

Con “Percorsi Condivisi”, RivieraBanca mobilita la solidarietà per sostenere otto progetti tra Romagna e Marche

Da sempre al fianco del Terzo Settore, RivieraBanca rafforza il proprio impegno per lo sviluppo sociale e la partecipazione delle comunità locali, confermando il suo ruolo di banca locale di relazione. Con “Percorsi Condivisi”, anche nel 2026 l’istituto aderente al Gruppo Iccrea promuove un progetto di crowdfunding che coinvolge otto enti non profit tra Romagna e Marche, sostenendo iniziative di valore e creando nuove opportunità di collaborazione tra associazioni, cittadini e territorio.

Presentata in conferenza stampa del 21 luglio “Percorsi Condivisi 2026”, nell’auditorium RivieraBanca di via Marecchiese a Rimini. Per il secondo anno consecutivo RivieraBanca, confermando la propria vocazione mutualistica e il ruolo di propulsore economico e sociale del territorio, lancia “Percorsi Condivisi”, l’iniziativa di crowdfunding realizzata attraverso la piattaforma IdeaGinger e pensata per dare impulso ai progetti di otto enti non profit attivi nelle province di Rimini e Pesaro Urbino, tutti presenti con i loro referenti in conferenza stampa.

Il crowdfunding trasforma la volontà di fare del bene in un’azione concreta: tante persone, ciascuna con il proprio contributo, possono unirsi per sostenere progetti che migliorano la vita della comunità. È una forma di partecipazione collettiva che genera valore condiviso e benessere per il territorio.

Ginger Crowdfunding, gestore della piattaforma IdeaGinger.it, è tra i principali operatori italiani nel settore. Dal 2013 ha supportato oltre 2.100 progettisti con formazione pratica e consulenze personalizzate, raggiungendo un tasso di successo del 96% e raccogliendo più di 24 milioni di euro.

Ogni organizzazione selezionata ha presentato una proposta progettuale, candidandosi a un cofinanziamento da parte di RivieraBanca, pari al 50% del budget raccolto attraverso la campagna. RivieraBanca ha scelto di affiancare al sostegno economico un investimento altrettanto importante in competenze, relazioni e comunicazione. Per tutta la durata delle campagne le organizzazioni saranno accompagnate da una squadra composta da ufficio stampa, social media manager, marketing territoriale, fotografo e supporto grafico professionale, con l'obiettivo di valorizzare i progetti, amplificarne la visibilità e coinvolgere un numero sempre maggiore di persone. La conferenza stampa di oggi rappresenta il primo passo di questo percorso. Le otto realtà coinvolte hanno infatti avuto l'opportunità di raccontare direttamente a giornalisti e televisioni la propria missione, i bisogni a cui rispondono quotidianamente e il valore sociale generato sul territorio. Un momento che ha

consentito di mettere al centro non soltanto i progetti, ma soprattutto le persone e le comunità che ne beneficeranno.

L'obiettivo, dunque, non riguarda solo gli aspetti economici. Creare relazioni, conoscersi e condividere esperienze tra realtà che operano sul territorio e che ogni giorno generano valore per le comunità locali rappresenta una missione autentica per RivieraBanca, banca locale di relazione.

Tra le attività messe in campo da RivieraBanca a supporto delle otto realtà selezionate rientrano: la conferenza stampa di lancio con la presenza di tutti i progetti; la realizzazione di materiali grafici dedicati e coordinati; la valorizzazione sui canali social della banca; campagne promozionali a supporto delle singole raccolte; comunicazioni rivolte a soci e comunità; attività di ufficio stampa e relazioni con i media locali; un articolo redazionale per ogni progetto; la pubblicazione di contenuti sui canali istituzionali; il supporto nella costruzione di uno storytelling condiviso capace di valorizzare l'impatto sociale e territoriale delle iniziative.

