

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
	Rubrica			
	LORENZI GROUP			
14	Il Giorno	31/05/2022	<i>Inserto - Academy Lorenzi Group, ecco il progetto. Collaborazione fra scuola e lavoro</i>	2
15	Il Giorno	31/05/2022	<i>Inserto - Siamo responsabili dell'ecosistema</i>	3
14	Il Resto del Carlino	31/05/2022	<i>Inserto - Academy Lorenzi Group, ecco il progetto. Collaborazione fra scuola e lavoro</i>	5
15	Il Resto del Carlino	31/05/2022	<i>Inserto - Siamo responsabili dell'ecosistema</i>	6
14	La Nazione	31/05/2022	<i>Inserto - Academy Lorenzi Group, ecco il progetto. Collaborazione fra scuola e lavoro</i>	8
15	La Nazione	31/05/2022	<i>Inserto - Siamo responsabili dell'ecosistema</i>	9

Campionato di Giornalismo

Academy Lorenzi Group, ecco il progetto Collaborazione fra scuola e lavoro

Partnership con l'istituto «Marconi» di Dalmine per formare in modo concreto i futuri tecnici
Tutti i ragazzi devono poter toccare con mano la realtà lavorativa ed entrare nei processi produttivi

Ci seguono da anni e ci sostengono: sono i nostri sponsor, alcuni dei quali mettono in campo anche altre iniziative legate alla formazione dei giovani.

È infatti nata l'Academy Lorenzi Group, il primo progetto di collegamento e collaborazione scuola-lavoro. L'Academy nasce con la partnership di due realtà impegnate costantemente in attività di formazione: l'istituto I.T.I. G. Marconi di Dalmine, che sul territorio promuove da anni percorsi di ampliamento dell'offerta formativa che mirano a potenziare competenze trasversali e tecniche spendibili in molteplici contesti di vita, e Lorenzi Group, azienda leader nel settore dell'impiantistica, la prima società impegnata in modo concreto nella formazione di giovani tecnici.

Lorenzi Group ha ufficializzato l'avvio, per «proiettare i giovani nel mondo del lavoro» dice l'Amministratore Delegato Diego Lorenzi. «La volontà dell'Academy è che tutti i ragazzi si sentano coinvolti in questo progetto che permetterà di toccare con mano la realtà lavorativa e di entrare in tutti i processi operativi dell'azienda. In questo momen-

PRIMO OBIETTIVO

**Formare un massimo di 10 neo diplomati ogni 6 mesi
I colloqui cominciano il 3 giugno**



Il momento della presentazione ufficiale dell'Academy Lorenzi Group all'istituto «Marconi» di Dalmine davanti a una platea interessata

to credo sia fondamentale come azienda dare spazio ai giovani dell'Istituto I.T.I. G. Marconi di Dalmine per potersi proiettare nel mondo del lavoro, in un contesto differente da quello scolastico, dove si possono apprendere le nozioni operative e far sì che lo studio possa essere mirato ad esaltare le proprie attitudini».

Il primo obiettivo dell'Academy Lorenzi è formare un massimo di dieci neo diplomati ogni 6 mesi. I primi destinatari: i ragazzi di due classi dell'Istituto

degli ambiti Elettronica e Telecomunicazione. Il primo passo per entrare a far parte del progetto saranno i colloqui che si terranno a partire dal 3 giugno.

L'Istituto I.T.I. Marconi è il primo di una lunga lista. Il progetto di Diego Lorenzi è infatti quello di coinvolgere diverse realtà scolastiche e formative per creare una relazione duratura su tutto il territorio che permetta una formazione post diploma in grado di creare occupazione stabile.

«L'Academy di Lorenzi Group

è un progetto molto interessante e stimolante» dice il Dirigente Scolastico Maurizio Adamo Chiappa «Un gioco a due tra scuola e azienda che permette ai ragazzi di completare e sviluppare le proprie competenze. E sui banchi di scuola che i ragazzi cominciano ad apprendere ed è durante il periodo scolastico che devono cominciare ad interfacciarsi con il mondo del lavoro. Sempre sostenuti dalla scuola, che li aiuterà a raggiungere i propri obiettivi con impegno dedizione e studio».

