

Laboratorio di narrazione

RAMPELLO & PARTNERS

Davide Rampello
William Gray
Alessandro Spinelli

R&P

Etimologia lemmi

Cantiere

- 1** ant. Trave, legno, cavalletto di sostegno di tavolati, di tetti o d'altro. In partic., ciascuna delle strutture di sostegno delle navi in costruzione o in riparazione.
- 2** Stabilimento (detto più spesso c. navale) dove si costruiscono e si varano le navi, provvedendo a quanto occorre per il loro allestimento, e dove si riparano navi già in esercizio.
- 3** Area di terreno, spesso recintata provvisoriamente, nella quale si svolgono le operazioni necessarie alla costruzione di un'opera di ingegneria civile (strade, dighe, ponti, ecc.) o di fabbricati in genere; anche, locale o ambiente interessato a lavori di ristrutturazione edilizia.

ETIMOLOGIA

Il termine "cantiere" deriva dal latino *canthērius*, che originariamente indicava il "cavallo castrato", più docile e disposto al lavoro – dal greco *kanthēlios*, asino da soma. Nel tempo, il significato è slittato a indicare una trave di sostegno. Poiché tali sostegni venivano tradizionalmente impiegati nella costruzione e riparazione delle navi, la parola è passata a designare l'area di lavoro.

Malga

- 1**
- a** Pascolo tipico delle Alpi orientali italiane, e in parte di quelle centrali, dove soggiornano gli animali, specialmente bovini, durante l'estate.
 - b** Il fabbricato, o il complesso di fabbricati, di legno o misti di legno e muratura, che si trovano sul terreno del pascolo per il ricovero del bestiame, il deposito del latte e degli attrezzi, e l'alloggio temporaneo del personale.
 - c** Nella zona dell'altopiano di Asiago, sinonimo di casera (costruzione rustica di montagna, tipica dell'arco alpino, un tempo adibita alla lavorazione del latte e al ricovero del bestiame durante l'alpeggio, diffusa in Trentino, Veneto e Friuli; formaggio DOP a latte vaccino tipico della provincia di Sondrio; grandi falò accesi in occasione dell'Epifania).
- 2** Anticamente, sinonimo di **mandria**.

ETIMOLOGIA

Origine retoromanza/ladina (ipotesi più accreditata): dal latino alpino *milicare* (a sua volta da *mulgere*), che significa “mungere”.

Origine germanica (secondo alcuni glottologi): dal termine bavarese *melch* o dall'antico tedesco *melchan*, affine all'odierno tedesco *Alm*. Significa sempre “mungere”.

Mandria

- 1** **a** Branco di grosse bestie, in particolare di ungulati (diversamente dal *gregge*, che si usa generalmente per bestie più piccole).
- b**estens. Torma, moltitudine di persone, di esseri umani.
- 2** non com. Luogo, recinto, dove si raccoglie il bestiame in dimora temporanea.

ETIMOLOGIA

Dal latino *mandra*, a sua volta proveniente dal greco *mándra* (ovile, recinto). Originariamente indicava il luogo chiuso dove venivano custoditi gli animali, per poi passare a definire l'insieme stesso dei capi di bestiame, in particolare di grossa taglia.

Gregge

1 Branco di pecore o capre, affidato alla guida e alla custodia di uno o più pastori.

2

- a** fig. Moltitudine di persone, in genere.
- b** fig. In partic., le anime affidate alla guida spirituale di un pastore, cioè dell'autorità ecclesiastica.
- fig. In senso spreg., gruppo di persone che, per mancanza di personalità, di iniziativa e di coraggio, si comportano passivamente accettando condizioni di inferiorità e soggezione.
- c**

ETIMOLOGIA

Dal latino *grex* (al genitivo *gregis*), che indicava un insieme di pecore o capre radunate al pascolo. Da questa stessa radice derivano anche “egregio” (letteralmente *colui che si distingue ed esce fuori dal gregge*) e “gregario” (*colui che appartiene alla moltitudine*).

Mosaico

1 Tecnica decorativa con la quale, per mezzo di frammenti (ordinariamente piccoli cubi, detti tessere *musive*) di pietre naturali, di terracotta o di paste vitree, bianche, nere o colorate, applicati sopra una superficie solida con un cemento o con un mastice, viene riprodotto un determinato disegno; è usata per la decorazione di pavimenti e pareti o anche di singoli elementi architettonici e scultorî. Per estens., tipo di rivestimento per pareti, usato soprattutto per cucine e locali igienici, ma anche per la decorazione di bar e simili, costituito da piccole piastrelle (*tesserine*) di materiale vetroso o ceramico, per lo più quadrate, di 2,5 cm di lato.

2 In senso fig., accostamento non omogeneo di elementi di diversa natura.

ETIMOLOGIA

Dal latino medievale *musaicum* (abbreviazione di *opus musivum*, ovvero "opera delle Muse"), alterazione di *musaeus* o *museus*, poiché i Romani ornavano con questa tecnica i ninfei e le grotte sacre dedicate alle Muse, le divinità protettrici delle arti.

