

Turbe da Passeggio Ravenna 2026

Report di comunicazione, partecipazione e impatto territoriale

1. Contesto del progetto

Nel corso del 2026, per il terzo anno consecutivo, Turbe Giovanili APS ha realizzato a Ravenna 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 **17 aprile, 13 maggio e 23 settembre**, trattando rispettivamente tre tematiche: Ravenna città per giovani; esercenti del centro storico; rapporti internazionali.

L'iniziativa è stata promossa dal **Comune di Ravenna - Assessorato alle Politiche Giovanili**, con il sostegno di **Fondazione Romagna Solidale ETS** e di **Fondazione Cassa di Risparmio di Ravenna**.

Le tre passeggiate hanno coinvolto complessivamente **oltre 160 partecipanti e 18 realtà del territorio**, tra cui Spotted Ravenna, Dedalo, Spasso in Ravenna, ESN Ravenna, Cose da Femminucce, Light Show, Circolo degli Scrittori, Portami in Pista, ErosAntEros - POLIS Teatro Festival, Libera Ravenna, Cocci Rotti, Ravenna Welcome Talents, Variazioni per Ammutinamenti di Cantieri Danza APS, Nerval Teatro, Linea Rosa Ravenna, Via Marconi - A Student Place, Centro Giovani Quake e NOW Gym h24 Ravenna, contribuendo alla costruzione di una rete collaborativa tra associazionismo, giovani e cittadinanza attiva. A queste si è aggiunta la collaborazione con il **Mercato Coperto di Ravenna**, che ha ospitato i momenti informali di socializzazione successivi agli eventi.

Il progetto ha rappresentato un'occasione concreta di incontro tra giovani, 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 Ravenna 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 ravennate.

3. Risultati della comunicazione

La strategia di comunicazione ha accompagnato tutte le fasi del progetto attraverso la realizzazione e pubblicazione di **12 contenuti fotografici e video** dedicati alla promozione degli eventi, al racconto delle passeggiate e alla valorizzazione delle organizzazioni coinvolte, di cui **7 fotografici e 5 reel**.

Complessivamente, i contenuti pubblicati hanno generato **oltre 183.000 visualizzazioni**. Particolarmente significativo risulta il dato relativo ai pubblici raggiunti: mediamente circa il **50%** 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, senza eccezioni, **le fotografie di gruppo** realizzate durante e al termine delle passeggiate, 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 ravennate, caratterizzato da un centro storico vivo e da un tessuto associativo diffuso, 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 **Comune di Ravenna**, 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 160 partecipanti**, la partecipazione di **18 realtà territoriali**, la realizzazione di **12 contenuti dedicati** e un'importante visibilità online.

Un dato in particolare racconta la crescita del progetto nel corso dell'anno: nella terza e ultima passeggiata, dedicata ai rapporti internazionali, il **numero di associazioni partner coinvolte è raddoppiato** rispetto alle prime due tappe, e i partecipanti a quell'appuntamento - **80 persone** - hanno rappresentato da soli **la metà del totale** registrato nell'intera stagione 2026. Un segnale chiaro di come l'interesse verso il format e la voglia di coinvolgimento da parte del territorio siano cresciuti tappa dopo tappa.

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 - una dinamica confermata dalla **crescente adesione registrata di tappa in tappa**.

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 ravennate. 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 ravennate, creando le basi per future collaborazioni e nuove iniziative condivise - un percorso di crescita confermato dal **raddoppio dei partner** nell'ultima tappa e dai **numeri record di partecipazione**.

6. Feedback dei partecipanti

A integrazione dei dati quantitativi raccolti durante il progetto, Turbe Giovanili ha somministrato un breve questionario ai partecipanti, con l'obiettivo di raccogliere percezioni dirette sull'esperienza vissuta e sul valore del format.

Le risposte confermano una valutazione positiva di Turbe da Passeggio, in linea con quanto già registrato per le altre tappe territoriali del progetto. I partecipanti che hanno risposto conoscevano già Turbe Giovanili, mentre la conoscenza delle associazioni e realtà coinvolte era più diversificata. Dopo l'evento, **oltre l'80%** dei rispondenti ha dichiarato di conoscere "abbastanza" o "molto" meglio le realtà attive sul territorio ravennate.

Dal punto di vista relazionale, il **100%** dei rispondenti ha indicato che l'evento li ha aiutati "abbastanza" o "molto" a conoscere nuove persone o a parlare con persone che non conoscevano. Anche il bisogno intercettato dal progetto risulta confermato: il **100%** dei rispondenti ritiene che Turbe da Passeggio risponda "abbastanza" o "molto" a un bisogno reale di socialità, incontro e partecipazione tra giovani.

Tra gli aspetti più apprezzati emergono in particolare la possibilità di conoscere nuove persone, il format della passeggiata e la scoperta di associazioni e realtà del territorio, indicati da **oltre il 60%** dei rispondenti. Seguono il vivere la città in modo diverso e i temi affrontati, indicati da circa la metà dei rispondenti. Inoltre, **oltre l'80%** ha dichiarato che parteciperebbe ad altre iniziative simili a Ravenna.



Allegato A - Contenuti digitali realizzati:

- Locandine del progetto:
 - Calendario https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DWoBu2gDAFI/
 - #1 https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DW6Ci6dDKhk/
 - #2 https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DYPKr16jNqn/
 - #3 https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DdUGJSXDBFq/
- Reel lancio #1 & #2: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/DXEWp4VDCGx/
- Foto #1: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DXSBkyrjC7t/
- Reel recap #1: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/DXWV8o8DOFP/
- Foto #2: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DYmmgejDDS6/
- Reel recap #2: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/DYweYBzsNC5/
- Reel lancio #3: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/DdjnlufsKUZ/
- Foto #3: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/p/DdrUIILDGp8/
- Reel recap #3: https://www.instagram.com/_turbegiovanili_/reel/Dd1zAnUM1YK/

Allegato B - Rassegna stampa:

- [Ravenna, torna "Turbe da Passeggio": tre nuovi ...Ravenna Web Tv](#)
<https://www.ravennawebtv.it> › Sociale › Ravenna
- [In centro storico torna 'Turbe da Passeggio', il format che ...RavennaToday](#)
<https://www.ravennatoday.it> › cronaca › in-centro-stori...
- <https://www.ravennanotizie.it/2026/04/08/tornano-a-ravenna-le-turbe-da-passeggio-camminate-urbane-per-far-sentire-la-voce-dei-giovani/602290/>
- [Turbe da passeggioVolontaromagna](#)
<https://volontaromagna.it> › turbe-da-passeggio
- ["Turbe da Passeggio" 2026 Ravenna: grande successo ...Ravenna Web Tv](#)
<https://www.ravennawebtv.it> › Sociale › Ravenna
- [Turbe da Passeggio 2026 Ravenna Grande Successo per ...Virgilio](#)
<https://www.virgilio.it> › italia › ravenna › notizielocali
- [Ravenna Web Tv"Turbe da Passeggio" 2026 Ravenna: grande successo per la prima passeggiata a tema "Ravenna città per giovani"2 giorni fa](#)
- <https://www.ravennawebtv.it/ravenna-turbe-da-passeggio-chiude-con-oltre-160-partecipanti/>
- <https://risveglioduemila.it/2026/09/turbe-da-passeggio-ledizione-del-2026-si-chiude-con-oltre-160-partecipanti/>