Cem Ambiente Spa

Siamo responsabili dell'ecosistema

Corrado Boccoli, consigliere di amministrazione con delega all'Economia circolare di CEM Ambiente, esordisce affermando: «La comunicazione e l'informazione sono fondamentali nella società in cui viviamo. Ancora di più, una comunicazione, e un'informazione corretta e precisa è alla base della nostra società. Trasmettere questa cultura è uno dei doveri che spetta a chi è adulto oggi».

Perché CEM Ambiente ha deciso di mettere il suo nome a sostegno del Campionato di giornalismo del Giorno?

«La nostra società si occupa del ciclo integrato dei rifiuti. Ma non è solo questo l'unico motore. Presenti da oltre quarant'anni sul territorio con i nostri servizi, crediamo che, al di là delle strategie industriali, anche l'attenzione a 360 gradi per l'ambiente sia una responsabilità verso le nuove generazioni su cui puntare. I giovani sono il futuro e noi, come amministratori pubblici, dobbiamo guardare nella loro direzione: spiegare e trasmettere l'importanza della cura dell'ambiente che, tra l'altro, significa anche gestione corretta dei beni che abbiamo nelle nostre mani, per non sprecare nulla delle risorse che abbiamo a disposizione. Insomma, noi vogliamo parlare ai giovani e il lavoro che il campionato di giornalismo fa all'interno

delle scuole è interessante».

Cosa vi piace di questo progetto?

«Vedere i ragazzi alle prese con le tecniche del giornalismo, conoscere le regole dell'informazione e anche conoscere il territorio perché molti degli articoli scritti vedono i ragazzi alle prese con l'ambiente. È il caso della scuola di Vimercate che ha parlato del parco PANE, una realtà ambientale di eccellenza del territorio. A noi piace, lo ribadisco, far conoscere il territorio, la natura, l'ambiente che ci circonda e insegnare il rispetto di questi beni. Ogni strumento utile viene preso in considerazione».

Ma chi è CEM Ambiente?

«CEM Ambiente è una Società per Azioni a capitale totalmente pubblico, che gestisce il ciclo integrato dei rifiuti per conto dei suoi 70 Comuni soci (nelle province di Milano, Monza e Brianza, Lodi e Pavia). I principali servizi svolti da CEM Ambiente sono la raccolta differenziata dei rifiuti, lo spazzamento delle strade, la gestione di un impianto di trattamento e recupero terre».

Alfredo De Bellis
vicepresidente
di Coop Lombardia



Coop Lombardia

Le nuove tendenze viste dai ragazzi

Per Coop Lombardia i Campionati di giornalismo de «Il Giorno» «testata con cui collaboriamo proficuamente da anni, sono uno dei maggiori momenti di confronto tra la cooperativa e il territorio e mondo della scuola. I temi delle politiche sociali talvolta, per differenti ragioni, non riescono a trovare visibilità sui quotidiani, più indirizzati ai fatti di cronaca e a eventi eclatanti, ma la curiosità, l'ardire, la vivacità con cui i ragazzi incontrano la nostra realtà e la espongono sulle pagine del quotidiano portano spesso ad approfondire in modo efficace l'ambito sociale». «Va sottolineato - aggiunge il vicepresidente Alfredo De Bellis - anche il fatto che questa iniziativa rappresenta un'occasione di crescita anche per gli adulti, in quanto il punto di vista dei ragazzi e le loro riflessioni rappresentano uno stimolo per capire meglio le nuove visioni, per leggere con altri occhi quelle che saranno le nuove tendenze nei prossimi anni». Il vicepresidente di Coop Lombardia, ripercorre una linea già tracciata negli scorsi anni, quando la Coop si era già posta come sponsor del Campionato di Giornalismo a dimostrazione della fiducia nell'iniziativa rivolta ai ragazzi, i futuri cittadini di un domani neppure troppo lontano.