Friuli

1

Una delle due anime storiche e geografiche che uniscono la regione Friuli-Venezia Giulia.

ETIMOLOGIA

Dal latino Forum *Iulii*, che significa "foro di Giulio" o "mercato di Giulio". Questo era l'antico nome dell'attuale città di Cividale del Friuli, un importante centro fondato o riorganizzato da Gaio Giulio Cesare durante la conquista della Gallia Cisalpina.

Dolomiti

1

Le Dolomiti, dette anche "Monti Pallidi", sono un insieme di nove gruppi montuosi delle Alpi Orientali italiane, dichiarate Patrimonio Mondiale dall'UNESCO. Situate tra Veneto, Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia, non formano una catena continua, ma un vero e proprio "arcipelago" di vette rocciose.

ETIMOLOGIA

Il nome "Dolomiti" deriva dal naturalista francese Déodat de Dolomieu (1750–1801), che scoprì che la roccia di cui sono prevalentemente composte queste montagne ha una composizione chimica unica. In suo onore, questa roccia venne chiamata “dolomia”.

In precedenza, erano conosciute con il nome di "Monti Pallidi" per via del loro colore molto chiaro. Il termine "Dolomiti" iniziò a diffondersi nella seconda metà dell'800 e divenne di uso comune dopo la Prima guerra mondiale.

Carnia

1

La Carnia è una regione alpina del Friuli-Venezia Giulia, racchiusa tra le Alpi Carniche e le Dolomiti Friulane. Il suo centro principale è Tolmezzo, punto di partenza ideale per esplorare sette valli ricche di borghi storici, laghi montani e tradizioni secolari.

ETIMOLOGIA

Dal latino *Carniacum*, relativo alla presenza degli antichi Carni, una popolazione di origine celtica che si insediò nell'area alpina e prealpina attorno al IV secolo a.C. Il toponimo si rifà alla radice celtica karno-, che significa "cima" o "collina rocciosa".

Udine

1

Comune di circa 100.000 abitanti del Friuli-Venezia Giulia, principale città del Friuli e seconda per abitanti nella regione dopo Trieste.

ETIMOLOGIA

In friulano *Udin*, il nome ha origini antichissime, probabilmente preromane. Secondo gli storici e i linguisti, deriva dalla radice mediterranea **oudh-/*udh-*, che significa "mammella" e per traslato "collina". Il riferimento geografico è al colle su cui sorge il Castello di Udine – colle che non ha origine naturale ma che è stato costruito dall'uomo in epoca pre-romana, probabilmente nell'età del Bronzo (3.500-3.000 anni fa).

Pordenone

1

Principale città del Friuli occidentale con circa 50.00 abitanti.

ETIMOLOGIA

Dal latino *Portus Naonis*, che significa "porto sul fiume Naone". Il corso d'acqua è l'odierno Noncello, un tempo fondamentale via di comunicazione e snodo commerciale per la città.

Noncello

1

Corso d'acqua lungo circa 15 km interamente compreso nella provincia di Pordenone.

ETIMOLOGIA

Dall'antico idronimo latino *Naone*. Il termine trae origine dalla radice celtica *nantu-* o *nanto-*, con il significato di valle o ruscello.

Magredi

1

I "magredi" (letteralmente "terre magre") sono una vasta area naturale dell'alta pianura pordenonese, in Friuli Occidentale. Si tratta di una "steppa" sassosa formatasi nei millenni grazie ai fiumi Cellina e Meduna, le cui acque sprofondano nel sottosuolo rendendo il terreno arido in superficie.

ETIMOLOGIA

Dal friulano *magrè* (o *magrèt* o *magredo*) che significa “terre magre” e indica un terreno arido, povero di humus, costituito da sassi, ghiaia, dove l'acqua scorre via rapidamente (alluvioni frequenti).

Meduna

1

Corso d'acqua a regime torrentizio lungo circa 85 km che nasce nelle Dolomiti Friulane e scorre interamente in Friuli-Venezia Giulia. È celebre per formare le Pozze Smeraldine a Tramonti di Sopra, un affascinante canyon naturale con acque cristalline.

ETIMOLOGIA

Di origine prelatina, molto probabilmente celtica o indoeuropea:

- Da *medhu-* (radice indoeuropea) o *mediodunum* (celtico): indica "ciò che sta in mezzo" o "in mezzo alle alture", in riferimento alla sua posizione geografica. Il fiume scorre infatti tra le valli delle Prealpi Carniche (come la Val Tramontina).
- Da *maidunum* o *magodunum* (celtico): traducibile come "grossa rocca" o "grande città fortificata".

Cellina

1 Un torrente del Friuli-Venezia Giulia che scorre interamente in provincia di Pordenone.

ETIMOLOGIA

Ha origini antiche, riconducibili all'idronimo *Caelina* citato dallo storico Plinio il Vecchio nel I secolo d.C. Si ritiene che derivi da una divinità fluviale celtica, oppure che sia legato alla leggendaria e misteriosa città di *Caelina* - un antico insediamento pre-romano (forse celtico o venetico) situato nell'area pordenonese, tra i fiumi Meduna, Cellina e Noncello, sepolto da un cataclisma fluviale preistorico.

