Immagine che contiene testo, Carattere, logo, bianco

Descrizione generata automaticamente

**COMUNICATO STAMPA**

**NECESSARIO RIPENSARE AL RUOLO DELL’INFORMAZIONE PER COSTRUIRE UN FUTURO SOSTENIBILE.**

**INCONTRO ALL’ASSOCIAZIONE CIVITA TRA GIORNALISTI, MANAGER E ACCADEMICI SUL RAPPORTO TRA INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E SOSTENIBILITA’**

**Simonetta Giordani (Segr. Gen. Associazione Civita): “Il ruolo delle istituzioni culturali è importante perché possono veicolare nuovi messaggi legati agli Obiettivi di sviluppo sostenibile”**

*Roma, 31 ottobre 2024* – Qual è il rapporto tra informazione e sostenibilità? In che modo il mondo della comunicazione può essere parte attiva nella costruzione di un futuro sostenibile? Come percepiscono i cittadini gli aspetti legati alla sostenibilità?

Quali sono le implicazioni della Direttiva CSRD, emanata dall'Unione Europea nell'ambito del Green Deal a dicembre 2022 per regolamentare la comunicazione delle informazioni non finanziarie da parte di alcune organizzazioni e che rende obbligatoria dall'esercizio 2024 la rendicontazione societaria di sostenibilità per tutte le aziende dell'UE?

Di questi e di molti altri temi si è discusso ieri sera presso la Sede dell’**Associazione Civita** nel corso del nuovo appuntamento del ciclo **“Quando la sostenibilità incontra…” dedicato all’informazione e al quale hanno partecipato Simonetta Giordani,** Segretario Generale Associazione Civita, **Carlo De Masi,** Presidente ADICONSUM; **Mario De Pizzo,** giornalista politico-parlamentare del TG1, **Luca Ferlaino,** Fondatore di SocialCom., **Sabrina Florio**, Presidente di Anima per il sociale nei valori d'impresa, **Fabio Insenga,** Vicedirettore di ADNKronos**, Marcello Presicci,** Presidente Advisory Board, Fondazione Educazione Finanziaria ed Economica.

L’evento è partito dal presupposto che la sfida della sostenibilità è oggi al centro dell’agenda globale. E il ruolo dell’informazione in questo contesto è cruciale perchè la sinergia tra sostenibilità e informazione può guidare un cambiamento positivo. Si avverte infatti uno scollamento tra consumatori, aziende e istituzioni sulla necessità di raggiungere gli obiettivi posti dal Green Deal e l’informazione e la comunicazione giocano un ruolo chiave nel promuovere consapevolezza e responsabilità, in quanto fattori di facilitazione nei processi di condivisione delle strategie decisionali.

Un cambiamento importante, sottolineato nel corso dell’evento, è rappresentato dalla direttiva CSRD che, oltre a introdurre un obbligo legale, rappresenta un’opportunità per le aziende di migliorare le prestazioni ESG e di creare valore a lungo termine. Inoltre, garantisce una maggiore trasparenza e confrontabilità delle informazioni sulle prestazioni ambientali, sociali e di governance, consentendo agli investitori e agli altri stakeholder di prendere decisioni più consapevoli e sostenibili.

Altro tema toccato è stato quello relativo alla direttiva 2024/825 riguardante la responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell’informazione che proibisce comunicazioni su temi ambientali c risultino generiche e ingannevoli, inibendo la pratica del greenwashing.

Gli intervenuti hanno convenuto sul fatto che, accanto al rispetto delle norme, è necessario sensibilizzare gli addetti ai lavori ad adottare una comunicazione responsabile che contribuisca alla costruzione di un futuro sostenibile. Inoltre, è indispensabile accompagnare i consumatori nell’acquisizione di informazioni accurate e nel compimento di scelte consapevoli.

“La trasparenza, la rendicontazione e la comunicazione strategica sono strumenti essenziali per promuovere pratiche aziendali sostenibili. Associazioni culturali, aziende, mass media devono lavorare insieme per garantire che l’informazione continui a essere un motore di cambiamento e responsabilità. Solo attraverso una narrazione autentica e dati concreti possiamo ispirare le azioni necessarie per affrontare le sfide che ci attendono. **– ha affermato Simonetta Giordani, Segretario generale dell’Associazione Civita -** L’Associazione Civita si impegna, pertanto, a fungere da catalizzatore e facilitatore in questo processo, promuovendo buone pratiche e facilitando la condivisione di conoscenze, coinvolgendo le imprese e creando sinergie che possano amplificare l'impatto delle loro azioni.”

Le imprese hanno sempre maggiore consapevolezza dell’importanza di investire in sostenibilità come opportunità di crescita e competitività. Nel Lazio l’economia green and blue sta diventando un rilevante fattore di successo e l’interesse sta crescendo. Secondo un recente studio di Unindustria, il 78% delle aziende ha programmato investimenti in chiave sostenibile come nuovi impianti fotovoltaici o sistemi per ridurre sprechi e riusare i prodotti arrivati a fine vita. **– ha affermato Sabrina Florio, Presidente di Anima per il sociale nei valori d'impresa -** Le Associazioni di imprese, in primis Confindustria, devono essere presenti ai tavoli decisionali europei ed affiancare le imprese nel percorso della transizione energetica e della sostenibilità. Formazione dei dipendenti, welfare aziendale, rendicontazione dell’impatto delle proprie attività e comunicazione all’esterno, sono solo alcune delle sfide che le nostre imprese, anche le PMI, stanno affrontando. Perché la sostenibilità è l’unica strada possibile per l’innovazione, per il progresso del nostro Paese e la salute della nostra economia.

“Dobbiamo accompagnare un cambio epocale di natura culturale relativo alla sostenibilità. L’informazione fa parte della mission di un’associazione come Adiconsum che sta lavorando sia sul fronte delle imprese che sul fronte dei consumatori. Abbiamo sensibilizzato gli addetti ai lavori su di una comunicazione responsabile e lavoriamo in un clima di confronto e di scambio con le aziende con le quali interagiamo ogni giorno**. – ha affermato Carlo De Masi, Presidente ADICONSUM -** Dobbiamo creare consapevolezza e mettere i consumatori in condizione di valutare se un’informazione è vera ma dobbiamo anche aiutare le aziende a costruire un percorso di comunicazione virtuoso verso i consumatori. Come stakeholder dobbiamo metterci insieme e capire cosa si può fare in quest’ambito così importante. I Bilanci di Sostenibilità delle Aziende spesso non sono fruibili dal cittadino consumatore e per questo ci stiamo impegnando per renderli più comprensibili.”

Contatti stampa

Ufficio stampa Associazione Civita: Véronique Haupt 327/1706878 haupt@civita.it