Coop Lombardia è una impresa di distribuzione organizzata a cui aderiscono circa 780.000 soci i quali sono gli unici proprietari e principali fruitori dell'attività. La cooperativa è presente in regione con 72 punti vendita e 4.700 dipendenti e opera nell'interesse dei soci ai quali garantisce sicurezza sui prodotti e il miglior rapporto qualità - convenienza. Negli ultimi anni ha dato vita anche a numerosi servizi per i propri soci, tesi a soddisfare i bisogni più diversi nell'ambito della famiglia e della persona, del risparmio e della finanza, per il consumo consapevole, per la cultura e il tempo libero. Scopo sociale dell'azienda, più in generale, è la difesa degli interessi del consumatore che persegue oltre che con la propria politica commerciale e di servizi, in collaborazione con istituzioni pubbliche e private, destinando importanti risorse all'impegno sociale e ad iniziative di solidarietà.



Lorenzi Group Srl

Spazio ai giovani: sono loro il futuro

«Partecipare al Campionato di giornalismo del gruppo QN 'Cronisti in classe è stato un dovere per me e per il mio gruppo. Impegnarci nel sociale, e in particolare nelle iniziative legate ai giovani è da sempre uno dei nostri propositi, in quanto crediamo fermamente che sia compito anche delle imprese, in qualità di attori sociali, partecipare ai progetti sul futuro della comunità».

«Il campionato di Giornalismo ha dato la possibilità a tanti giovani di affrontare e confrontarsi con la realtà quotidiana e temi che richiedono un certo livello di maturità. Credo che sia fondamentale come azienda dare lo spazio ai giovani, gli unici protagonisti del futuro, iniziando così a proiettarli nel mondo del lavoro in un contesto completamente differente da quello scolastico, dove possono apprendere diverse nozioni operative.»

“Proprio in quest’ottica abbiamo ufficializzato recentemente un progetto a cui teniamo particolar-



mente: Lorenzi Academy per formare persone disponibili, pronte e competenti, formate secondo la nostra identità con un’educazione civica adeguata.

Lorenzi Group è un nuovo modello di General Contractor che da oltre 25 anni offre al mercato manodopera altamente qualificata, eccellenti competenze specializzate

che garantiscono non solo produzione, manutenzione e assistenza continua, ma progettazione e soluzioni tecnologiche all’avanguardia su misura.”

Quattro le divisioni del gruppo: Greentech specializzata in energie rinnovabili, installazioni di impianti fotovoltaici, geotermici e a cogenerazione; Hydro Electric specializzata nel settore termoidraulico; Lu,im che si occupa dell’aggiornamento tecnologico dei sistemi a bordo macchina, e Lowill Sound specializzata nel settore multimediale. Quattro divisioni che fanno di Lorenzi Group un partner unico ed affidabile per tutti i settori dell’impiantistica della meccanica, dell’elettronica, della termoidraulica, dell’automazione, dell’energia, del multimediale e della domotica. L’approccio al mercato di Lorenzi Group è unico e innovativo. Le sue parole chiave sono ascolto e competenze. Il suo modello di business garantisce la realizzazione di tutto il processo produttivo, dalla progettazione alla manutenzione delle opere e degli impianti.



Campionato di Giornalismo

Academy Lorenzi Group, ecco il progetto Collaborazione fra scuola e lavoro

Partnership con l'istituto «Marconi» di Dalmine per formare in modo concreto i futuri tecnici
Tutti i ragazzi devono poter toccare con mano la realtà lavorativa ed entrare nei processi produttivi

Ci seguono da anni e ci sostengono: sono i nostri sponsor, alcuni dei quali mettono in campo anche altre iniziative legate alla formazione dei giovani.

