

Turbe da Passeggio Forlì 2026

Report di comunicazione, partecipazione e impatto territoriale

1. Contesto del progetto

Nel corso della primavera 2026, Turbe Giovanili APS ha realizzato a Forlì tre appuntamenti del format **Turbe da Passeggio**, passeggiate partecipative pensate per trasformare lo spazio urbano in un'occasione di incontro, dialogo e scoperta del territorio. Gli eventi si sono svolti nelle date del **21 aprile, 8 maggio e 26 maggio** trattando rispettivamente 3 tematiche: *partecipazione attiva; cittadinanza europea e relazioni internazionali*.

L'iniziativa è stata promossa dal **Campus di Forlì dell'Università di Bologna** e dal **Comune di Forlì**, con il sostegno della **Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì**, di **La BCC** e di **Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS) Italia**.

Le tre passeggiate hanno coinvolto complessivamente **oltre 150 partecipanti** e **11 realtà del territorio**, tra cui Forlì 2035, Romagna+, Hikma, Erasmus Forlì Community, UNSA Forlì, CSS Forlì, Euroavia Forlì Bologna, UDU Forlì, Officina delle Idee, Spazi Indecisi e Kasette, contribuendo alla costruzione di una rete collaborativa tra associazionismo, università, giovani professionisti e cittadinanza attiva. A queste si è aggiunta la collaborazione col bar Ca' Leoni, che ha ospitato i momenti informali di socializzazione successivi agli eventi.

Il progetto ha rappresentato un'occasione concreta di incontro tra giovani, studenti universitari, associazioni e cittadinanza, favorendo il confronto tra realtà che normalmente operano in contesti differenti e contribuendo a generare nuove connessioni e opportunità di collaborazione sul territorio.

2. Obiettivi e strategia della comunicazione

L'attività di comunicazione è stata progettata con un duplice obiettivo: **promuovere la partecipazione agli eventi e valorizzare le realtà coinvolte**, massimizzando l'impatto e la capacità di coinvolgimento verso il pubblico non solo giovanile. Attraverso una presenza continuativa prima, durante e dopo gli appuntamenti, la comunicazione ha contribuito a **rafforzare l'immagine di Forlì come territorio attivo, partecipativo e attento al protagonismo giovanile**.

La strategia ha previsto la pubblicazione di post promozionali, reel teaser e recap, contenuti fotografici e video realizzati durante gli eventi, oltre a un'importante attività di condivisione e cross-posting con le organizzazioni partecipanti. Questo approccio ha consentito di amplificare la portata dei contenuti e raggiungere community differenti attraverso la collaborazione con le organizzazioni partecipanti.

La comunicazione non ha rappresentato soltanto uno strumento promozionale, ma un vero e proprio elemento di attivazione territoriale, capace di mettere in connessione reti associative differenti, favorire la partecipazione agli eventi e rafforzare la riconoscibilità del format Turbe da Passeggio all'interno della comunità forlivese.

3. Risultati della comunicazione

La strategia di comunicazione ha accompagnato tutte le fasi del progetto attraverso la realizzazione e pubblicazione di **16 contenuti** fotografici e video dedicati alla promozione degli eventi, al racconto delle passeggiate e alla valorizzazione delle organizzazioni coinvolte.

Complessivamente, i contenuti pubblicati hanno generato oltre **245.000 visualizzazioni**, raggiungendo più di **90.000 account** e producendo oltre **3.000 interazioni** tra like, commenti, salvataggi, condivisioni e altre azioni di coinvolgimento.

Particolarmente significativo risulta il dato relativo ai pubblici raggiunti. Nella maggior parte dei contenuti analizzati, **mediamente oltre l'80% delle visualizzazioni è stato generato da utenti che non seguivano già i canali di Turbe Giovanili**. Questo evidenzia la capacità del progetto di **intercettare nuovi pubblici e ampliare la diffusione dei messaggi** ben oltre la community già esistente.

4. I contenuti più performanti

L'analisi delle performance mostra come i contenuti maggiormente apprezzati siano stati quelli realizzati durante e al termine delle passeggiate, in particolare le fotografie di gruppo e le gallery recap che raccontano l'esperienza vissuta dai partecipanti.

I contenuti che mostravano volti, relazioni e momenti di socializzazione hanno registrato i risultati migliori sia in termini di visualizzazioni sia di interazioni, confermando che la dimensione umana e comunitaria rappresenta uno degli elementi distintivi del progetto.

Questo risultato evidenzia come Turbe da Passeggio non sia percepito esclusivamente come un evento, ma come uno spazio concreto di incontro, partecipazione e costruzione di relazioni tra giovani, associazioni e territorio.