Tagliamento

1

Il Tagliamento è il più importante fiume del Friuli-Venezia Giulia, lungo circa 170 km. Conosciuto a livello internazionale come il "Re dei fiumi alpini", è uno dei rari fiumi in Europa ad aver mantenuto intatto il suo alveo naturale a canali intrecciati, senza arginature artificiali invasive.

ETIMOLOGIA

Noto come *Tiliment* in friulano, deriva molto probabilmente dalla radice indoeuropea *telia o *tilia (tiglio), unita al suffisso -fent / -vant (ricco di). Il significato originario indicherebbe quindi un "fiume fiancheggiato da tigli". In epoca romana il corso d'acqua era noto con il nome di *Tiliaventum*, che conferma l'etimologia legata alla presenza di questi alberi.

Tolmezzo

1

Comune di circa 10.000 abitanti, considerato il centro di riferimento della regione storica della Carnia.

ETIMOLOGIA

In friulano *Tumieç*, deriva dal latino medievale *Tolmetium*. Questo a sua volta trae origine dall'antico nome celtico del fiume Tagliamento (*Tulmetium* o *Tiliaventum*), evidenziando la sua posizione strategica di confluenza tra il torrente But e il Tagliamento.

Barcis

1

Barcis è un piccolo comune montano del Friuli-Venezia Giulia situato in provincia di Pordenone. È celebre per il suo lago artificiale dalle acque color smeraldo e per trovarsi nel cuore della Valcellina, all'interno del suggestivo Parco Naturale delle Dolomiti Friulane.

ETIMOLOGIA

Origine preromana: Deriverebbe dalla voce *barga* (capanna o tettoia), legata all'antico friulano, indicando un riparo o un piccolo insediamento.

Origine provenzale: Sostenuta dallo scrittore locale Giuseppe Malattia della Vallata, farebbe riferimento a *barcia* (barca) o *bacis* (bacino), legati alla particolare conformazione a conca del territorio, che richiama la forma di una barca o di un bacino.

Spilimbergo

1

Spilimbergo è uno dei borghi storici più affascinanti del Friuli-Venezia Giulia, in provincia di Pordenone. È universalmente noto come la "Città del Mosaico" per via della sua celebre e prestigiosa Scuola Mosaicisti del Friuli, e vanta un centro storico medievale tra i più ricchi della regione.

ETIMOLOGIA

Il nome della città di Spilimbergo deriva da quello dei conti Spengenberg (o Spanheim), una nobile famiglia originaria della Carinzia o della Stiria che si stabilì nell'XI secolo nell'attuale Friuli-Venezia Giulia.

La forma documentata più antica del toponimo è *castrum de Spengenberg* (risalente al 1120), con chiaro riferimento al castello. Successivamente il nome ha subito un'evoluzione linguistica locale, passando attraverso diciture come *Spelimberg* e *Spengemberch*, fino a consolidarsi nell'italiano "Spilimbergo" e nel friulano "Spilimberc".

Tramonti

1

I tre paesi della Val Tramontina, in provincia di Pordenone: Tramonti di Sopra, Tramonti di Mezzo e Tramonti di Sotto.

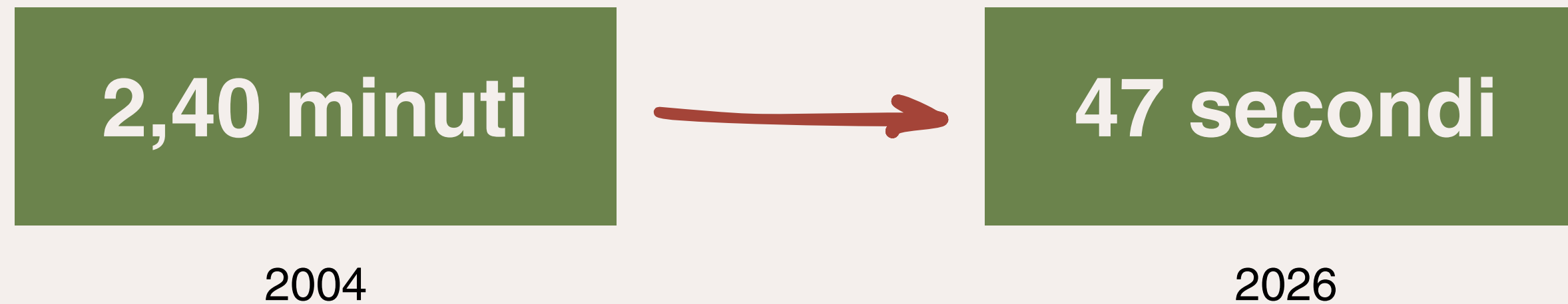
ETIMOLOGIA

Dal latino *Inter montes* ("tra i monti"), a indicare la collocazione isolata e suggestiva dei borghi. I tre centri si sviluppano semplicemente seguendo il corso del torrente Meduna e l'altitudine della vallata. Tramonti di Sotto è il primo paese che si incontra salendo dalla pianura (la parte più bassa), seguito da Tramonti di Mezzo al centro, fino ad arrivare a Tramonti di Sopra, che chiude la valle a monte.

