

IL PROGETTO SVILUPPO LOCALE E SOCIALE

di Alessandra Turrisi

IL CENTRO STORICO /A OLTRE LE MACERIE IL GENIO DI PALERMO DIVENTA UN «BRAND»



ne ai giovani e ai giovanissimi immigrati; Bucaro, parroco di San Mamiliano che è l' del progetto; Carlo Borgomeo, presidente zione con il Sud; Gaetano Giunta, respo Fondazione di comunità di Messina; Luigi segretario generale della rete europea Rev sta Mario Azzolini. Al termine, si sono esib il coro infantile «Quattro Canti» nati all' in getto.

«Vogliamo che questo progetto cresca frutti abbondanti - sottolinea il cardinale - abbiamo un'urgenza: fare molto per chi ha i senzatetto, per i disoccupati. Ma se noi amo una testimonianza di progettualità, i girano con l'esempio della dipendenza, del gio, dell'immobilità. Bisogna insegnare lo frutto i doni che possiedono». Progettare che si è prefissa anche l'amministratore «Abbiamo passato il primo anno e tre mes re il rischio del dissesto finanziario - affer Orlando -. Ce l'abbiamo fatta, siamo all'u nel. Questo non vuol dire che abbiamo i

CAPOFILA LA PARROCCHIA MAMILIANO, I FINANZI DELLA FONDAZIONE PER IL MILA EURO PER 34 MESI DI

Mentre il centro storico va a pezzi, c'è chi non si rassegna. E a pochi passi dagli ultimi crolli, dalle palazzine sbriciolate, si lavora alacremente per trasformare quel territorio straordinariamente riccolmo di tesori del passato in occasione di sviluppo sociale onomico per la popolazione. È il segno distintivo operazione il «Genio di Palermo-la bellezza salvando» vuole dare al fiorire di iniziative che hanno teato una rete di promozione artistica e sociale sul orio e che adesso puntano sul turismo e sul comio. Il progetto di sviluppo locale con capofila la parnia di San Mamiliano, cuore del patrimonio serpoto e barocco, finanziato dalla Fondazione con il Sud (1.000 euro per 34 mesi di lavoro), è stato giudicato dei migliori tra quelli finanziati nel Mezzogiorno, già coinvolto 76 persone, tra operatori sociali, psicologi, musicisti, animatori territoriali, e ha assunto cinque figure a tempo indeterminato. Dal prossimo autunno, però, dovrà cominciare a camminare sulle sue gambe l'équipe di lavoro ha già in canna una serie di iniziative.

Il «Genio», per esempio, diventa un «brand», un marchio che seleziona prodotti e creazioni artigianali realizzate da artisti e aziende del centro storico. In un angolo del complesso di Santa Cita si avvia un angolo per il merchising (presto on line), pensato per valorizzare il senso di appartenenza al territorio e alla comunità. Pro-

sociale per coltivare il senso di virtuosa appartenenza alla comunità e valorizzare talenti, conoscenze, tesori storici, artistici e monumentali del territorio. Tra gli obiettivi raggiunti, ci sono proprio la promozione della partecipazione attiva e dell'integrazione civica, sociale e lavorativa dei residenti, anche migranti; la creazione di sportelli polifunzionali per un servizio di ascolto socio-assistenziale a soggetti in difficoltà; l'orchestra e il coro infantile Quattrocanti, con bambini di otto nazionalità re-

sidenti nel centro storico; una rete stabile per sostenere il commercio di vicinato e l'artigianato tradizionale; il circuito museale e culturale integrato del centro storico. Il tutto promosso da un corposo progetto di comunicazione, curato da Barbera&partners.

Alla presentazione di questi risultati ieri, a Palazzo delle Aquile, il cardinale Paolo Romeo e il sindaco Leoluca Orlando, che hanno sottolineato l'urgenza di interventi mirati sul centro storico, con particolare attenzio-

non abbiamo debiti. Adesso possiamo guetto di Palermo oltre le macerie».

E don Bucaro coglie l'occasione per la pello: «Il Genio di Palermo propone che gli pottiani e il Barocco palermitano siano ins monio dell'Unesco. Il Genio di Palermo p mente oggi l'impegno di avviare la documiale affinché questo patrimonio cultura sia inserito tra i beni dell'umanità». (AUTU)

**IDEATO UN MARCHIO CHE
PROMUOVE PRODOTTI ARTIGIANALI
DEL TERRITORIO. AVVIATA ANCHE
LA CARTA SCONTI CON 140 AZIENDE**

anche la «Genio card», una carta per ottenere i e agevolazioni e allo stesso tempo promuovere la ria attività, a cui hanno aderito 140 tra aziende, promisti, botteghe, laboratori, associazioni, artisti ed ubblici, che hanno la loro sede nei quattro mandai storici. Queste realtà hanno aderito senza alcun -al distretto sociale evoluto attraverso il quale coccare, far conoscere le promozioni e gli sconti, promare la raccolta a punti, utilizzando anche lo spail portale www.ilgeniocard.it, che sarà tra breve on l clienti, che potranno richiedere gratis la card (in a prima parte di lancio, saranno distribuite 10.000 , poi la card sarà a pagamento), saranno informati promozioni commerciali. Se tutto andrà per il veristo, saranno stabilizzate altre due figure che si ocanno delle vendite.

rogetto parte dall'idea che, per creare sviluppo andamenti Palazzo Reale - Albergheria, Monte di -Capo, Tribunali - Kalsa e Castellammare - La Log- isogna utilizzare la leva culturale come attivatore



In alto don Giuseppe Bucaro, parroco di San Mamiliano 1. Le bambine del centro storico vestite a piccole Santa Lucia durante uno spettacolo 2. Il muro issato dopo il crollo