Dichiarazioni del Presidente Di RivieraBanca Fausto Caldari

"Oggi presentiamo un progetto di crowdfunding, ma in realtà parliamo di qualcosa di più grande. Negli ultimi anni RivieraBanca ha scelto di misurare il proprio impatto sul territorio attraverso numeri semplici, concreti e verificabili, perché ciò che non si misura rischia di rimanere soltanto una buona intenzione. Grazie ai nuovi strumenti di monitoraggio che stiamo sviluppando, vogliamo rendere sempre più semplice, trasparente e misurabile il valore restituito alle comunità. Perché la mutualità non è un concetto astratto: sono persone coinvolte, progetti sostenuti, relazioni attivate e opportunità generate sul territorio. Essere una banca cooperativa non significa soltanto raccogliere risparmio ed erogare credito. Significa trasformare le risorse economiche in benessere collettivo, le relazioni in opportunità e la mutualità in impatto sociale misurabile. Credo che sia proprio questa la definizione più attuale di una banca a mutualità prevalente. Una banca che cresce se cresce il suo territorio. Una banca che misura ciò che realizza e che realizza ciò di cui il territorio ha bisogno."

Dichiarazioni di Andrea Montanari - responsabile RivieraBanca per il Terzo Settore

"Percorsi Condivisi è un progetto che unisce solidarietà, comunicazione e partecipazione. Il valore dell'iniziativa sta nella possibilità di accompagnare gli enti del territorio non solo nella raccolta fondi, ma anche nella capacità di raccontare meglio il proprio impegno, coinvolgere nuove persone e rendere più visibile l'impatto generato ogni giorno nelle comunità."

Dichiarazioni di Matteo Merlini, responsabile ufficio Marketing

"Oggi non presentiamo semplicemente otto campagne di crowdfunding. Oggi raccontiamo otto storie di impegno, solidarietà e partecipazione che ogni giorno producono valore sociale"

nelle comunità della Romagna e delle Marche. Il crowdfunding è certamente uno strumento di raccolta fondi, ma per noi rappresenta soprattutto un'opportunità per creare relazioni, coinvolgere persone e rendere visibile l'impatto sociale generato da queste organizzazioni. Per questo abbiamo deciso di condividere con le associazioni competenze professionali che normalmente appartengono al mondo aziendale, costruendo attorno a ciascun progetto una squadra dedicata composta da ufficio stampa, social media manager, marketing territoriale, fotografo e supporto grafico professionale. Crediamo infatti che il vero successo non sia soltanto raggiungere un obiettivo economico, ma riuscire a coinvolgere una comunità, creare nuove relazioni e lasciare sul territorio un patrimonio di partecipazione che continui a generare valore anche dopo la conclusione delle campagne. Essere una banca cooperativa significa trasformare le risorse economiche in opportunità, le relazioni in comunità e la mutualità in impatto sociale misurabile."

Gli otto Enti no profit e i loro progetti sono:

1. Fondazione Cetacea (Riccione)

"Non siamo Isole"

Obiettivo: salvare 20 tartarughe del Mar Adriatico durante il prossimo inverno, garantendo loro le cure necessarie: esami, diagnosi, assistenza veterinaria e riabilitazione. Il Centro di recupero tartarughe marine di Fondazione Cetacea stima un costo di 1.000 euro per ciascuna tartaruga e un periodo di ricovero di circa 4 mesi.

2. Lazzaro Coop.Sociale (Rimini)

"Lazzaro Sartoria Sociale abiti liberi"

Obiettivo: attivare il laboratorio di sartoria sociale coprendo i costi di macchine sartoriali, arredi, utensili, affitto per i primi tre mesi e presenza di due sarte qualificate nella fase di avvio.

3. Cooperativa Sociale a r.l. Cà Santino Onlus (Montefiore Conca)

"Anfiteatro Gallico: l'arena dove la natura insegna"

Obiettivo: dare vita all'Anfiteatro Gallico, un'arena didattica in legno sostenibile, integrata nel pollaio della cooperativa, dove la natura diventa palcoscenico di inclusione sociale. Nell'anfiteatro gli ospiti con disabilità potranno diventare guide ambientali durante laboratori con i bambini delle scuole. La campagna contribuirà a coprire i costi di allestimento, costruzione e materiali didattici.