Viviamo nell'epoca della distrazione

VIVIAMO NELL'EPOCA DELLA DISTRAZIONE

Tempo medio per singola attività davanti allo schermo



VIVIAMO NELL'EPOCA DELLA DISTRAZIONE

Stop Scroll

La **capacità di un contenuto di interrompere lo scorrimento** automatico dell'utente e conquistare la sua attenzione nei primi 2-3 secondi.

Dalla visibilità alla credibilità

Come faccio a farmi credere?

DALLA VISIBILITÀ ALLA CREDIBILITÀ

Come faccio a farmi credere?

Le piattaforme non premiano più semplicemente i **contenuti belli**.
Premiano quelli che riescono a **trattenere l'attenzione e a generare coinvolgimento**.

Come faccio a farmi credere?

Le piattaforme non premiano più semplicemente i **contenuti belli**.
Premiano quelli che riescono a **trattenere l'attenzione e a generare coinvolgimento**.

Un **territorio** oggi non può limitarsi a raccontare quello che è.
Deve **capire cosa le persone cercano, desiderano e condividono**.

Le idee diventano una linea piatta



LE IDEE DIVENTANO UNA LINEA PIATTA

Se ogni domanda **riceve una sola risposta**, e quella risposta diventa automaticamente quella giusta, allora **smettiamo lentamente di cercare alternative**.
E quando smettiamo di cercare, smettiamo anche **di costruire il nostro pensiero**.

Una risposta scritta bene non è necessariamente una risposta completa.
E soprattutto non è necessariamente l'unica possibile.



LE IDEE DIVENTANO UNA LINEA PIATTA

*L'intelligenza artificiale
non rende meno importante l'uomo.
Lo rende ancora più necessario.*



LE IDEE DIVENTANO UNA LINEA PIATTA

Perché l'intelligenza artificiale può aiutarci a produrre contenuti, ma saranno sempre le persone a decidere **quali contenuti meritano di diventare memoria.**

Una volta pensavamo che una foto bastasse per dimostrare la verità.
Oggi non basta più, perché **anche il falso può sembrare vero.**



Riconosciamo il vero
non dalla perfezione, ma
dall'imperfezione dei dettagli.

Le persone condividono significati

LE PERSONE CONDIVIDONO SIGNIFICATI

Pensate all'**ultima volta che avete inoltrato un video**
a un amico, a un collega o a un familiare.

Perché lo avete fatto?

LE PERSONE CONDIVIDONO SIGNIFICATI

**Ogni volta che premiamo “condividi”,
stiamo raccontando qualcosa di noi stessi.**

Stiamo dicendo quali sono i nostri **valori**, cosa ci **emoziona**, cosa riteniamo **importante**,
quale **idea** di mondo sentiamo vicina.

Trend

Un comportamento, un linguaggio o un contenuto che, in un determinato momento, viene adottato e condiviso da un numero crescente di persone, diventando parte della conversazione collettiva.

Gli strumenti per far conoscere il territorio

**È cambiato il luogo.
Non è cambiato il bisogno.**

GLI STRUMENTI PER FAR CONOSCERE IL TERRITORIO

53,1
milioni

di italiani usano Internet
pari all'**89,9%** della
popolazione

95,5 %

accede ad internet
da smartphone

41,2
milioni

di italiani usano
i social media

GLI STRUMENTI PER FAR CONOSCERE IL TERRITORIO

Ogni settimana gli italiani dedicano **oltre quindici ore ai social**.

