

DOSSIER MARCHIO TERRITORIALE

VILLALBA

Equilibrio tra Natura e Cultura

Progetto di brand identity territoriale
per lo sviluppo sostenibile
del Comune di Villalba



Premessa

Dando seguito all'incarico professionale (Codice CIG: B4B6973DF8) per le prestazioni relative alla creazione di un logo marchio territoriale e delle linee guida per la promozione e lo sviluppo del territorio secondo le tre dimensioni della sostenibilità: culturale, ambientale, economica, segue il dossier Marchio territoriale: Villalba: Equilibrio tra Natura e Cultura.

Introduzione

In un'epoca in cui le piccole comunità dell'entroterra siciliano sono sempre più colpite dal fenomeno dello spopolamento, diventa fondamentale ripensare l'identità di un territorio non solo come eredità da conservare, ma come visione da costruire. In questo contesto, la creazione di un logo e di un marchio territoriale rappresenta molto più di un'operazione grafica: è un atto di consapevolezza e di rinascita. Avere un'identità visiva distintiva, che affianchi con coerenza e forza il logo istituzionale del Comune, significa dotarsi di uno strumento capace di raccontare una storia condivisa, riconoscibile e proiettata al futuro.

Il marchio territoriale nasce dall'ascolto attento e partecipe della comunità di Villalba, dalla mia presenza vissuta sul territorio e dal desiderio profondo di tradurre in un segno visivo la voce, le speranze e il senso di appartenenza di chi ogni giorno abita questi luoghi.

Proporre la creazione di un logo/brand territoriale è stato il frutto di un percorso umano prima ancora che progettuale: un cammino fatto di dialoghi, osservazioni, emozioni raccolte e condivise.

La nuova identità visiva nasce quindi dall'interno, dalla comunità stessa, che riacquista fiducia e orgoglio nelle proprie radici, nei propri paesaggi e nella propria cultura. In un territorio che, proprio grazie alla "ferita" dello spopolamento, ha paradossalmente conservato intatta la sua autenticità paesaggistica e rurale, il marchio diventa il simbolo di una rinascita silenziosa ma potente.

Qui, piccole aziende agricole, tradizioni secolari e un ritmo di vita autentico possono offrire al viaggiatore esperienze profonde, lontane dalla frenesia del turismo di massa.

Attraverso i valori rappresentati dalla nuova narrazione visiva, il Comune di Villalba si prepara dunque ad accogliere un nuovo tipo di visitatore: attento, rispettoso, sensibile. Un viaggiatore che cerca luoghi veri, comunità vive e paesaggi non ancora piegati alla standardizzazione. Il marchio territoriale diventa così una promessa e una direzione: lo sviluppo economico e sociale non come imitazione delle mete standard turistiche ma come valorizzazione dell'identità più profonda e genuina.



1. I valori del nuovo logo/brand territoriale

Il logo/brand territoriale di Villalba, e il claim “Equilibrio tra Natura e Cultura”, ritenuto identitario del territorio di Villalba e delle sue peculiarità culturali, paesaggistiche, ambientali, raffigura le due rocce site presso la zona denominata “Le Serre”.

Due rocce che sostengono un sasso di piccole dimensioni come a proteggerlo per mantenerlo in equilibrio con gli elementi naturali circostanti.

Un “monumento naturale” metafora di una comunità che rimane per custodire e presidiare la cultura ereditata dalla civiltà contadina che ne ha fissato le radici e costruito nel tempo la storia, la tradizione, l'identità culturale di Villalba.

Il marchio territoriale “Villalba, Equilibrio tra Natura e Cultura” ha tra gli obiettivi quello di identificare e valorizzare un simbolo naturale unico: le due rocce che trattengono in equilibrio un piccolo blocco di pietra e un paesaggio attorno che regala, soprattutto all'alba, una luce avvolgente e poetica che fa di questo luogo un set/teatro naturale per eventi di interesse culturale, paesaggistico, ambientale, già proposti con successo e approvazione di pubblico.

L'immagine che rappresenta l'identità culturale della comunità di Villalba è potente e incancellabile, è presenza viva che oltrepassa il tempo e lo spazio.

Un simbolo inconfondibile, unico in tutto il paesaggio dell'entroterra siciliano e non solo. Un elemento naturale, visibile e fortemente riconoscibile, diventa il nuovo emblema identitario di un paese che, pur

privo di monumenti storici rilevanti, può oggi raccontarsi attraverso la forza, la bellezza e la narrazione di un paesaggio autentico riconosciuto e amato da ogni abitante.

Il marchio si propone infatti come un punto di riferimento narrativo per tutta la comunità di Villalba e per i viaggiatori in cerca di luoghi veri e fuori dai circuiti turistici di massa. Le rocce in equilibrio diventano metafora di armonia tra natura e cultura, tra passato e presente, tra i residenti che solo uniti possono garantire la continuità di un equilibrio esistenziale tra natura e cultura, l'unico che può sostenere tutti in questo tempo di grandi sconvolgimenti.

Il marchio e le linee guida segnano l'inizio di una nuova fase: quella della **promozione condivisa del territorio**. Perché un brand territoriale diventi vivo e riconoscibile, deve essere compreso, adottato e raccontato dalla comunità che lo rappresenta. Questo dossier propone quindi un percorso strategico e operativo per: consolidare e diffondere l'identità visiva; attivare imprese, scuole, cittadini e istituzioni; fare del marchio uno strumento quotidiano e concreto di promozione, coesione e sviluppo sostenibile.

2. Analisi del Contesto

Villalba si distingue per un paesaggio collinare essenziale, con vegetazione tipica dell'entroterra siciliano e una scarsa presenza di elementi monumentali.

Proprio per questo, la presenza delle rocce in equilibrio è diventata nel tempo un riferimento visivo e simbolico per la comunità, oltre che una potenziale attrazione per chi cerca luoghi genuini e storie da scoprire.

Elementi distintivi:

- Il simbolo naturale delle rocce in equilibrio come elemento identitario forte;
- la presenza di aree naturalistiche come il Parco delle Serre;
- Potenziali connessioni con siti archeologici e megalitici;
- Tradizioni agricole e culturali radicate.



Villalba può oggi proporre una nuova chiave di lettura del territorio, non solo attraverso i luoghi ma, soprattutto, attraverso la forza evocativa del proprio paesaggio naturale.

3. Obiettivi del Marchio Territoriale

- Dare un'identità visiva e narrativa a Villalba attraverso il simbolo delle rocce monumentali;
- Coinvolgere la comunità villalbese, soprattutto le nuove generazioni, in un percorso di riconoscimento e orgoglio territoriale;
- Promuovere Villalba come destinazione autentica e sostenibile, fuori dai circuiti turistici di massa;
- Diffondere la storia e la cultura locale attraverso la narrazione del paesaggio e dei suoi simboli;
- Incoraggiare l'adozione del marchio territoriale da parte delle aziende locali di ogni settore, non solo agricolo, come strumento per promuovere l'identità culturale e sociale del territorio;
- Favorire la creazione di una rete di imprese ambasciatrici della comunità villalbese;
- Rendere il marchio "Villalba, equilibrio tra natura e cultura" uno strumento riconoscibile per la promozione congiunta del territorio e delle sue eccellenze imprenditoriali.



4. Azioni Previste

Le azioni operative traducono in pratica gli obiettivi del marchio " Villalba, equilibrio tra natura e cultura" e strutturano un percorso concreto di promozione territoriale, fondato sulla partecipazione, la narrazione e la sostenibilità.

VEDI ALLEGATO AZIONI PREVISTE

5. Stakeholder Coinvolti

- Comune di Villalba
- Soprintendenza ai Beni Culturali di Caltanissetta
- Università e Centri di ricerca (es. IEMEST, Università di Palermo)
- Scuole del territorio
- Associazioni culturali, ambientali e Pro Loco
- Aziende agricole, artigianali e produttori locali
- Imprese di ogni settore operanti nel territorio villalbese.

6. Impatti Attesi

- Rafforzamento della comunità locale e territoriale e della partecipazione civica
- Adozione diffusa del marchio come emblema identitario
- Crescita dell'interesse per Villalba come destinazione autentica
- Promozione di un turismo lento, narrativo e sostenibile
- Sviluppo di una rete stabile di imprese ambasciatrici
- Generazione di opportunità culturali, educative ed economiche.

7. Linee guida per la promozione e lo sviluppo del territorio secondo le tre dimensioni della sostenibilità

7.1 Sostenibilità Culturale

Obiettivo: Rafforzare l'identità locale, la memoria storica e la trasmissione dei saperi attraverso strumenti di racconto e condivisione.

Azioni chiave:

- Valorizzazione del patrimonio immateriale: riti, tradizioni, cucina, oralità, toponomastica.
- Riconoscimento del paesaggio come patrimonio culturale.
- Attività nelle scuole (laboratori, raccolta storie, mappe di comunità).
- Creazione di un archivio narrativo e fotografico del paese.
- Coinvolgimento di autori e studiosi locali.
- Eventi culturali (mostre, festival, teatro di comunità).

7.2 Sostenibilità Ambientale

Obiettivo: Tutelare e promuovere il paesaggio e le risorse naturali del territorio, incentivando comportamenti ecologici e forme di fruizione consapevole.

Azioni chiave:

- Promozione del turismo lento e naturalistico (trekking, passeggiate, cicloturismo).
- Protezione e valorizzazione delle Serre di Villalba.
- Sensibilizzazione sull'agricoltura rigenerativa, l'Agroecologia e pratiche a basso impatto.
- Eventi sostenibili (materiali compostabili, mobilità condivisa).
- Comunicazione ambientale (segnaletica educativa, storytelling visivo).

7.3 Sostenibilità Economica

Obiettivo: Stimolare l'economia locale in modo inclusivo e duraturo, mettendo il brand a servizio delle imprese e delle reti produttive del territorio.

Azioni chiave:

- Adesione delle imprese locali al marchio territoriale.
- Incentivazione delle filiere corte e mercati contadini.
- Creazione di un Albo delle Imprese Ambasciatrici.
- Promozione dei prodotti tipici con etichettatura brandizzata.
- Partecipazione a fiere e bandi.
- Formazione su branding, marketing territoriale e turismo esperienziale.

7.4 Principi di coerenza del brand

Ogni azione promozionale o progetto realizzato sotto il marchio "Villalba, equilibrio tra natura e cultura" dovrà:

- Rappresentare valori autentici del territorio.
- Rispondere a criteri di sostenibilità ambientale e sociale.
- Contribuire al benessere collettivo e all'immagine condivisa di Villalba.

Allegati

- ALLEGATO A - MANUALE UTILIZZO LOGO
- ALLEGATO B - FAC SIMILE RICHIESTA AUTORIZZAZIONE UTILIZZO LOGO
- ALLEGATO C - AZIONI PREVISTE
- ALLEGATO D - IL RACCONTO DI COMUNITA'
- ALLEGATO E - EVENTO DI COMUNITA'
- ALLEGATO F - RACCONTO BREVE PER USO PACKAGING
- ALLEGATO G – VILLABA - LOGO ANIMATO
- ALLEGATO H - VILLALBA - LOGO PNG
- ALLEGATO I - VILLALBA - LOGO-vettoiale



SOSIA
COMUNICAZIONE

Rossane Danile