

Italcementi Group fa shopping negli Stati Uniti



Il Gruppo Italcementi, attraverso la filiale Nord Americana Essroc, ha firmato un accordo con Holcim per l'acquisto di un centro di macinazione della loppa d'altoforno a Camden (New Jersey) e di un terminal di cemento a Everett (Massachusetts). L'accordo sarà perfezionato alla data di completamento della fusione fra Holcim e Lafarge e prevede l'assorbimento degli staff dei due impianti in Essroc. L'impianto di Camden può produrre fino a 500mila tonnellate/anno di cemento da loppa. Attualmente Essroc produce questo materiale nelle cementerie di Picton (Ontario) e San Juan (Portorico), oltre che nel centro di macinazione di Middlebranch. Con l'integrazione dell'impianto di Camden la produzione totale di cemento da loppa potrà salire a oltre 750.000 tonnellate. Essroc, uno dei principali produttori di cemento nel nord-est degli USA, conferma con questa operazione il proprio impegno a cogliere le opportunità di crescita in un mercato molto dinamico e interessato a prodotti ad alto valore aggiunto. Grazie anche al sistema di marketing i.nova, viene ora proposto un ampio portafoglio prodotti con elevate caratteristiche sia in termini di performance che di sostenibilità. In particolare infatti, il cemento alla loppa è un materiale che, oltre alle specifiche caratteristiche tecniche, permette di riutilizzare prodotti secondari derivati dall'industria siderurgica altrimenti destinati allo smaltimento, consentendo un positivo impatto complessivo in termini ambientali. Essroc è la filiale nord Americana del Gruppo Italcementi; attraverso un dispositivo industriale di 6 cementerie con una capacità totale di 7 milioni di tonnellate di cemento ha registrato nel 2014 un fatturato di circa 455

milioni di euro.

Beauty Planet, la fiera diventa una maxi palestra

Il ponte del primo maggio debutta la manifestazione dedicata a sport e benessere. 52 discipline da provare su una superficie di 20mila metri quadrati, pagando il solo ticket d'ingresso. Presenti 130 marchi, ricco il programma degli eventi

Non solo movida, in Borgo Santa Caterina rinasce l'associazione dei commercianti

Oscurate dalle polemiche sulla vita notturna, le attività "diurne" hanno scelto di unirsi. La giovane presidente: «Qui hanno aperto in tanti, c'è un commercio ancora autentico. Ma la guerra tra locali e residenti rischia solo di impoverire il borgo»

Fioristi, Amadei in gara a FloraFirenze per il titolo italiano



FloraFirenze, mostra spettacolo di piante e fiori made in Italy, presso il Parco delle Cascine, ospita dal 2 al 3 maggio l'undicesima edizione della Coppa Italia Federfiori Confcommercio, una competizione che vede sfidarsi sul tema del matrimonio i migliori 15 fioristi d'Italia. Ad onorare la nostra provincia ci sarà Emiliano Amadei, consigliere del Gruppo Fioristi e del Gruppo Giovani Imprenditori Ascom, primo classificato nelle selezioni

regionali ad Erba, con un allestimento naturale che gli è valso un posto tra i migliori fioristi del Paese. Amadei, che è vice-campione in carica avendo conquistato il secondo gradino del podio alla scorsa edizione della Coppa Italia Federfiori di Jesolo 2011, punta ad aggiudicarsi con le rituali e dovute scaramanzie il titolo: «La motivazione è alta e da tre mesi sto studiando allestimenti e composizioni spiega il fiorista di Azzano San Paolo, che ha ereditato la passione per il suo lavoro da papà Romeo, fondatore nel 1958 del negozio e da mamma Anna-. La sfida è senz'altro stimolante: prevede un allestimento che ricordi l'epoca medicea, una composizione che faccia rivivere l'emozione vintage e un bouquet per la sposa che omaggi i mitici anni Venti, con ispirazione o interpretazione degli anni ruggenti. Non mancherà poi, anche quest'anno, un tema a sorpresa che metterà in un'ora a prova la creatività di ognuno». La sfida a colpi di fiori e cesoie sarà un vero tripudio di colori e forme. Un vero e proprio spettacolo della bellezza della

natura, addomesticata e nobilitata dalla fantasia e dall'abilità dei maestri dell'arte floreale.

Il concorso

La Coppa Italia Federfiori è nata a Sanremo nel 1980 ed è diventata il principale concorso su scala nazionale di arte floreale. Ad essa partecipano i migliori fioristi italiani, selezionati da impegnative e minuziose prove di qualificazione. Ma non è solo una gara tra professionisti di alto livello: è uno spettacolo di colori, stili e linee, dove la naturale bellezza del mondo vegetale si fonde mirabilmente con le forme create ad arte. Spettacolo che tutti possono apprezzare: sia i fioristi per interesse professionale, sia il grande pubblico per il fascino e lo stupore naturalmente suscitato dalle creazioni floreali.

Il programma dell' 11a Coppa Italia Federfiori Confcommercio 2015

Giovedì 30 aprile

Dimostrazioni di arte floreale "Aspettando Coppa Italia"
Wedding tra sacro e profano con Enzo De Gasperi: decorazione della Chiesa, allestimento ristorante e grandi ambienti per il matrimonio

Venerdì 1° Maggio

Dimostrazioni di arte floreale "Aspettando Coppa Italia"
Protagonista: la rosa con rose Avalanche di Meijer, e la collaborazione di Weddingflowers e Gori Fiori
bouquet e accessori per la sposa

Sabato 2 Maggio

Inizio competizione

Ore 11.00 Decorazione del tavolo (90 minuti)

Ore 13.00 Pausa pranzo

Ore 14.30 Composizione a tema (120 minuti)

Ore 16.30 Esposizione opere

Domenica 3 Maggio 2015

ore 09.30 Composizione di piante (45 minuti)

ore 12.00 Esposizione opere

ore 13.00 Pausa pranzo

Sul palco

Ore 14.00 Mazza per la sposa (60 minuti)

Ore 15.30 Tema a sorpresa (60 minuti)

Ore 18.00 proclamazione del vincitore e premiazione

Il bimbo? Non lo perdi più con il braccialetto made in Bergamo

Start up innovativa, TapMyLife offre un sistema di localizzazione all'interno degli spazi chiusi, dove il Gps non funziona. Dal centro commerciale all'aeroporto, i genitori possono tenere sotto controllo gli spostamenti sullo smartphone. «Il debutto della nostra tecnologia sarà in Bergamasca»

Popolare di Bergamo, 2 milioni per il restauro del Donizetti



Il Cda della Banca Popolare di Bergamo ha deliberato il contributo di 2 milioni di euro in favore del progetto di ristrutturazione del Teatro Donizetti, che verrà realizzato attraverso un importante intervento di ammodernamento la cui conclusione è prevista entro il 2017. L'accordo condiviso

dalla banca con il Comune di Bergamo e la Fondazione Teatro Donizetti – diretta destinataria dell'erogazione – concorrerà in particolare a finanziare il progetto straordinario di manutenzione, che manterrà in città uno dei palcoscenici polifunzionali più prestigiosi del Paese. “La nostra banca è sempre stata generosamente presente nel sostenere i grandi progetti che in maniera concreta e costruttiva hanno contribuito a realizzare nuove opere e infrastrutture oppure a mantenere alto il livello di quelle esistenti”, afferma Giorgio Frigeri, presidente della Popolare, che aggiunge: “Questo importante e straordinario contributo alla Fondazione Donizetti, concesso in un momento di trasformazione per la banca, conferma il nostro impegno in favore dei territori di insediamento, in particolare di Bergamo, e favorirà unitamente alla valorizzazione del centro piacentiniano una nuova vivibilità del cuore della città”.

“Il contributo alla Fondazione Donizetti – spiega il sindaco di Bergamo e presidente della Fondazione Donizetti, Giorgio Gori – dimostra ancora una volta la vicinanza alla città della Banca Popolare a cui va la mia gratitudine. L'Istituto di

credito dimostra in questo modo di voler partecipare al rilancio della vita culturale della nostra città, di cui il teatro Donizetti è uno dei luoghi più significativi. Grazie a questo contributo si avvicina concretamente l'obiettivo di disporre delle risorse necessarie alla ristrutturazione e all'ammodernamento del teatro".

Movida, da Parma un "avvertimento" per Bergamo



Il regolamento sulla movida di Parma è stato il modello di riferimento per il Comune di Bergamo, ma alcuni paletti fissati dall'amministrazione della città emiliana sono presto crollati con il ricorso al Tar

da parte di alcuni gestori. Il Tar ha decretato "l'illegittimità, sotto il profilo gestionale, della previsione di un trasferimento di funzioni e poteri di polizia e di controllo a soggetti privati, funzioni e poteri che possono essere esercitati solo dall'amministrazione pubblica". In particolare, vengono meno l'obbligo per il gestore di escludere la presenza della "propria" clientela sulla sede stradale e il regime di responsabilità estesa nel raggio di metri 10 dagli ingressi dei locali e dalle eventuali aree in concessione. Se il Tar dell'Emilia Romagna ha riaperto la movida parmense, non è detto che una simile pronuncia non possa arrivare anche in Lombardia, in caso di eventuale ricorso da parte dei gestori, un'opzione che senz'altro si sta valutando. A Parma il regolamento oggi in vigore non è il primo, dato che movida e tensioni con i residenti nella città

universitaria si trascinano da almeno il 2002: «I principali problemi si sono sempre concentrati in due zone, in Via Farini, strada pedonale, e in Via D'Azeglio una via dove di notte risulta difficile transitare in auto perché sempre affollata- spiega **Manuel Fava**, segretario della Fipe-Federazione Italiana Pubblici Esercizi di Parma-. Non si può però parlare di criticità: le sanzioni e le regole, sempre più restrittive, hanno permesso solo ai locali più rispettosi della quiete pubblica di stare sul mercato. Le regole vengono osservate con grande attenzione, dall'impatto acustico alla pulizia delle strade, tanto che quasi tutti i locali hanno ottenuto l'estensione dell'orario. Non si può dire che i rapporti con i residenti siano idilliaci: la gente si dà sempre appuntamento fuori dai bar e specialmente d'estate c'è un bel movimento. La nostra movida attrae molti visitatori anche da fuori, dalle altre città vicine. Ogni anno però, non appena la stagione decolla, iniziano a piovere multe e si inaspriscono i rapporti con i residenti. Il punto è che le forze dell'ordine non riescono a garantire la loro presenza negli orari clou della movida. I locali si sono offerti di pagare loro gli straordinari, ma non è possibile che un privato paghi un pubblico ufficiale. Da anni i pubblici esercizi si sono organizzati pagando body guard e vigilanza, ma il potere della divisa non è ovviamente lo stesso». Per diversi mesi la soluzione è spuntata fuori dal cilindro, da dove nessuno se lo aspettava: «Ha funzionato al meglio per rispettare coprifuoco e quiete pubblica, la pulizia della strada con l'autobotte da parte della nettezza urbana – continua Manuel Fava-. In pochi minuti le vie si svuotavano: nessuno voleva rovinarsi vestito o scarpe e quando il primo gruppo iniziava a ripiegare verso casa gli altri finivano col seguirlo. Questa è stata l'unica azione efficace: cartelli, magliette e body guard non hanno funzionato». Se nei momenti di massima tensione sono arrivati anche secchi d'acqua da parte dei residenti per spegnere il divertimento della movida, non sono mancate soluzioni interessanti, nate in collaborazione con l'Università: «Il progetto prevedeva

l'installazione di barriere fonoassorbenti e di teloni per limitare al massimo l'impatto acustico- continua il segretario della Fipe di Parma-. Ma purtroppo il piano caldeggiato da tutte le parti si è dovuto scontrare con il bilancio: gli investimenti erano ingenti e le alterne vicende dell'amministrazione comunale di Parma, tra cui il commissariamento della città, non hanno di certo aiutato».