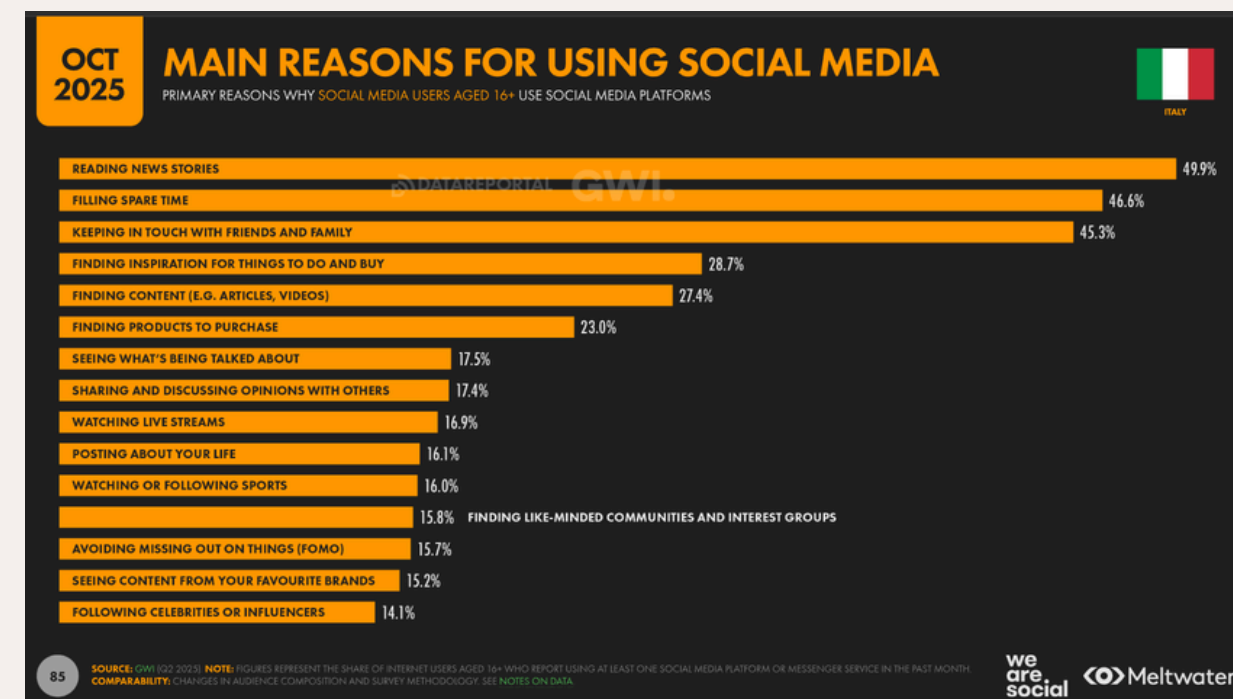
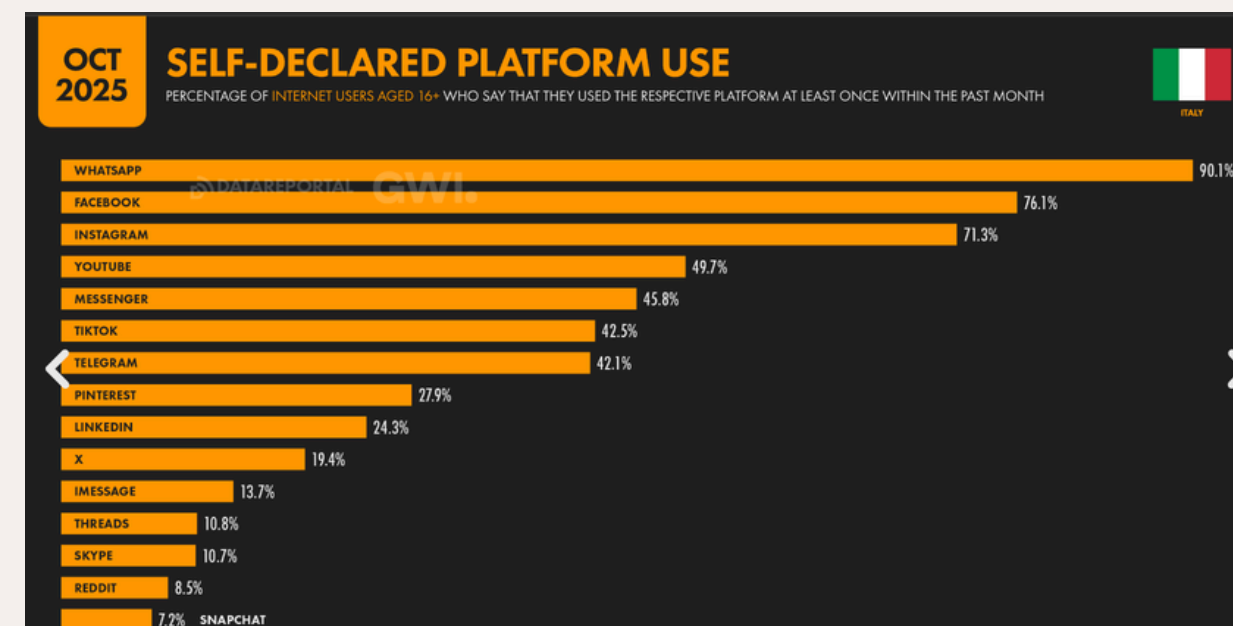
Le prime **motivazioni** sono:

49,9% ➡ leggere notizie

46,6% ➡ passare il tempo

45,3% ➡ rimanere in contatto

28,7% ➡ usa i social per trovare ispirazione
su cose da fare e da acquistare.



Fonte: Digital 2026 We are Social - Meltwater

“Quasi un italiano su tre utilizza i social
per trovare ispirazione su esperienze da vivere.

È qui che nasce il turismo contemporaneo.”

GLI STRUMENTI PER FAR CONOSCERE IL TERRITORIO

Le persone non vivono più dentro un solo social network.
Si muovono continuamente tra piattaforme diverse. Per questo
anche il racconto di un territorio deve essere coerente ovunque.

Per questo oggi **il lavoro di chi promuove un territorio** non è soltanto
raccontare un luogo. **È riuscire a far nascere un desiderio.**

Come trasformare un territorio in un racconto

Se domani mattina dovessimo costruire
la comunicazione dei paesaggi rurali...
da dove inizieremmo?

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO

Asset Digitali Creator Esperienza Amplification

Come trasformare un territorio in un racconto

Asset digitali

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - **ASSET DIGITALI**



Se non esisti su internet, nel 2026 non esisti.



1. Sito web

1. Sito web

Il punto di riferimento ufficiale.