È infatti nata l'Academy Lorenzi Group, il primo progetto di collegamento e collaborazione scuola-lavoro. L'Academy nasce con la partnership di due realtà impegnate costantemente in attività di formazione: l'istituto I.T.I. G. Marconi di Dalmine, che sul territorio promuove da anni percorsi di ampliamento dell'offerta formativa che mirano a potenziare competenze trasversali e tecniche spendibili in molteplici contesti di vita, e Lorenzi Group, azienda leader nel settore dell'impiantistica, la prima società impegnata in modo concreto nella formazione di giovani tecnici.

Lorenzi Group ha ufficializzato l'avvio, per «proiettare i giovani nel mondo del lavoro» dice l'Amministratore Delegato Diego Lorenzi. «La volontà dell'Academy è che tutti i ragazzi si sentano coinvolti in questo progetto che permetterà di toccare con mano la realtà lavorativa e di entrare in tutti i processi operativi dell'azienda. In questo momen-

PRIMO OBIETTIVO

**Formare un massimo di 10 neo diplomati ogni 6 mesi
I colloqui cominciano il 3 giugno**



Il momento della presentazione ufficiale dell'Academy Lorenzi Group all'istituto «Marconi» di Dalmine davanti a una platea interessata

to credo sia fondamentale come azienda dare spazio ai giovani dell'Istituto I.T.I. G. Marconi di Dalmine per potersi proiettare nel mondo del lavoro, in un contesto differente da quello scolastico, dove si possono apprendere le nozioni operative e far sì che lo studio possa essere mirato ad esaltare le proprie attitudini».

Il primo obiettivo dell'Academy Lorenzi è formare un massimo di dieci neo diplomati ogni 6 mesi. I primi destinatari: i ragazzi di due classi dell'Istituto

degli ambiti Elettronica e Telecomunicazione. Il primo passo per entrare a far parte del progetto saranno i colloqui che si terranno a partire dal 3 giugno.

L'Istituto I.T.I. Marconi è il primo di una lunga lista. Il progetto di Diego Lorenzi è infatti quello di coinvolgere diverse realtà scolastiche e formative per creare una relazione duratura su tutto il territorio che permetta una formazione post diploma in grado di creare occupazione stabile.

«L'Academy di Lorenzi Group

è un progetto molto interessante e stimolante» dice il Dirigente Scolastico Maurizio Adamo Chiappa «Un gioco a due tra scuola e azienda che permette ai ragazzi di completare e sviluppare le proprie competenze. E sui banchi di scuola che i ragazzi cominciano ad apprendere ed è durante il periodo scolastico che devono cominciare ad interfacciarsi con il mondo del lavoro. Sempre sostenuti dalla scuola, che li aiuterà a raggiungere i propri obiettivi con impegno dedizione e studio».

Cem Ambiente Spa

Siamo responsabili dell'ecosistema

Corrado Boccoli, consigliere di amministrazione con delega all'Economia circolare di CEM Ambiente, esordisce affermando: «La comunicazione e l'informazione sono fondamentali nella società in cui viviamo. Ancora di più, una comunicazione, e un'informazione corretta e precisa è alla base della nostra società. Trasmettere questa cultura è uno dei doveri che spetta a chi è adulto oggi».

Perché CEM Ambiente ha deciso di mettere il suo nome a sostegno del Campionato di giornalismo del Giorno?

«La nostra società si occupa del ciclo integrato dei rifiuti. Ma non è solo questo l'unico motore. Presenti da oltre quarant'anni sul territorio con i nostri servizi, crediamo che, al di là delle strategie industriali, anche l'attenzione a 360 gradi per l'ambiente sia una responsabilità verso le nuove generazioni su cui puntare. I giovani sono il futuro e noi, come amministratori pubblici, dobbiamo guardare nella loro direzione: spiegare e trasmettere l'importanza della cura dell'ambiente che, tra l'altro, significa anche gestione corretta dei beni che abbiamo nelle nostre mani, per non sprecare nulla delle risorse che abbiamo a disposizione. Insomma, noi vogliamo parlare ai giovani e il lavoro che il campionato di giornalismo fa all'interno

delle scuole è interessante».

Cosa vi piace di questo progetto?

