

Ediva

Tra banche e Non profit rapporti sempre più stretti

ANDREA DI TURI

MILANO

Quando seduti allo stesso tavolo ci sono i due maggiori istituti di credito italiani e le due più grandi banche popolari, e fra loro emerge una sostanziale sintonia di approcci nel modo di guardare al non profit, che viene definito più volte un attore economico – oltre che evidentemente sociale – di primaria importanza, significa che qualcosa sta cambiando. O è già cambiato. Che nel rapporto tra banche e non profit, insomma, si stanno definendo nuovi e importanti orizzonti di collaborazione. È questo il dato principale emerso nell'incontro organizzato a Milano dall'associazione Ediva (Etica, dignità e valori) presso la Fondazione Ambrosianeum, che ha visto fra gli altri intervenire sul tema Banca Prossima (la banca per il Terzo settore del gruppo Intesa Sanpaolo), Unicredit Foundation, Ubi Banca e Banco Popolare.

Alla base del rinnovato rapporto tra banche e non profit ci sono innanzitutto numeri e fatti. Lo ha espresso chiaramente Stefano Cerrato, responsabile Terzo settore del Banco Popolare, citando una recente indagine, promossa col Centro nazionale per il Volontariato e la Fondazione Volontariato e partecipazione, su poco meno di 2mila presidenti di organizzazioni di volontariato: «Si

tratta di realtà – ha detto – in cui c'è un'ampia diffusione di situazioni di equilibrio economico-finanziario, con profilo di rischio tendenzialmente basso e tensioni contenute sulla liquidità, nonostante la difficile fase economica».

Un quadro che viene confermato e anzi, rafforzato, se si confrontano – come ha invitato a fare l'Ad di Banca Prossima Marco Morganti – i dati sulla qualità del credito al non profit: «Mentre il deterioramento del credito per il sistema bancario viaggia su percentuali a due cifre – ha sottolineato – in Banca Prossima è inferiore al 2%. Anche perché il Terzo settore si fa in quattro per onorare i suoi debiti, in virtù di un atteggiamento fortemente valoriale nei confronti del denaro».

Oltre ai numeri, dunque, sono i caratteri identitari del non profit che lo rendono, se correttamente valutati, un soggetto interessante agli occhi delle banche: «Il non profit – ha affermato Maurizio Carrara, presidente di UniCredit Foundation – è quella cosa che combina in modo straordinario la solidarietà con il mercato». Gli ha fatto eco Guido Cisternino, responsabile Terzo settore in Ubi Banca, che ha spostato l'accento sulla dimensione occupazionale: «In prospettiva, il non profit è il settore che mostra più di ogni altro capacità di creare occupazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA