

AZIONI PREVISTE – SCHEDE OPERATIVE

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.

Tutte le azioni saranno coordinate dall'Ufficio Cultura e Promozione Territoriale del Comune, con il supporto dei partner di progetto, e monitorate per valutarne l'efficacia e l'impatto sul territorio.

Di seguito le schede:

Scheda Operativa – Azione 1 - Diffusione e comunicazione del Marchio Territoriale

Scheda Operativa – Azione 2 - Narrazione identitaria e contenuti multimediali

Scheda Operativa – Azione 3 - Coinvolgimento educativo e intergenerazionale

Scheda Operativa – Azione 4 - Passeggiate tematiche e turismo sostenibile

Scheda Operativa – Azione 5 - Attivazione delle imprese ambasciatrici del territorio

Scheda Operativa – Azione 6 - Eventi culturali e promozionali stagionali



SOSIA
COMUNICAZIONE

Scheda Operativa – Azione 1

Diffusione e comunicazione del Marchio Territoriale

Obiettivo: rendere visibile, riconoscibile e condiviso il brand “Villalba in Equilibrio” attraverso una strategia coordinata di comunicazione, promozione e coinvolgimento comunitario.

1.1. Lancio ufficiale del marchio

- Evento pubblico “Villalba-equilibrio tra natura e cultura”
- Installazione temporanea in piazza (totem, pannelli, QR code)
- Interventi istituzionali, testimonianze, linee guida

1.2. Creazione di una piattaforma digitale

- Sito web www.villalbainequilibrio.it con sezioni su logo, storie, mappa, eventi
- Pagine social Facebook e Instagram
- Hashtag: #VillalbaInEquilibrio, #NaturaECultura, #VillalbaSiRacconta

1.3. Campagna visual e materiale informativo

- Roll-up e banner nei punti d’accesso
- Kit promozionale per scuole, imprese, enti
- Pannelli descrittivi e segnaletica brandizzata

1.4. Coinvolgimento della comunità

- Campagna “Cosa significa per te equilibrio?”
- Social call per foto, disegni, frasi
- Muro delle idee in piazza

1.5. Media e relazioni esterne

- Comunicato stampa e press kit
- Collaborazione con TV e radio locali
- Inviti a giornalisti, blogger e influencer

1.6. Tempistiche e strumenti

Attività	Strumento	Periodo
Lancio evento	Festa dell’identità	Mese 1
Branding fisico	Roll-up, pannelli, segnaletica	Mese 1–2
Branding digitale	Sito, social, contenuti multimediali	Mese 1–3
Coinvolgimento cittadino	Installazioni, call to action	Continuativo
Comunicazione esterna	Media, press kit, relazioni	Mese 2 e oltre

Coerenza con le tre dimensioni della sostenibilità

- Culturale: narrazione del paesaggio e memoria locale
- Ambientale: visual storytelling legato alla natura e all’equilibrio ecologico
- Economica: strumenti promozionali per imprese e produttori locali

Scheda Operativa – Azione 2

Narrazione identitaria e contenuti multimediali

Obiettivo: costruire una narrazione collettiva, autentica e multicanale dell'identità di Villalba, valorizzando il paesaggio, le storie locali e il vissuto comunitario attraverso strumenti visivi, orali e digitali.

2.1. Video narrativi e clip emozionali

- Produzione di video brevi girati nei luoghi simbolo del territorio
- Interviste a cittadini, agricoltori, giovani e anziani
- Storie ambientate nei paesaggi delle Serre, del feudo Miccichè, del centro storico

2.2. Archivio di comunità

- Raccolta partecipata di fotografie d'epoca, racconti orali, diari e lettere
- Digitalizzazione e conservazione di materiali in una piattaforma accessibile
- Coinvolgimento di scuole, associazioni e famiglie nel recupero della memoria

2.3. Tempistiche e strumenti

Attività	Strumento	Periodo
Produzione video	Clip, interviste, storytelling	Mese 1–3
Archivio di comunità	Raccolta, digitalizzazione	Mese 2–5

Coerenza con le tre dimensioni della sostenibilità

- Culturale: valorizzazione della memoria e delle narrazioni locali
- Ambientale: racconto dei paesaggi come patrimonio identitario
- Economica: contenuti promozionali utili per il turismo e le imprese locali

Scheda Operativa – Azione 3

Coinvolgimento educativo e intergenerazionale

Obiettivo: Stimolare la partecipazione attiva delle scuole, dei giovani e delle famiglie al processo di valorizzazione del territorio, promuovendo un dialogo tra generazioni e la trasmissione dei saperi locali attraverso attività educative e laboratori esperienziali.

3.1. Laboratori scolastici tematici

- Percorsi interdisciplinari su paesaggio, sostenibilità e identità locale.
- Attività di disegno, scrittura creativa, cartografia emozionale e raccolta di storie.
- Collaborazione con docenti per l'integrazione nel piano didattico.

3.2. Attività intergenerazionali

- Incontri tra studenti e anziani per il racconto di esperienze e tradizioni.
- Passeggiate guidate condotte da narratori locali e "nonni del paese".

3.3. Progetti creativi collettivi

- Realizzazione di murales, installazioni o mostre ispirate al tema dell'equilibrio.
- Mostra finale dei lavori scolastici durante gli eventi pubblici.
- Premi e riconoscimenti per elaborati significativi.

3.4. Educazione all'uso del brand

- Introduzione del logo e del concetto di identità territoriale nei percorsi educativi.
- Giochi e quiz per scoprire i luoghi e i simboli del paese.
- Attività coordinate con il vademecum del marchio.

Tempistiche e strumenti

Attività	Strumento	Periodo
Laboratori scolastici	Disegni, storie, ricerche	Mese 2–5
Incontri intergenerazionali	Racconti, passeggiate, podcast	Mese 2–5
Progetti creativi	Murales, mostre, premi	Mese 3–6
Educazione al brand	Logo, quiz, materiali didattici	Mese 2–6

Coerenza con le tre dimensioni della sostenibilità

- **Culturale:** trasmissione dei saperi e valorizzazione della memoria locale.
- **Ambientale:** educazione al paesaggio e alla biodiversità territoriale.
- **Economica:** sensibilizzazione all'identità produttiva e ai prodotti locali.

Scheda Operativa – Azione 4

Passeggiate tematiche e turismo sostenibile

Obiettivo: Promuovere la conoscenza diretta del territorio attraverso esperienze lente e immersive che uniscono scoperta, racconto e relazione con l'ambiente. Le passeggiate tematiche sono pensate come strumenti di valorizzazione paesaggistica, educativa e turistica, coerenti con il brand "Villalba in Equilibrio".

4.1. Progettazione dei percorsi narrativi

- Definizione di 3–4 **itinerari tematici** (es. "Paesaggio e memoria", "Erbe e biodiversità", "Luoghi simbolo", "Villalba contadina").
- Mappatura dei punti di interesse: Serre, casale Miccichè, sentieri agricoli, scorci storici.
- Collaborazione con esperti locali (storici, naturalisti, agronomi).

4.2. Attività guidate stagionali

- Programmazione di **escursioni a piedi o in bici** con accompagnatori e narratori locali.
- Iniziative a tema: camminate all'alba, raccolta di erbe spontanee, racconto di leggende.
- Attività didattiche per famiglie e scolaresche (es. mappa illustrata, diario del cammino).

4.3. Segnaletica e supporti informativi

- Installazione di **tabelle e totem** con contenuti testuali, grafici e fotografici.
- Applicazione di **QR code** per approfondimenti audio/video e storytelling digitale.
- Realizzazione di una **mappa cartacea** e digitale dei percorsi (anche in formato pieghevole o affisso nei luoghi pubblici).

4.4. Esperienze turistiche e marketing territoriale

- Offerta di **pacchetti esperienziali** per visitatori (es. cammino + degustazione + laboratorio).
- Coinvolgimento di strutture ricettive e ristoratori per costruire itinerari tematici integrati.
- Promozione degli itinerari nei circuiti di turismo lento e sostenibile (rete Borghi Autentici, Cammini rurali, ecc.).

Tempistiche e strumenti

Attività	Strumento	Periodo
Mappatura dei percorsi	Itinerari, punti simbolici	Mese 2–3
Progettazione escursioni	Guide locali, narrazioni, promozione	Mese 3–6
Segnaletica e QR code	Pannelli, totem, materiale digitale	Mese 3–5
Pacchetti turistici	Collaborazione imprese locali	Mese 4–6

Coerenza con le tre dimensioni della sostenibilità

- **Culturale:** narrazione dei luoghi, leggende, paesaggi vissuti.
- **Ambientale:** promozione della mobilità dolce e della biodiversità.
- **Economica:** attivazione di filiere locali legate al turismo rurale e all'accoglienza.

