

L'INCONTRO

Mercoledì 15 dicembre, presso il Campus di Santa Monica dell'Università Cattolica a Cremona, l'atto costitutivo



A fianco, la presentazione della Fondazione Next Generation 3C al campus di Santa Monica dell'Università Cattolica

MAINARDI: IL SIGNIFICATIVO NUMERO DI SOSTENITORI TESTIMONIA L'ATTENZIONE DEL TERRITORIO

Al via la Fondazione 'Next Generation 3C'

Obiettivo, offrire opportunità ai talenti e attrarre nuove leve anche da fuori provincia

Giovani, territorio e aziende. Sono questi i tre pilastri sui quali poggia la Fondazione Next Generation 3C, costituita mercoledì 15 dicembre presso il Campus Santa Monica dell'Università Cattolica a Cremona alla presenza di numerose aziende sostenitrici. Dal 15 dicembre la Fondazione inizierà la sua missione che si fonda su pilastri come la valorizzazione e il supporto delle nuove generazioni con il duplice scopo di attrarre nuove leve e mantenere sul territorio i giovani cremonesi. Il Presidente eletto di Next Generation 3C è Enrico Mainardi, già Vice Presidente dell'Associazione Industriali della Provincia di Cremona.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da altri quattro mem-

bri: William Grandi (Vice Presidente), Maurizio Ferraroni, Anna Garavelli e Maria Luisa Gasparini.

La Fondazione, con sede in Associazione Industriali a Cremona, è un organismo molto snello connotato da una marcata gestione imprenditoriale.

«Il nome che abbiamo voluto dare alla Fondazione riassume tutti gli obiettivi che ci siamo prefissati: ci sono i giovani, le nostre tre C, ovvero i tre centri provinciali principali (Cremona, Crema

Stefano Allegri durante la presentazione



e Casalmaggiore) e le aziende. -

La nostra Associazione, che le rappresenta, è il socio fondatore e avrà un ruolo trainante. Il significativo numero di aziende sostenitrici, ancor prima della effettiva costituzione della Fondazione, è significativo e testimonia l'attenzione che il territorio destina alle nuove generazioni.

La Fondazione perseguirà, senza scopo di lucro, finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale ed ha come scopo la promozione e il sostegno di progetti, iniziative e percorsi formativi meritevoli di tutela e sviluppo, sia a livello scolastico, universitario o lavorativo. Si pensi alle borse di studio, a sostegni per dottorati di ricerca, oppure, aiuti diretti a scuole, istituti e ancora supporto all'avvio di startup. Lo spettro d'azione è molto ampio. Unico vincolo: i progetti devono riguardare il territorio della Provincia di Cremona.

«Riconoscere e valorizzare il merito e le qualità dei giovani, - dichiara Stefano Allegri, Presidente degli Industriali della Provincia di Cremona - supportandoli nei loro progetti, nelle loro iniziative e nel loro impegno. Viviamo il controsenso di un Paese che appare sempre meno attrattivo per i giovani, e per questo paga un costo enorme in primis legato al fatto che non si potranno sfruttare le formazioni e le competenze di questi ragazzi, ed un altro Stato se ne avvantaggerà. Next Generation 3C vuole essere un chiaro segnale per il territorio. La Provincia di Cremona è il posto dove far crescere una società innovativa, dove edificare un nuovo sistema economico e industriale. Un territorio che includa i giovani perché noi vogliamo guardare avanti e vivere in un Paese capace di incoraggiare il futuro.»

AZIENDE SOSTENITRICI

- Gruppo Arvedi
- Ferraroni Spa
- Dolciaria Gadeschi SpA
- Lameri Spa
- Panificio Cremona Italia Srl Socio Unico
- Secondo Vergani SpA
- Graficart Padana Srl
- Seri-Art Srl
- Green Oleo Srl
- C.O.I.M. SpA - Chimica Organica Industriale Milanese
- ProPHOS Chemicals Srl
- Edilkamin SpA
- Icas Srl
- Impea Srl
- Ma.Ag. Srl
- Steel Color SpA
- Wonder SpA
- A. TEC. Srl
- Ekomobil Srl
- Keropetrol SpA
- Linea Green SpA
- Padania Acque SpA
- Gasparini Investimenti Srl
- Giuseppe Lauritano Srl
- Fra.Bo. S.p.A.
- Fornaci Laterizi Danesi SpA
- Decal Depositi Costieri Calliope SpA
- Invernizzi S.p.A.
- Terre Davis Srl
- Digiland The Office Leader Srl
- Aramini Srl
- Regi Srl
- M.A.U.S. Italia di F. Agostino & C. Mandrini Allargatubi e Utensili Speciali SpA
- Salumificio San Michele S.p.A.
- Vhit SpA



A fianco, l'intervista a Enrico Mainardi, Vice Presidente dell'Associazione Industriali della Provincia di Cremona e neo Presidente di Next Generation 3C, pubblicata sul numero di Mondo Padano del 10 dicembre

Imprese, Lombardia: +2% di under 35 nelle campagne

I giovani agricoltori resistono alla crisi provocata dal Covid, con il numero delle aziende under 35 nelle campagne lombarde che non registra flessioni a livello tendenziale, ma anzi cresce di oltre 2% rispetto a cinque anni fa. È quanto emerge dall'analisi della Coldiretti regionale su dati registro imprese al terzo trimestre 2021 in occasione dell'audizione di Carlo Maria Recchia, delegato Giovani Impresa Coldiretti Lom-



Carlo Maria Recchia, delegato Giovani Impresa Coldiretti Lombardia

bardia, nell'ottava commissione del Consiglio regionale durante la quale è stato presentato il "Primo rapporto sui giovani in agricoltura" redatto dal Centro Studi Divulga in collaborazione con Coldiretti Giovani Impresa, con il sostegno della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Nell'ultimo anno, a livello nazionale, sono nate in media 17 nuove imprese giovani al giorno. Al lavoro nelle campagne italiane c'è un esercito di 55mila imprese giovani, di cui oltre tremila in Lombardia, che ha di fatto rivoluzionato il mestiere dell'agricoltore impegnandosi in attività multifunzionali che vanno dalla trasformazione aziendale dei prodotti alla vendita diretta, dalle fattorie didattiche agli agrisilvi, ma an-

che alle attività ricreative, l'agricoltura sociale per l'inserimento di disabili, detenuti e tossicodipendenti, la sistemazione di parchi, giardini, strade, l'agribenessere e la cura del paesaggio o la produzione di energie rinnovabili. Le nuove generazioni di agricoltori - conclude la Coldiretti - sono in prima fila anche nella rivoluzione digitale nelle campagne italiane con un'impresa agricola giovanile su tre (31%) che applica oggi tecniche di agricoltura di precisione. Ma tra i giovani molto apprezzato è anche l'utilizzo dei social per la promozione delle proprie attività: più di uno su tre (37%) usa i social network, con Facebook che rimane il canale preferito (71%).