Dove trovare informazioni, prenotare
e approfondire.



1. Sito web

2. Motori di
ricerca e mappe

2. Motori di ricerca e mappe

Google Search
Ai Search
Google Maps
Google Business Profile

Se un luogo non si trova quando viene
cercato, per molte persone **non esiste**.

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - **ASSET DIGITALI**

1. Sito web

2. Motori di
ricerca e mappe

3. Social media

3. Social media



Instagram
TikTok
Facebook
YouTube

**Servono a ispirare,
non solo a informare.**

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - **ASSET DIGITALI**

1. Sito web

2. Motori di
ricerca e mappe

3. Social media

4. Contenuti

4. Contenuti



- Foto
- Video
- Reels
- Blog
- Podcast
- Grafiche

**Sono il modo in cui
il territorio racconta sé stesso.**

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - **ASSET DIGITALI**

1. Sito web

2. Motori di
ricerca e mappe

3. Social media

4. Contenuti

5. Esperienze
digitali

5. Esperienze digitali

Prenotazione online
Calendario eventi
Biglietteria
Booking Experience

**Il digitale deve trasformare
l'interesse in una visita.**

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - **ASSET DIGITALI**

1. Sito web

2. Motori di
ricerca e mappe

3. Social media

4. Contenuti

5. Esperienze
digitali6. Reputazione
online

6. Reputazione online

Recensioni
TripAdvisor
Booking
Google Reviews
Contenuti generati dagli utenti (UGC)

Oggi **le persone si fidano** molto
delle esperienze raccontate
da altri viaggiatori.

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - **ASSET DIGITALI**

1. Sito web

2. Motori di
ricerca e mappe

3. Social media

4. Contenuti

5. Esperienze
digitali6. Reputazione
online7. Promozione
digitale

7. Promozione digitale



- SEO
- Advertising
- Creator
- Influencer
- Newsletter

Non basta esserci:
bisogna essere trovati e ricordati.

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - **ASSET DIGITALI**

1. Sito web

2. Motori di
ricerca e mappe

3. Social media

4. Contenuti

5. Esperienze
digitali

6. Reputazione
online

7. Promozione
digitale

Tutti gli asset digitali devono essere integrati in un **piano di tracciamento**.
Se non misuriamo, stiamo solo facendo supposizioni.

Il tracciamento trasforma i dati in decisioni.

Come trasformare un territorio in un racconto

Creator

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - CREATOR

Le persone seguono persone, non aziende

Chi può diventare la voce di questo territorio?

**Un testimonial presta il volto.
Un creator costruisce fiducia.**

R&P



frank_gramuglia | frank_gramuglia ✓

1995 Seguiti 2.1M Follower 73.4M Mi piace

Seguiti ✓

Messaggio



🗣️ Storyteller

💼 Business: frankgramuglia@gmail.com

📋 In elenco Agcom

🔗 linktr.ee/frankgramuglia

📺 Video

↕️ Repost

📍 Hai messo Mi piace

Più recenti

Popolari

Meno recenti



Ma non basta trovare le persone.
Bisogna dare loro un linguaggio.

Bisogna costruire un format.

Format

Un format è **un contenuto** che può essere **ripetuto nel tempo** mantenendo la **stessa struttura**, ma raccontando ogni volta una **storia diversa**.

È **un appuntamento riconoscibile**, qualcosa che le persone imparano ad aspettare. Le serie ricorrenti **aiutano il pubblico a riconoscere** immediatamente **il contenuto e a tornare con continuità**.

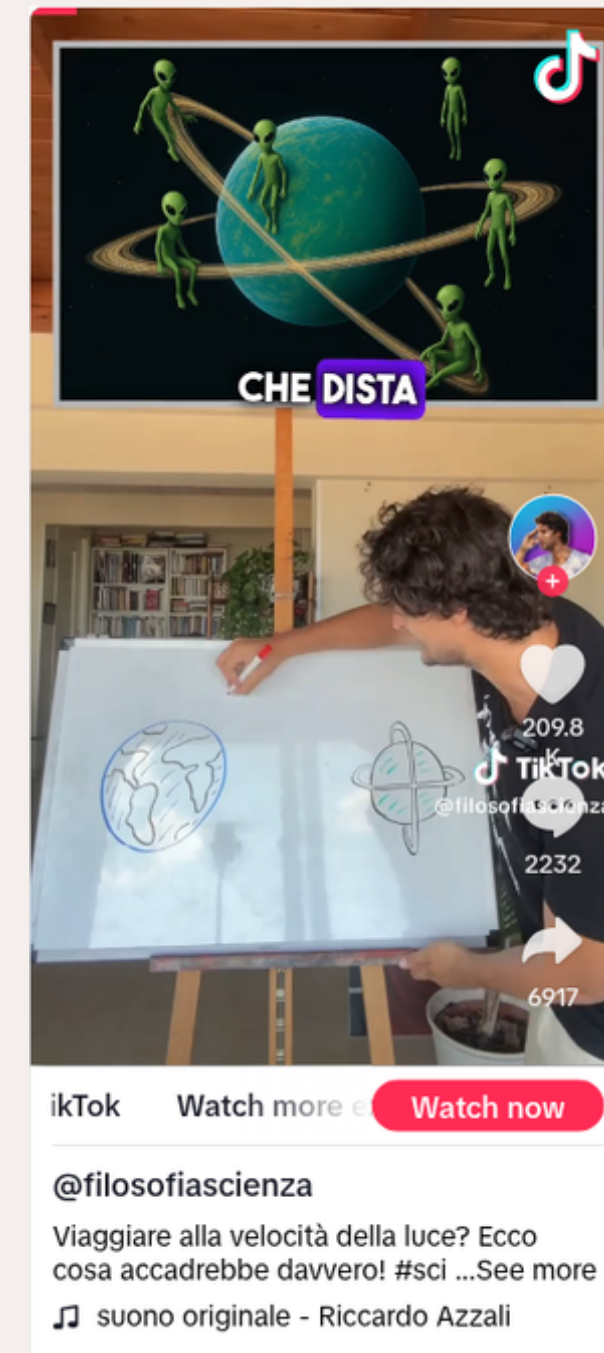
COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - **CREATOR**

