

Il Genio di Palermo diventa un brand: una card per sconti e agevolazioni

E' il risultato di un progetto lanciato per valorizzare il centro storico dove, su 27 mila abitanti, il 22,53% sono immigrati. Grande ottimismo fra i più giovani, che chiedono di intervenire contro il degrado istituendo spazi sociali comuni



Redazione 10 Marzo 2014

Consiglia

3

2



L'esibizione del coro alla presentazione del progetto

Il Genio di Palermo diventa un brand, con il compito di selezionare prodotti e creazioni artigianali realizzati da artisti e aziende del centro storico. Questo il punto di arrivo di una serie di iniziative portate avanti sul territorio dopo la "radiografia" del centro storico resa nota durante la presentazione che si è tenuta a Palazzo delle Aquile. Lo screening condotto dalla Ecosmed di Messina ha messo in luce la composizione degli abitanti dei quattro mandamenti Palazzo Reale-Albergheria, Monte di Pietà-Capo, Tribunali-Kalsa, Castellammare-La Loggia.

La prima comunità è quella del Bangladesh, poi ci sono gli immigrati dallo Sri Lanka, a seguire le popolazioni del Maghreb, con una forte prevalenza di tunisini e marocchini, quindi i cinesi, tra i più isolati. Su 27 mila abitanti del centro storico di Palermo, il 22,53 % è composto da immigrati, con picchi nella popolazione tra 3 e 25 anni, pochi anziani e molte famiglie. Questi i dati comunicati durante la presentazione del progetto di sviluppo locale, cui hanno partecipato il cardinale Paolo Romeo, il sindaco Leoluca Orlando, padre Giuseppe Bucaro, responsabile della parrocchia di San Mamiliano (ente capofila del progetto), oltre a Carlo Borgomeo, presidente della Fondazione con il Sud, Gaetano Giunta, responsabile della Fondazione di Comunità di Messina e Luigi Martignetti, segretario

generale della rete europea Reves. Al termine, si sono esibiti l'Orchestra e Coro infantile "Quattro Canti" nati all'interno del progetto, il cui marketing e comunicazione sono curati da Barbera&Partners.

Ma chi sono gli oltre 27 mila abitanti del centro storico? Siano essi extracomunitari o italiani, l'identikit è simile: si tratta principalmente di famiglie, con un'alta incidenza di bambini e una ridotta presenza di anziani (dato che si ribalta negli altri quartieri del capoluogo). E se gli adulti esprimono pessimismo soprattutto per il lavoro che manca o non soddisfa, dal campione analizzato le risposte più sorprendenti e interessanti sono quelle dei giovani fino a 25 anni (circa 7 mila unità in tutto). Sono loro la fascia più rilevante (circa il 24% della popolazione) che guarda al futuro con fiducia e pretende un quartiere diverso, più vivibile e adatto alle esigenze quotidiane. Precise le richieste: interventi incisivi contro il degrado urbano e la creazione di spazi sociali comuni, più attenzione alla bellezza in particolare nei confronti del patrimonio storico, artistico e ambientale, e il rispetto di sicurezza e legalità.

IL PROGETTO - In un angolo del complesso di Santa Cita sarà organizzato un "angolo per il merchandising" (presto on line), pensato per valorizzare il senso di appartenenza al territorio e alla comunità. Proposta anche la "Genio card", una carta per ottenere sconti e agevolazioni e allo stesso tempo promuovere la propria attività. Sono 140 tra aziende, professionisti, botteghe, laboratori, associazioni, artisti e enti pubblici (con sede nei quattro mandamenti), che hanno aderito senza alcun costo al Distretto Sociale Evoluto de "Il Genio di Palermo" attraverso il quale comunicare, far conoscere le promozioni e gli sconti, programmare la raccolta a punti, utilizzando anche lo spazio esclusivo sul [portale che sarà tra breve on line](#). I clienti, che potranno richiedere gratis la card (in questa prima parte di lancio, saranno distribuite 10 mila carte, poi sarà a pagamento), saranno informati sulle promozioni commerciali.

<http://www.palermotoday.it/cronaca/genio-palermo-card-sconti-agevolazioni.html>

<http://sudtv.it/?p=53226>