5. Impatto territoriale

5.1 Analisi del contesto e dei bisogni del territorio

Turbe da Passeggio nasce dalla volontà di rispondere ad alcuni bisogni sempre più evidenti all'interno delle comunità locali, in particolare tra le giovani generazioni. Tra questi emergono **la difficoltà nel creare nuove relazioni, la frammentazione tra associazioni e gruppi informali, la limitata conoscenza delle opportunità offerte dal territorio e la necessità di disporre di spazi accessibili dove incontrarsi, confrontarsi e partecipare attivamente alla vita della città.**

Nel contesto forlivese, caratterizzato dalla presenza di una significativa popolazione universitaria e di numerose realtà associative, è emersa l'opportunità di costruire occasioni informali capaci di mettere in dialogo persone, organizzazioni e istituzioni che, pur condividendo obiettivi comuni, **difficilmente trovano momenti strutturati di incontro e collaborazione.**

Turbe da Passeggio è stato progettato proprio per rispondere a questi bisogni attraverso un format semplice, gratuito e itinerante, capace di favorire nuove connessioni tra persone e valorizzare le energie già presenti sul territorio.

5.2 Obiettivi del progetto

L'obiettivo generale del progetto è **favorire la partecipazione giovanile e rafforzare le relazioni tra persone, associazioni e istituzioni**, contribuendo alla costruzione di una comunità più connessa, collaborativa e partecipe.

Per perseguire questo obiettivo, il progetto si è posto alcuni obiettivi specifici:

- creare occasioni accessibili di incontro e socializzazione tra giovani e cittadinanza;
- valorizzare il ruolo delle associazioni e delle realtà attive sul territorio;
- favorire la nascita di nuove connessioni e collaborazioni tra organizzazioni differenti;
- promuovere una maggiore conoscenza delle opportunità offerte dalla città;
- contribuire a rafforzare il senso di appartenenza alla comunità locale attraverso esperienze condivise nello spazio pubblico.

5.3 Beneficiari e stakeholder

I principali beneficiari del progetto sono stati i **giovani**, gli **studenti** universitari, i giovani **professionisti** e i **cittadini** che hanno preso parte alle passeggiate, trovando occasioni di incontro, confronto e partecipazione in un contesto informale e accessibile.

Accanto ai partecipanti, il progetto ha generato valore anche per le **associazioni** coinvolte, che hanno avuto l'opportunità di presentare le proprie attività, ampliare la propria rete di contatti e raggiungere nuovi pubblici.

Tra gli stakeholder del progetto rientrano inoltre il **Campus** universitario di Forlì, il **Comune** di Forlì, i **partner** finanziatori, gli **esercenti** coinvolti e tutte le organizzazioni che hanno contribuito alla realizzazione dell'iniziativa, rafforzando una rete territoriale orientata alla collaborazione e alla partecipazione.

5.4 Valore generato per il territorio

Il valore generato da Turbe da Passeggio può essere letto come una catena che, partendo dalle risorse messe a disposizione dai partner e dal territorio, produce risultati che vanno oltre la realizzazione dei singoli eventi.

Grazie al sostegno dei partner istituzionali e finanziatori, al coinvolgimento delle associazioni e al lavoro organizzativo di Turbe Giovanili è stato possibile progettare e realizzare tre passeggiate partecipative, accompagnate da una strategia di comunicazione diffusa e da momenti di networking informale.

Queste attività hanno prodotto risultati immediatamente osservabili, come il coinvolgimento di oltre 150 partecipanti, la partecipazione di 11 realtà territoriali, la realizzazione di 16 contenuti dedicati e un'importante visibilità online.

Il valore più significativo, tuttavia, risiede negli effetti generati dalle relazioni costruite durante il progetto: **nuove connessioni tra persone, maggiore conoscenza reciproca tra associazioni, ampliamento delle reti collaborative e maggiore consapevolezza delle opportunità presenti sul territorio**. Pur trattandosi di risultati che richiedono tempo per consolidarsi, rappresentano le basi su cui sviluppare future iniziative condivise e rafforzare il capitale sociale della comunità.

5.5 Come il progetto ha risposto ai bisogni individuati

Le attività realizzate hanno risposto in modo concreto ai bisogni individuati nella fase di progettazione.

La struttura itinerante delle passeggiate ha favorito l'incontro tra persone che normalmente non avrebbero avuto occasione di conoscersi, creando un contesto informale capace di facilitare il dialogo e la nascita di nuove relazioni.

Il coinvolgimento diretto delle associazioni ha permesso di aumentare la conoscenza reciproca tra organizzazioni e cittadini, offrendo alle realtà del territorio uno spazio per raccontare il proprio impegno e creare nuove opportunità di collaborazione.

Infine, **la strategia di comunicazione ha amplificato l'impatto del progetto ben oltre i partecipanti presenti agli eventi**, contribuendo a diffondere i valori dell'iniziativa, valorizzare i partner coinvolti e raggiungere nuovi pubblici interessati alla partecipazione attiva.