4. Caritas Rimini - Madonna della Carità (Rimini)

Progetto "Metti in moto il Giro Nanni"

Obiettivo: acquistare un'auto nuova, una Dacia Sandero a GPL, per portare quotidianamente pasti caldi a 70 persone fragili nella città di Rimini.

5. Consorzio Mosaico (Rimini)

Progetto "Sguardo al futuro: lo sportello per un viaggio condiviso!"

Obiettivo: offrire lo sportello "Progetto di vita" a persone con disabilità e alle loro famiglie. Con la campagna saranno sostenute 10 famiglie attraverso un percorso di cinque incontri, da settembre 2026 alla fine del 2027. Lo sportello servirà per una prima fase di ascolto, seguita dalla costruzione di un progetto di vita abitativa e lavorativa e dall'attivazione dei servizi territoriali necessari.

6. MPDA Girasole Soc. Coop. Sociale (Rimini)

Progetto "Il salotto delle emozioni"

Obiettivo: creare uno spazio accogliente dedicato all'ascolto, alla relazione e alla gestione delle emozioni, pensato per accompagnare persone fragili e famiglie in percorsi di benessere, inclusione e crescita personale.

7. Croce Rossa Italiana (Pesaro)

Progetto "Il salotto delle emozioni"

Obiettivo: acquistare e installare 10 defibrillatori semiautomatici pubblici per sostituire dispositivi obsoleti in punti strategici della città di Pesaro, garantendo un accesso salvavita 24 ore su 24.

8. Arcidiocesi di Pesaro (Pesaro)

Progetto "Nuova luce alla Chiesa In Nome di Dio"

Obiettivo: rinnovare gli impianti di illuminazione della Chiesa del Nome di Dio, luogo rimasto invariato dalla sua creazione nel 1577 e ricco di opere d'arte. Il primo intervento coprirà i costi di acquisto dei materiali illuminanti per le due pareti laterali, sostituendoli con componenti più moderni e sostenibili.

Con "Percorsi Condivisi" RivieraBanca conferma una visione di banca cooperativa che misura il proprio successo non soltanto attraverso i risultati economici, ma anche attraverso il valore restituito alle comunità. Una visione che trova espressione nella mutualità indiretta realizzata attraverso il sostegno al territorio e il lavoro dei Comitati Locali, nella mutualità diretta promossa da RivieraMutua con iniziative dedicate alla salute, alla prevenzione, alla

cultura e al benessere dei soci, e nell'impegno verso le nuove generazioni attraverso l'Associazione Giovani Soci.

Per RivieraBanca la crescita economica e la crescita sociale non sono percorsi distinti, ma due dimensioni della stessa missione cooperativa: creare benessere diffuso, opportunità e sviluppo per le comunità che ogni giorno scelgono di crescere insieme alla propria banca.

Rimini, 21 luglio 2026

Ufficio Stampa RivieraBanca e RivieraMutua
Diego Olivieri

La BCC RivieraBanca è nata il 01 aprile 2019 e dal 04 marzo 2019 fa parte del Gruppo Iccrea, il maggiore gruppo bancario cooperativo italiano, l'unico gruppo bancario nazionale a capitale interamente italiano e il quarto gruppo bancario in Italia per attivi. BCC RivieraBanca è il risultato della fusione delle ultracentenarie banche Banca di Rimini, BCC Valmarecchia e Banca di Credito Cooperativo di Gradara, e dell'acquisizione del ramo di azienda di Banca Sviluppo. È il riferimento del territorio che va da Cesenatico a Pesaro, sulla costa e tutte le vallate, coprendo le città di Santarcangelo, Rimini e Riccione. Funge da riferimento per privati e imprese sui 24 comuni e nelle 4 province in cui è presente con 45 filiali.