«Vedere i ragazzi alle prese con le tecniche del giornalismo, conoscere le regole dell'informazione e anche conoscere il territorio perché molti degli articoli scritti vedono i ragazzi alle prese con l'ambiente. È il caso della scuola di Vimercate che ha parlato del parco PANE, una realtà ambientale di eccellenza del territorio. A noi piace, lo ribadisco, far conoscere il territorio, la natura, l'ambiente che ci circonda e insegnare il rispetto di questi beni. Ogni strumento utile viene preso in considerazione».

Ma chi è CEM Ambiente?

«CEM Ambiente è una Società per Azioni a capitale totalmente pubblico, che gestisce il ciclo integrato dei rifiuti per conto dei suoi 70 Comuni soci (nelle province di Milano, Monza e Brianza, Lodi e Pavia). I principali servizi svolti da CEM Ambiente sono la raccolta differenziata dei rifiuti, lo spazzamento delle strade, la gestione di un impianto di trattamento e recupero terre».



Alfredo De Bellis
vicepresidente
di Coop Lombardia



Coop Lombardia

Le nuove tendenze viste dai ragazzi

Per Coop Lombardia i Campionati di giornalismo de «Il Giorno» «testata con cui collaboriamo proficuamente da anni, sono uno dei maggiori momenti di confronto tra la cooperativa e il territorio e mondo della scuola. I temi delle politiche sociali talvolta, per differenti ragioni, non riescono a trovare visibilità sui quotidiani, più indirizzati ai fatti di cronaca e a eventi eclatanti, ma la curiosità, l'ardire, la vivacità con cui i ragazzi incontrano la nostra realtà e la espongono sulle pagine del quotidiano portano spesso ad approfondire in modo efficace l'ambito sociale». «Va sottolineato - aggiunge il vicepresidente Alfredo De Bellis - anche il fatto che questa iniziativa rappresenta un'occasione di crescita anche per gli adulti, in quanto il punto di vista dei ragazzi e le loro riflessioni rappresentano uno stimolo per capire meglio le nuove visioni, per leggere con altri occhi quelle che saranno le nuove tendenze nei prossimi anni». Il vicepresidente di Coop Lombardia, ripercorre una linea già tracciata negli scorsi anni, quando la Coop si era già posta come sponsor del Campionato di Giornalismo a dimostrazione della fiducia nell'iniziativa rivolta ai ragazzi, i futuri cittadini di un domani neppure troppo lontano.

Coop Lombardia è una impresa di distribuzione organizzata a cui aderiscono circa 780.000 soci i quali sono gli unici proprietari e principali fruitori dell'attività. La cooperativa è presente in regione con 72 punti vendita e 4.700 dipendenti e opera nell'interesse dei soci ai quali garantisce sicurezza sui prodotti e il miglior rapporto qualità - convenienza. Negli ultimi anni ha dato vita anche a numerosi servizi per i propri soci, tesi a soddisfare i bisogni più diversi nell'ambito della famiglia e della persona, del risparmio e della finanza, per il consumo consapevole, per la cultura e il tempo libero. Scopo sociale dell'azienda, più in generale, è la difesa degli interessi del consumatore che persegue oltre che con la propria politica commerciale e di servizi, in collaborazione con istituzioni pubbliche e private, destinando importanti risorse all'impegno sociale e ad iniziative di solidarietà.

Lorenzi Group Srl

Spazio ai giovani: sono loro il futuro

«Partecipare al Campionato di giornalismo del gruppo QN 'Cronisti in classe è stato un dovere per me e per il mio gruppo. Impegnarci nel sociale, e in particolare nelle iniziative legate ai giovani è da sempre uno dei nostri propositi, in quanto crediamo fermamente che sia compito anche delle imprese, in qualità di attori sociali, partecipare ai progetti sul futuro della comunità».