5.6 Impatti osservati

La combinazione tra partecipazione agli eventi, collaborazione tra organizzazioni e una strategia di comunicazione diffusa ha permesso di amplificare l'impatto dell'iniziativa ben oltre i singoli appuntamenti, generando visibilità per le realtà coinvolte, nuove relazioni e occasioni di collaborazione tra soggetti che operano in ambiti differenti ma condividono un interesse comune per la partecipazione e lo sviluppo della comunità locale.

Le tre passeggiate hanno favorito la creazione di spazi informali di confronto e socializzazione, offrendo ai partecipanti l'opportunità di conoscere nuove persone, scoprire realtà attive sul territorio e sviluppare un maggiore senso di appartenenza alla comunità forlivese. Allo stesso tempo, le organizzazioni coinvolte hanno potuto ampliare le proprie reti, entrare in contatto con nuovi pubblici e rafforzare il dialogo con altre associazioni, gruppi informali e istituzioni.

La dimensione itinerante del format ha inoltre contribuito a valorizzare gli spazi urbani come luoghi di incontro, partecipazione e costruzione di comunità, promuovendo una fruizione della città basata sul dialogo, sulla prossimità e sulle relazioni tra persone.

Il progetto ha infine contribuito a consolidare la presenza di Turbe Giovanili sul territorio forlivese, creando le basi per future collaborazioni e nuove iniziative condivise.

Allegato A - Contenuti digitali realizzati:

- Conferenza stampa di lancio
https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DWI5OR5jFkJ/
- Locandine del progetto:
 - lancio https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DW056DIjEwW/
 - prima passeggiata https://www.instagram.com/p/DXG9WqpDFTM/?img_index=1
 - seconda passeggiata (posticipata causa maltempo)
https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DXrD3NFDLeJ/
 - terza passeggiata https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DYhPPahDCWE/
- Video di lancio: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/DXMDENbjCmX/
- Foto prima passeggiata: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DXcZPmdDG-Z/
- Contenuti video prima passeggiata:
 - <https://www.instagram.com/kasse77e/reel/DXj4Icntxdb/>
 - https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/DXlz6WujNKi/
- Video lancio seconda e terza passeggiata:
https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/DXwG20Vs2Up/
- Foto seconda passeggiata: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DYKR_bajLoR/
- Contenuti video seconda passeggiata:
 - https://www.instagram.com/kasse77e/reel/DYNFZigt_eV/
 - https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/DYUKOGbs95c/
- Foto terza passeggiata: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DY4g5ZKDOD1/
- Contenuti video terza passeggiata:
 - https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/DZcSEuAMb9n/
 - <https://www.instagram.com/kasse77e/reel/DZVLNFeiGVf/>



Allegato B - Rassegna stampa:

- <https://www.forlinotizie.net/2026/04/01/le-passeggiate-turbative-arrivano-a-forli-una-camminata-per-confrontarsi-e-conoscere-nuove-persone/83741/>
- <https://www.forlityday.it/cronaca/camminate-turbe-passeggio-giovani.html>
- <https://www.zazoom.it/2026-04-01/non-la-solita-passeggiata-stickers-dialoghi-e-passi-arrivano-le-turbe-da-passeggio-per-riscoprire-la-citta-e-la-socialita/18924715/>
- <https://sestopotere.com/forli-presentata-ledizione-2026-di-turbe-da-passeggio-e-il-calendario-delle-passeggiate-urbane/>
- <https://www.ilrestodelcarlino.it/forli/cronaca/turbe-giovanili-tre-iniziative-lassociazione-2efd91a8>
- <https://www.romagnanotizie.net/2026/04/03/le-passeggiate-turbative-arrivano-a-forli-una-camminata-per-confrontarsi-e-conoscere-nuove-persone/146185/>
- <https://www.emiliaromagnanews24.it/turbe-da-passeggio-forli-2026-di-turbe-giovanili-aps-382303.html>
- <https://informagiovani.comune.forli.fc.it/turbe-da-passeggio-2026/>
- <https://www.diogene.news/Primo-Piano/6434/turbe-da-passeggio-a-forli-la.html>
- <https://sestopotere.com/turbe-da-passeggio-2026-forli-grande-successo-per-la-prima-camminata/>
- <https://www.forlityday.it/cronaca/turbe-passeggio-prima-tappa-prossime-date.html>
- <https://www.emiliaromagnanews24.it/sbarca-anche-a-forli-il-format-turbe-da-passeggio-383892.html/amp>
- <https://www.diogene.news/Primo-Piano/6495/turbe-da-passeggio-a-forli.html>
- <https://www.diogene.news/Primo-Piano/6526/turbe-da-passeggio-di-turbe-giovanili.html>
- <https://www.diogene.news/Primo-Piano/6548/turbe-da-passeggio-2026-di-turbe.html>
- <https://www.diogene.news/Primo-Piano/6608/turbe-da-passeggio-2026-di-turbe.html>