Torna la “Giovani Card”, 200 le convenzioni stipulate



È in arrivo Giovani Card 2015, la carta sconti di durata annuale che i ragazzi dai 18 ai 28 anni di 39 comuni bergamaschi ricevono direttamente a casa e che consente l'accesso agevolato a numerose iniziative di interesse giovanile, per facilitare la fruizione da parte delle giovani generazioni dei servizi e delle proposte del territorio.

Le amministrazioni comunali che la promuovono, vedono in Giovani Card un concreto segnale di attenzione verso le giovani generazioni e si pongono l'obiettivo di offrire ad adolescenti e giovani ulteriori occasioni per essere protagonisti all'interno dei loro ambienti di vita

valorizzando la loro partecipazione alla realtà della comunità locale, grazie allo sforzo congiunto che unisce enti pubblici e soggetti privati.

Giovani Card è un progetto nato nell'ambito delle politiche giovanili del Comune di Bergamo nel 2002, esteso nelle edizioni 2007 e 2008 a 16.000 giovani residenti nei comuni dell'ambito territoriale n. 1 e dal 2009 anche ad altre amministrazioni comunali del territorio provinciale, tra cui quelle appartenenti all'ambito territoriale n. 2 che già dal 2005 condividevano un progetto di carta sconto riservato ai giovani.

Giovani Card è uno strumento realizzato con il patrocinio della Camera di Commercio di Bergamo in collaborazione con le Associazioni di categoria Ascom e Confesercenti, referenti dei negozianti aderenti all'iniziativa. Coinvolti quest'anno 39 amministrazioni comunali per un totale di 51.300 ragazzi. Tre i nuovi comuni aderenti all'edizione 2015: Boltiere, Ciserano e Gorle e oltre 200 le convenzioni stipulate per garantire sconti ai ragazzi.

Aderiscono a Giovani Card 2015 le municipalità di: Almenno San Bartolomeo, Arzago d'Adda, Azzano San Paolo, Bergamo, Boltiere, Bonate Sopra, Brusaporto, Calvenzano, Casazza, Chiuduno, Ciserano, Cologno al Serio, Comun Nuovo, Curno, Dalmine, Gazzaniga, Gorlago, Gorle, Lallio, Medolago, Mozzo, Osio Sopra, Osio Sotto, Pedrengo, Ponte San Pietro, Ponteranica, San Paolo d'Argon, Scanzorosciate, Seriate, Sorisole, Spinone al Lago, Torre Boldone, Treviglio, Treviolo, Ubiale Clanezzo, Urgnano, Verdello, Villa d'Almè, Villa di Serio.

Proposte e promozioni

Anche per il 2015 Giovani Card garantisce una percentuale di sconto vantaggiosa presso gli esercizi aderenti al progetto (sconti dal 15% al 25%), scelti tra le categorie merceologiche

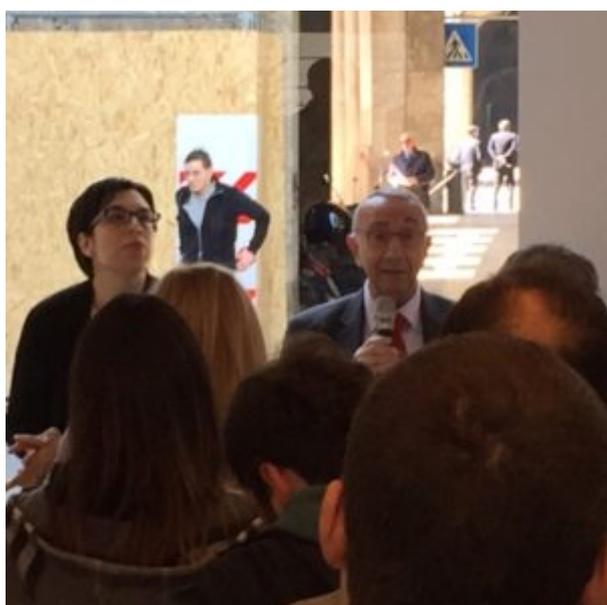
di maggior interesse e a più alta frequentazione da parte di adolescenti e giovani: sport, cultura, divertimento, abbigliamento, motori, benessere, estetica, formazione, elettronica, musica, salute, ristorazione, oggettistica, fotocineottica, assicurazione, viaggi. Gli esercenti che non hanno ancora aderito potranno farlo in qualsiasi momento dell'anno compilando l'apposito modulo che trovano sul sito internet www.giovanicard.it.

