



Inclusione

Cariplo, 6 miliardi per la **povertà educativa**. Con Sting per il lavoro alle persone con disabilità

In occasione della Giornata mondiale sulla sindrome di Down, domenica 21 marzo 2021, CoorDown — Coordinamento Nazionale Associazioni delle persone con sindrome di Down — lancia la campagna internazionale per l'inclusione lavorativa «The hiring chain» con un testimonial d'eccezione, il cantante inglese Sting. L'obiettivo è sensibilizzare le aziende assumere persone con sindrome di Down. La campagna — patrocinata da Down Syndrome International — è disponibile sul canale YouTube di CoorDown. È nata dalla collaborazione con l'agenzia SMALL di New York e il supporto di Indiana Production. La campagna è supportata da LinkedIn e ha ricevuto il patrocinio di Fondazione Cariplo, che negli ultimi anni ha sostenuto oltre 350 progetti per circa 40 milioni di euro, realizzando opportunità lavorative per oltre 2.500 persone.

Osserva il presidente Giovanni Fosti: «La situazione che stiamo vivendo rende l'ingresso delle persone con disabilità nel mondo del lavoro ancora più difficile, ma non per questo meno necessario». Fondazione Cariplo ha messo anche in campo risorse per 6 milioni di euro per sostenere, insieme con l'impresa sociale «Con i bambini», tre progetti triennali nei territori maggiormente colpiti dalla prima ondata della pandemia: Bergamo, Brescia e Lodi.

Rita Querzè



Peso:8%