«Il campionato di Giornalismo ha dato la possibilità a tanti giovani di affrontare e confrontarsi con la realtà quotidiana e temi che richiedono un certo livello di maturità. Credo che sia fondamentale come azienda dare lo spazio ai giovani, gli unici protagonisti del futuro, iniziando così a proiettarli nel mondo del lavoro in un contesto completamente differente da quello scolastico, dove possono apprendere diverse nozioni operative.»

“Proprio in quest’ottica abbiamo ufficializzato recentemente un progetto a cui teniamo particolar-



mente: Lorenzi Academy per formare persone disponibili, pronte e competenti, formate secondo la nostra identità con un’educazione civica adeguata.

Lorenzi Group è un nuovo modello di General Contractor che da oltre 25 anni offre al mercato manodopera altamente qualificata, eccellenti competenze specializzate

che garantiscono non solo produzione, manutenzione e assistenza continua, ma progettazione e soluzioni tecnologiche all’avanguardia su misura.”

Quattro le divisioni del gruppo: Greentech specializzata in energie rinnovabili, installazioni di impianti fotovoltaici, geotermici e a cogenerazione; Hydro Electric specializzata nel settore termoidraulico; Lu,im che si occupa dell’aggiornamento tecnologico dei sistemi a bordo macchina, e Lowill Sound specializzata nel settore multimediale. Quattro divisioni che fanno di Lorenzi Group un partner unico ed affidabile per tutti i settori dell’impiantistica della meccanica, dell’elettronica, della termoidraulica, dell’automazione, dell’energia, del multimediale e della domotica. L’approccio al mercato di Lorenzi Group è unico e innovativo. Le sue parole chiave sono ascolto e competenze. Il suo modello di business garantisce la realizzazione di tutto il processo produttivo, dalla progettazione alla manutenzione delle opere e degli impianti.



Campionato di Giornalismo

Academy Lorenzi Group, ecco il progetto Collaborazione fra scuola e lavoro

Partnership con l'istituto «Marconi» di Dalmine per formare in modo concreto i futuri tecnici
Tutti i ragazzi devono poter toccare con mano la realtà lavorativa ed entrare nei processi produttivi

Ci seguono da anni e ci sostengono: sono i nostri sponsor, alcuni dei quali mettono in campo anche altre iniziative legate alla formazione dei giovani.

È infatti nata l'Academy Lorenzi Group, il primo progetto di collegamento e collaborazione scuola-lavoro. L'Academy nasce con la partnership di due realtà impegnate costantemente in attività di formazione: l'istituto I.T.I. G. Marconi di Dalmine, che sul territorio promuove da anni percorsi di ampliamento dell'offerta formativa che mirano a potenziare competenze trasversali e tecniche spendibili in molteplici contesti di vita, e Lorenzi Group, azienda leader nel settore dell'impiantistica, la prima società impegnata in modo concreto nella formazione di giovani tecnici.

Lorenzi Group ha ufficializzato l'avvio, per «proiettare i giovani nel mondo del lavoro» dice l'Amministratore Delegato Diego Lorenzi. «La volontà dell'Academy è che tutti i ragazzi si sentano coinvolti in questo progetto che permetterà di toccare con mano la realtà lavorativa e di entrare in tutti i processi operativi dell'azienda. In questo momen-

PRIMO OBIETTIVO

**Formare un massimo di 10 neo diplomati ogni 6 mesi
I colloqui cominciano il 3 giugno**



Il momento della presentazione ufficiale dell'Academy Lorenzi Group all'istituto «Marconi» di Dalmine davanti a una platea interessata

to credo sia fondamentale come azienda dare spazio ai giovani dell'Istituto I.T.I. G. Marconi di Dalmine per potersi proiettare nel mondo del lavoro, in un contesto differente da quello scolastico, dove si possono apprendere le nozioni operative e far sì che lo studio possa essere mirato ad esaltare le proprie attitudini».

Il primo obiettivo dell'Academy Lorenzi è formare un massimo di dieci neo diplomati ogni 6 mesi. I primi destinatari: i ragazzi di due classi dell'Istituto

degli ambiti Elettronica e Telecomunicazione. Il primo passo per entrare a far parte del progetto saranno i colloqui che si terranno a partire dal 3 giugno.

