

VITA

BANCHE E ASSOCIAZIONI

FOCUS

Rapporto sulle partnership tra non profit e istituti di credito

www.ecostampa.it

SOSTENERE,  
MA ANCHE  
SPERIMENTARE



Sarà non profit, ma anche al terzo settore i soldi servono. Di recente lo ha ricordato con chiarezza anche Giorgio Gobbi (titolare della Divisione struttura e intermediari finanziari della Banca d'Italia) che, alle Giornate di Bertinoro, ha fornito alcuni dati e descritto quello non lucrativo come un settore in rapida e costante crescita, «con esigenze finanziarie, tassi di interesse e rischiosità simili a quelle delle piccole e medie imprese». Una crescita resa possibile anche dall'aumento dei crediti accordati. A giugno 2010, l'intero settore ha ottenuto circa 11 miliardi di euro: a 4.700 enti religiosi risultano accordati finanziamenti per 2,1 miliardi; circa 7 miliardi sono andati a 13 mila onlus, mentre a oltre 4 mila cooperative sociali le banche e le finanziarie hanno concesso crediti per 1,6 miliardi. Un mercato sempre più consapevole ed esigente, cresciuto rispetto a giugno 2001 del 250%, nei confronti del quale il sistema bancario si pone come un interlocutore significativo. A cominciare dalle banche maggiori (cui si rivolge il 50% delle realtà non profit) per arrivare

alle medie (con una quota di mercato che supera il 20%) e alle piccole (attorno al 7%). Per quanto riguarda il sistema delle Bcc, è intermediario per il terzo settore nel 12% dei casi circa (e i principali clienti sono le coop sociali). Il rapporto fra banche e non profit non si esaurisce però

nell'accordare i pur fondamentali prestiti (o nell'individuare servizi e strumenti specifici, come Banca Prossima). Va decisamente più in là. Come documenta questo dossier, sono sempre più sistematiche le relazioni e le "complicità" fra istituti di credito e terzo settore. Relazioni e complicità talvolta danno luogo a partnership di lungo, se non lunghissimo corso (pensate ai 18 anni di Telethon con Bnl). O anche rendono realizzabili progetti ambiziosi e condotti in nome del bene comune (e spesso a favore delle fasce più disagiate di popolazione, come quelle realizzate dalle Bcc), danno corpo a sperimentazioni interessanti che in taluni casi identificano esigenze e svelano territori non ancora esplorati. Qualche esempio? L'educazione al risparmio che Credit Suisse promuove per gli studenti elementari, il progetto Faresolidale di Bpm (che, tra l'altro, mira ad agevolare l'incontro tra diverse realtà non profit), l'iniziativa «Caro Papà Natale» (con cui Credito Valtellinese e l'associazione Claudio Moretti puntano a dotare di aule informatiche i reparti di lungodegenza pediatrica di tutti gli ospedali italiani). Sperimentazioni che vanno di pari passo con l'evolvere della società, includendo i nuovi cittadini che provengono da Paesi extracomunitari come l'Agenzia Tu di Unicredit, premiata di recente dalla Fondazione Cassa di risparmio di Biella e da Etnica-network.

Maurizio Regosa

