

## Bando. Ai vincitori assegnati 480mila euro

# Da UniCredit un premio a chi opera nel non profit

ROMA

■ Una fetta di mercato pari al 35% con 30mila clienti all'attivo e una crescita su base annua del 16 per cento. Sono i numeri che fotografano la presenza di UniCredit nel non profit. «Siamo una banca di riferimento per le organizzazioni del settore (250mila solo in Italia e un fatturato complessivo di 50 milioni di euro, ndr). È un settore importante sia dal punto di vista filantropico che del business», ha spiegato ieri l'ad del gruppo Federico Ghizzoni, assegnando 480mila euro ai vincitori del bando "Strategie di coesione sociale per la terza età", promosso da Unicredit Foundation.

Il premio, alla sua seconda edizione, è stato dedicato quest'anno ai progetti per migliorare la vita degli anziani. Le organizzazioni non profit sono state scelte da

un comitato scientifico di membri esterni e interni alla banca, con il supporto di un team di valutatori. Al termine della selezione, poi, i cinque progetti individuati e premiati con 60mila euro ciascuno, sono stati votati anche dai 60mila dipendenti del gruppo in Italia. Il progetto scelto - «Come a casa solo a casa» dell'associazione comunità Papa Giovanni XXIII onlus di Rimini-Fornelli-Cuneo - ha ricevuto altri 60mila euro. Le altre organizzazioni premiate sono: la comunità di Sant'Egidio di Roma, la Isile società cooperativa sociale di Moraro, la fondazione Aquilone di Milano e l'associazione Centro di accoglienza Padre Nostro Onlus di Palermo. Sei progetti hanno invece ricevuto una menzione speciale e 20mila euro.

**Ce.Do.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