Oltre a Giovani Card, nella busta che i ragazzi ricevono direttamente a casa, sono presenti 7 buoni sconto speciali, da ritagliare e consegnare presso le strutture segnalate – con nuove, interessanti adesioni – e avere così diritto allo sconto riportato sul buono (Wall Street English, Ovet viaggi, LuRI, Parco Avventura Bergamo, Mykase, Parco del Pitone e Kiabi).

Grazie a Banca Popolare di Bergamo, sponsor di Giovani Card anche nel 2015, i giovani dei Comuni bergamaschi hanno la possibilità di sottoscrivere Carta Enjoy (carta di credito prepagata) a condizioni estremamente vantaggiose. Confermate anche le promozioni online, buoni sconto temporanei che i ragazzi possono scaricare e stampare esclusivamente dal sito web www.giovanicard.it, in periodi limitati, per usufruire di agevolazioni ad hoc. La rete costituisce il principale veicolo di comunicazione e interazione del mondo Giovani Card, presente anche sui principali social network; sulle pagine ufficiali di Facebook e Twitter è infatti possibile interagire ed esprimere i propri commenti, oltre che restare costantemente aggiornati su eventi, iniziative, corsi di formazione, promozioni speciali degli enti e degli esercenti affiliati.

[Gli esercizi convenzionati con la Giovani Card 2015](#)

Trigona, «pronti per Expo, ma il lavoro non si ferma qui»



«Visit Bergamo è un progetto di comunicazione integrata che si esprime attraverso un marchio che riunisce tutti gli strumenti di promozione, on line e cartacei, prodotti sotto la regia di Turismo Bergamo attraverso la quale operano Comune, Provincia e Camera di Commercio di Bergamo», spiega il **presidente di Turismo Bergamo Luigi Trigona**. «Alla nascita di

questo nuovo progetto ha dato un importante il contributo la Camera di Commercio, gran parte del lavoro svolto, infatti, è stato reso possibile grazie ai bandi camerali» precisa ricordando che «il ruolo di Turismo Bergamo continua ad essere quello di punto di sintesi e di comunicazione della promozione del territorio bergamasco in tutta la sua interezza, legando le diverse aree del territorio e coordinando le singole azioni di promozione in modo che siano tutte parte di un unico progetto»

Se parte cercando in primo luogo di agganciare i visitatori che arriveranno per l'Expo, l'iniziativa non si lega esclusivamente al periodo dell'esposizione. «È un processo che ristrutturata dalle fondamenta la promozione e che è studiato per essere di lunga durata – afferma Trigona -. Per Expo siamo pronti con questa versione e con altre versioni che saranno rilasciate tra un paio di settimane, ma non è un lavoro che si ferma qui, anzi tutto il territorio e i nostri partner

territoriali- quali per esempio Promoserio, Promoisola, Consorzio Città di Bergamo, Eco Turismo Valle Imagna a Altobrembo – sono coinvolti negli sviluppi per le loro aree di competenza».

VisitBergamo, la promozione turistica cambia passo e vola anche con Ryanair

Presentato il marchio unico con il quale Comune, Camera di Commercio e Provincia, con la regia di Turismo Bergamo, rinnovano immagine e comunicazione. Tra le diverse azioni, la presenza su 120mila carte d'imbarco della compagnia irlandese