Esempi di format:

- Impariamo a coltivare
- Una giornata in fattoria
- Una giornata con [nome operatore]
- Una parola al giorno di dialetto
- La ricetta del giorno
- Storytime: La vendemmia
- Storytime: come nasce il formaggio

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO - **CREATOR****Esempi di format:**

- Impariamo a coltivare
- Una giornata in fattoria
- Una giornata con [nome operatore]
- Una parola al giorno di dialetto
- La ricetta del giorno
- Storytime: La vendemmia
- Storytime: come nasce il formaggio



Esempio contenuti divulgativo

Come trasformare un territorio in un racconto

Esperienze

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO
IN UN RACCONTO - **ESPERIENZE**



Edwin Koeman - Tulipani Arese

La natura non è qualcosa da conservare.
È qualcosa da vivere e raccontare.

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO
IN UN RACCONTO - **ESPERIENZE**

Le persone non viaggiano per vedere ciò che tutti possono vedere.
Viaggiano per vivere qualcosa che potranno raccontare.



Come trasformare un territorio in un racconto

Amplificazione

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO
IN UN RACCONTO - **AMPLIFICAZIONE**

Il racconto delle esperienze
arriva al target finale

Promozione digitale:

- SEO
- Advertising Online Offline
- Talent
- Newsletter
- AI

GLI STRUMENTI PER FAR CONOSCERE IL TERRITORIO

Il nostro compito non è convincere qualcuno a visitare un territorio.

Il nostro compito è **fare in modo che, quando quel territorio compare davanti ai suoi occhi, lui abbia già la sensazione di conoscerlo.**