Scheda Operativa – Azione 5**Attivazione delle imprese ambasciatrici del territorio**

Obiettivo: coinvolgere attivamente le imprese del territorio nell'uso e nella diffusione del marchio territoriale, costruendo una rete identitaria forte e collaborativa.

5.1. Protocollo e adesione al marchio

- Redazione e promozione del protocollo per l'uso del logo
- Raccolta adesioni tra imprese agricole, artigiane, turistiche e commerciali
- Realizzazione di un albo pubblico delle imprese aderenti

5.2. Formazione e supporto alle imprese

- Incontri formativi su branding, marketing territoriale e storytelling di prodotto
- Distribuzione di un vademecum pratico per l'uso del logo
- Attività di consulenza e supporto grafico

5.3. Promozione congiunta

- Campagne condivise tra imprese e Comune
- Creazione di packaging coordinato con logo

5.4. Eventi e visibilità

- Partecipazione collettiva a fiere, sagre ed eventi promozionali
- Creazione del bollino "Impresa Ambasciatrice"
- Raccolta di testimonianze e storie d'impresa per i canali social del brand

Tempistiche e strumenti

Attività	Strumento	Periodo
Redazione protocollo e adesione	Documento ufficiale e albo pubblico	Mese 2
Formazione e supporto	Incontri, vademecum, consulenza	Mese 2-4
Campagne promozionali congiunte	Packaging, vetrine, comunicazione	Mese 3-5
Eventi di visibilità	Bollino, storytelling, partecipazione fiere	Mese 4-6

Coerenza con la sostenibilità

- Culturale: imprese come ambasciatrici dell'identità locale
- Ambientale: valorizzazione di produzioni sostenibili e a km0
- Economica: promozione e visibilità per il tessuto produttivo

Scheda Operativa – Azione 6

Eventi culturali e promozionali stagionali

Obiettivo: Rendere il brand “Villalba in Equilibrio” parte integrante del calendario culturale e promozionale del paese, attraverso eventi pubblici ispirati ai valori del marchio, capaci di coinvolgere la comunità e attrarre visitatori.

6.1. Integrazione nelle manifestazioni esistenti

- Inserimento del logo e dei valori del marchio nei materiali di eventi già consolidati (Presepe Vivente, Sagra del Pomodoro e della Lenticchia, Festa di San Giuseppe).
- Utilizzo delle manifestazioni come occasioni per narrare il brand, attraverso pannelli, testimonianze, mostre e contenuti multimediali.

6.2. Creazione di nuovi eventi a tema

- Progettazione e realizzazione di eventi originali connessi al tema dell’equilibrio e all’identità territoriale: Esempi: *Festa dell’Equilibrio, Notte della Roccia, Villalba Cammina*.
- Format multidisciplinari che uniscono natura, cultura, enogastronomia e arte.

6.3. Arte pubblica e creatività diffusa

- Coinvolgimento di artisti, scuole e cittadini per la realizzazione di murales, installazioni e segnaletica creativa ispirata al logo e ai suoi valori.
- Laboratori di co-progettazione per interventi artistici negli spazi pubblici (piazze, sentieri, edifici rurali).

6.4. Programmazione stagionale e comunicazione

- Creazione di un **calendario stagionale integrato** (Estate in Equilibrio, Autunno del Raccolto, Inverno della Memoria, Primavera dei Cammini).
- Promozione congiunta tramite social, stampa locale, sito del brand e reti regionali.

Tempistiche e strumenti

Attività	Strumento	Periodo
Inserimento nelle feste esistenti	Materiali grafici, narrazione identitaria	Mese 2–3
Creazione di nuovi eventi	Progettazione, logistica, comunicazione	Mese 3–6
Arte pubblica e murales	Laboratori partecipati, installazioni	Mese 4–6
Calendario stagionale integrato	Pianificazione, promozione condivisa	Continuativo

Coerenza con le tre dimensioni della sostenibilità

- **Culturale:** valorizzazione della creatività locale, delle tradizioni vive e della partecipazione culturale.
- **Ambientale:** eventi all’aperto, a basso impatto ambientale, con attenzione all’uso di materiali naturali o riciclati.
- **Economica:** coinvolgimento attivo di ristoratori, artigiani, produttori e strutture ricettive per la valorizzazione delle risorse locali.