardiovascolare, immunologia, neuroscienze, oncologia ed ematologia.

italo

ITALO - NUOVO TRASPORTO VIAGGIATORI - Impresa ferroviaria italiana privata che opera nel campo dei trasporti ferroviari ad alta velocità.

open fiber

OPEN FIBER - Open Fiber nasce per realizzare un'infrastruttura di rete a banda ultra larga (BUL) in fibra ottica FTTH (Fiber To The Home) in tutte le regioni italiane.

PALAZZO FIUGGI

PALAZZO FIUGGI - Centro medico diagnostico che offre servizi medici, trattamenti benessere terapie olistiche spa di prim'ordine.

PHILIP MORRIS ITALIA

PHILIP MORRIS ITALIA - Società leader nel mercato delle sigarette. Progressiva transizione per sostituire completamente i prodotti tradizionali con valide alternative senza combustione.

Posteitaliane

POSTE ITALIANE - Azienda italiana che si occupa di servizi postali, bancari, finanziari e di telecomunicazione, di telematica pubblica, di operazioni di riscossione e pagamento e di raccolta del risparmio postale.

Rai

RAI - Società concessionaria in esclusiva del servizio pubblico radiofonico e televisivo nazionale.

SAC società appalti costruzioni s.p.a.

SAC - SOCIETA' APPALTI E COSTRUZIONI - Impresa della Famiglia Cerasi di Roma, opera nel settore dell'edilizia civile, del restauro, delle grandi realizzazioni industriali e infrastrutturali da più di 50 anni.

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

SAPIENZA UNIVERSITÀ DI ROMA - La Sapienza Università di Roma, fondata nel 1303, è uno dei più antichi e prestigiosi atenei d'Europa e rappresenta la più grande università italiana e una delle principali a livello europeo.

sara

SARA ASSICURAZIONI - Sara Assicurazioni, fondata nel 1946, è la compagnia di assicurazioni ufficiale dell'Automobile Club d'Italia. Offre soluzioni assicurative per auto, casa, vita e risparmio, con un'ampia rete di agenzie in tutta Italia.

SDA
Postefacile

SDA EXPRESS COURIER - SDA Express Courier fa parte del Gruppo Poste Italiane dal 1988. Dal 1° novembre 2019, SDA assume la veste di Operational Company del Gruppo Poste Italiane, svolgendo prevalentemente attività a servizio dei processi logistici del Gruppo.

SIAE
DALLA PARTE
DEI DIRITTI
TERZA

SIAE - Ente pubblico economico a base associativa, preposto alla protezione e all'esercizio dell'intermediazione del diritto d'autore in Italia, in forma di società di gestione collettiva senza scopo di lucro.

Sisal

SISAL - Uno dei principali operatori internazionali nel settore del gioco regolamentato ed è attualmente attiva in Italia, Marocco e Turchia, con un'offerta che comprende lotterie, scommesse, giochi online e apparecchi da intrattenimento.

SOGIN

SOGIN - Smantellamento degli impianti nucleari italiani e della gestione dei rifiuti radioattivi: un impegno quotidiano per la sicurezza, la protezione dell'ambiente e la valorizzazione dei siti in cui operiamo.

SWG

SWG S.p.A. - Progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

TEATRO DELL'OPERA
DI ROMA

TEATRO DELL'OPERA DI ROMA - Teatro romano dedicato all'opera teatrale in musica e al balletto - CM Eventi esclusivi per gli Associati.

Teleperformance

TELEPERFORMANCE ITALIA - Multinazionale francese con quartier generale in Francia. L'azienda fornisce servizi di assistenza tecnica, informatica, social media, customer service.

Terna
Orvinda Enavio

TERNA - Gestore della rete di trasmissione italiana in alta tensione, leader nella trasformazione del mercato elettrico verso fonti ecocompatibili.

TIM

TIM - Azienda italiana di telecomunicazioni. Offre servizi di telefonia fissa, telefonia mobile, telefonia pubblica, telefonia IP, Internet e televisione via cavo.

UNINDUSTRIA
ASSOCIAZIONE TERRITORIALE DEL SISTEMA CONFINDUSTRIA
ROMA LATINA RIETI VITERBO

UNINDUSTRIA VITERBO - Associazione territoriale del sistema Confindustria che favorisce lo sviluppo delle imprese del territorio di Roma, Frosinone, Latina, Rieti e Viterbo.

UNIVERS

UNIVERS - Azienda italiana che opera da oltre 50 anni nell'ambito dei servizi Corporate per il M.I.C.E. (Meeting Incentive Convention Event). CM Evento esclusivo per gli Associati.

UNIVERSITÀ
DELLA TUSCIA

UNIVERSITÀ DELLA TUSCIA - L'Università della Tuscia, fondata nel 1979 a Viterbo, è un ateneo statale che offre un'ampia gamma di corsi di laurea triennale, magistrale e a ciclo unico. Con sette dipartimenti, l'Università della Tuscia è riconosciuta per l'eccellenza nella ricerca e nella didattica.

vodafone

VODAFONE - Azienda di telecomunicazioni operante in Italia, parte del gruppo britannico Vodafone. In Italia, è il terzo operatore di telefonia mobile dopo Wind Tre e TIM e il secondo operatore di telefonia fissa dopo TIM.

WINDTRE

WINDTRE - "Operatore multiservizio che offre connessioni, energia e prodotti assicurativi". Fa parte della multinazionale CK Hutchison Holdings Limited. *Servizi di energia e assicurazioni offerti da partner terzi.

wtw

WTW - E' una delle principali società di consulenza e brokeraggio a livello globale, che aiuta clienti di tutto il mondo a trasformare i rischi in un percorso di crescita.



CIVITA

Associazione

www.civita.it