L'Istituto I.T.I. Marconi è il primo di una lunga lista. Il progetto di Diego Lorenzi è infatti quello di coinvolgere diverse realtà scolastiche e formative per creare una relazione duratura su tutto il territorio che permetta una formazione post diploma in grado di creare occupazione stabile.

«L'Academy di Lorenzi Group

è un progetto molto interessante e stimolante» dice il Dirigente Scolastico Maurizio Adamo Chiappa «Un gioco a due tra scuola e azienda che permette ai ragazzi di completare e sviluppare le proprie competenze. E sui banchi di scuola che i ragazzi cominciano ad apprendere ed è durante il periodo scolastico che devono cominciare ad interfacciarsi con il mondo del lavoro. Sempre sostenuti dalla scuola, che li aiuterà a raggiungere i propri obiettivi con impegno dedizione e studio».

Cem Ambiente Spa

Siamo responsabili dell'ecosistema

Corrado Boccoli, consigliere di amministrazione con delega all'Economia circolare di CEM Ambiente, esordisce affermando: «La comunicazione e l'informazione sono fondamentali nella società in cui viviamo. Ancora di più, una comunicazione, e un'informazione corretta e precisa è alla base della nostra società. Trasmettere questa cultura è uno dei doveri che spetta a chi è adulto oggi».

Perché CEM Ambiente ha deciso di mettere il suo nome a sostegno del Campionato di giornalismo del Giorno?

«La nostra società si occupa del ciclo integrato dei rifiuti. Ma non è solo questo l'unico motore. Presenti da oltre quarant'anni sul territorio con i nostri servizi, crediamo che, al di là delle strategie industriali, anche l'attenzione a 360 gradi per l'ambiente sia una responsabilità verso le nuove generazioni su cui puntare. I giovani sono il futuro e noi, come amministratori pubblici, dobbiamo guardare nella loro direzione: spiegare e trasmettere l'importanza della cura dell'ambiente che, tra l'altro, significa anche gestione corretta dei beni che abbiamo nelle nostre mani, per non sprecare nulla delle risorse che abbiamo a disposizione. Insomma, noi vogliamo parlare ai giovani e il lavoro che il campionato di giornalismo fa all'interno

delle scuole è interessante».

Cosa vi piace di questo progetto?

«Vedere i ragazzi alle prese con le tecniche del giornalismo, conoscere le regole dell'informazione e anche conoscere il territorio perché molti degli articoli scritti vedono i ragazzi alle prese con l'ambiente. È il caso della scuola di Vimercate che ha parlato del parco PANE, una realtà ambientale di eccellenza del territorio. A noi piace, lo ribadisco, far conoscere il territorio, la natura, l'ambiente che ci circonda e insegnare il rispetto di questi beni. Ogni strumento utile viene preso in considerazione».

Ma chi è CEM Ambiente?

«CEM Ambiente è una Società per Azioni a capitale totalmente pubblico, che gestisce il ciclo integrato dei rifiuti per conto dei suoi 70 Comuni soci (nelle province di Milano, Monza e Brianza, Lodi e Pavia). I principali servizi svolti da CEM Ambiente sono la raccolta differenziata dei rifiuti, lo spazzamento delle strade, la gestione di un impianto di trattamento e recupero terre».

Alfredo De Bellis
vicepresidente
di Coop Lombardia



Coop Lombardia

Le nuove tendenze viste dai ragazzi

Per Coop Lombardia i Campionati di giornalismo de «Il Giorno» «testata con cui collaboriamo proficuamente da anni, sono uno dei maggiori momenti di confronto tra la cooperativa e il territorio e mondo della scuola. I temi delle politiche sociali talvolta, per differenti ragioni, non riescono a trovare visibilità sui quotidiani, più indirizzati ai fatti di cronaca e a eventi eclatanti, ma la curiosità, l'ardire, la vivacità con cui i ragazzi incontrano la nostra realtà e la espongono sulle pagine del quotidiano portano spesso ad approfondire in modo efficace l'ambito sociale». «Va sottolineato - aggiunge il vicepresidente Alfredo De Bellis - anche il fatto che questa iniziativa rappresenta un'occasione di crescita anche per gli adulti, in quanto il punto di vista dei ragazzi e le loro riflessioni rappresentano uno stimolo per capire meglio le nuove visioni, per leggere con altri occhi quelle che saranno le nuove tendenze nei prossimi anni». Il vicepresidente di Coop Lombardia, ripercorre una linea già tracciata negli scorsi anni, quando la Coop si era già posta come sponsor del Campionato di Giornalismo a dimostrazione della fiducia nell'iniziativa rivolta ai ragazzi, i futuri cittadini di un domani neppure troppo lontano.

Coop Lombardia è una impresa di distribuzione organizzata a cui aderiscono circa 780.000 soci i quali sono gli unici proprietari e principali fruitori dell'attività. La cooperativa è presente in regione con 72 punti vendita e 4.700 dipendenti e opera nell'interesse dei soci ai quali garantisce sicurezza sui prodotti e il miglior rapporto qualità - convenienza. Negli ultimi anni ha dato vita anche a numerosi servizi per i propri soci, tesi a soddisfare i bisogni più diversi nell'ambito della famiglia e della persona, del risparmio e della finanza, per il consumo consapevole, per la cultura e il tempo libero. Scopo sociale dell'azienda, più in generale, è la difesa degli interessi del consumatore che persegue oltre che con la propria politica commerciale e di servizi, in collaborazione con istituzioni pubbliche e private, destinando importanti risorse all'impegno sociale e ad iniziative di solidarietà.



Lorenzi Group Srl

Spazio ai giovani: sono loro il futuro

«Partecipare al Campionato di giornalismo del gruppo QN 'Cronisti in classe è stato un dovere per me e per il mio gruppo. Impegnarci nel sociale, e in particolare nelle iniziative legate ai giovani è da sempre uno dei nostri propositi, in quanto crediamo fermamente che sia compito anche delle imprese, in qualità di attori sociali, partecipare ai progetti sul futuro della comunità».

«Il campionato di Giornalismo ha dato la possibilità a tanti giovani di affrontare e confrontarsi con la realtà quotidiana e temi che richiedono un certo livello di maturità. Credo che sia fondamentale come azienda dare lo spazio ai giovani, gli unici protagonisti del futuro, iniziando così a proiettarli nel mondo del lavoro in un contesto completamente differente da quello scolastico, dove possono apprendere diverse nozioni operative.»

“Proprio in quest’ottica abbiamo ufficializzato recentemente un progetto a cui teniamo particolar-



mente: Lorenzi Academy per formare persone disponibili, pronte e competenti, formate secondo la nostra identità con un’educazione civica adeguata.

Lorenzi Group è un nuovo modello di General Contractor che da oltre 25 anni offre al mercato manodopera altamente qualificata, eccellenti competenze specializzate

che garantiscono non solo produzione, manutenzione e assistenza continua, ma progettazione e soluzioni tecnologiche all’avanguardia su misura.”

Quattro le divisioni del gruppo: Greentech specializzata in energie rinnovabili, installazioni di impianti fotovoltaici, geotermici e a cogenerazione; Hydro Electric specializzata nel settore termoidraulico; Lu,im che si occupa dell’aggiornamento tecnologico dei sistemi a bordo macchina, e Lowill Sound specializzata nel settore multimediale. Quattro divisioni che fanno di Lorenzi Group un partner unico ed affidabile per tutti i settori dell’impiantistica della meccanica, dell’elettronica, della termoidraulica, dell’automazione, dell’energia, del multimediale e della domotica. L’approccio al mercato di Lorenzi Group è unico e innovativo. Le sue parole chiave sono ascolto e competenze. Il suo modello di business garantisce la realizzazione di tutto il processo produttivo, dalla progettazione alla manutenzione delle opere e degli impianti.