**Nessuno può desiderare un luogo
che non ha mai incontrato.**

COME TRASFORMARE UN TERRITORIO IN UN RACCONTO

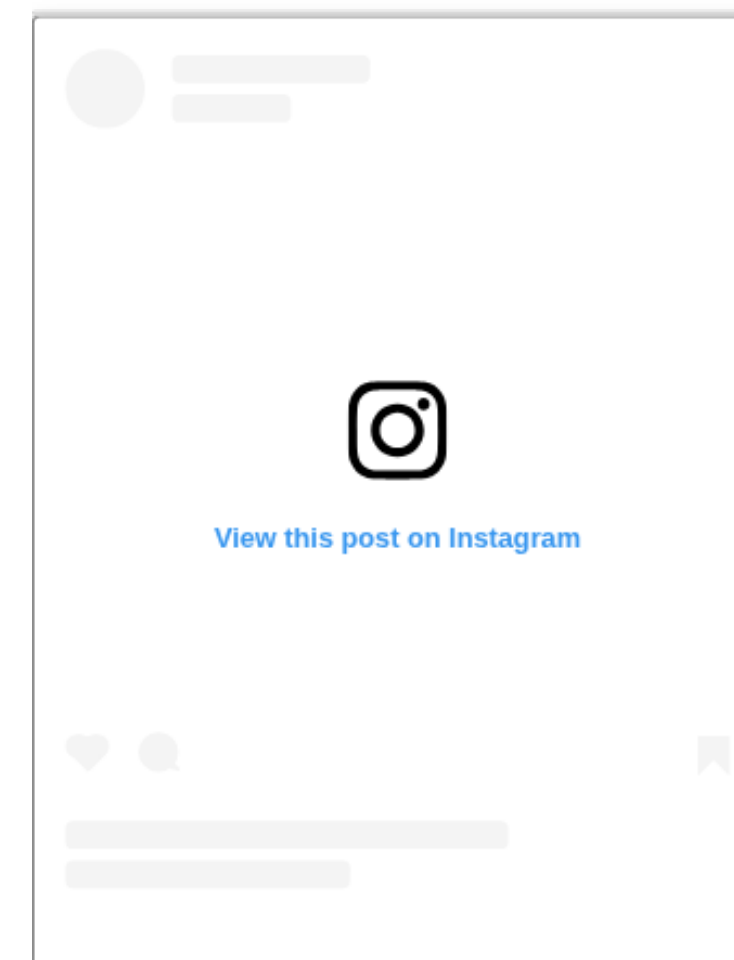
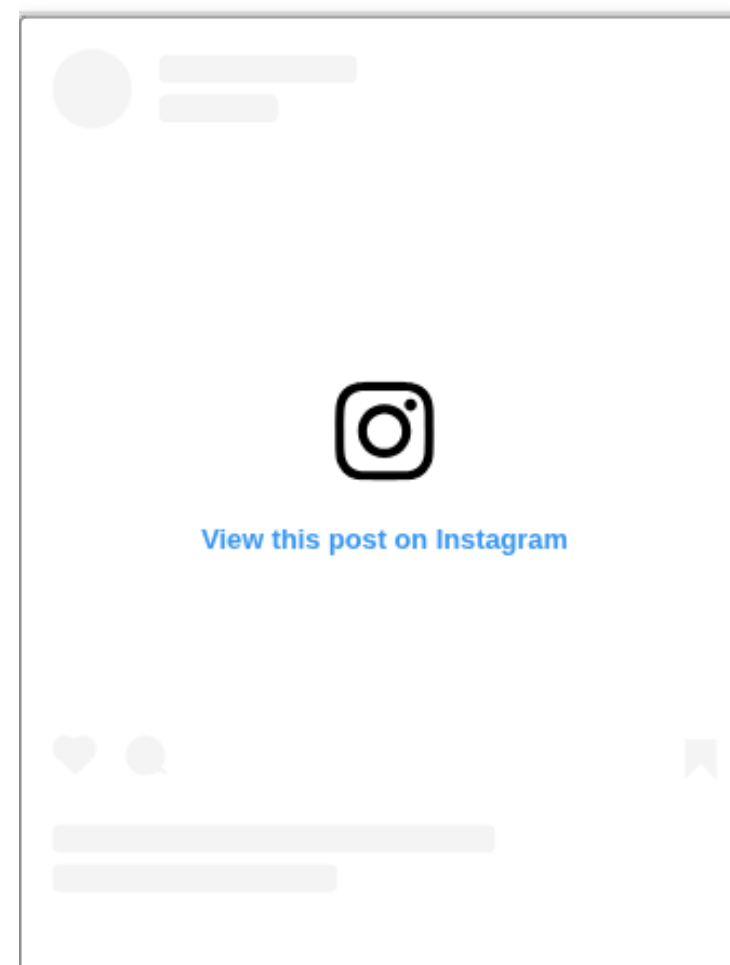
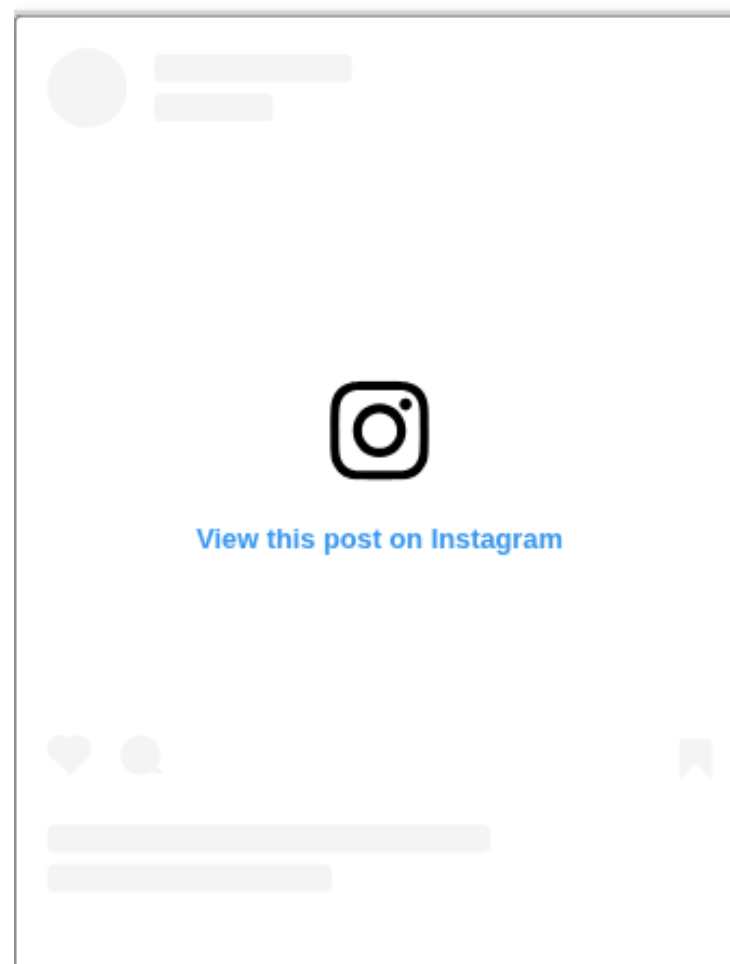
Oggi **le piattaforme digitali hanno modificato il modo in cui nasce il desiderio**: prima scopriamo un territorio attraverso il racconto di qualcuno, poi iniziamo a immaginarci lì e solo dopo decidiamo di visitarlo.

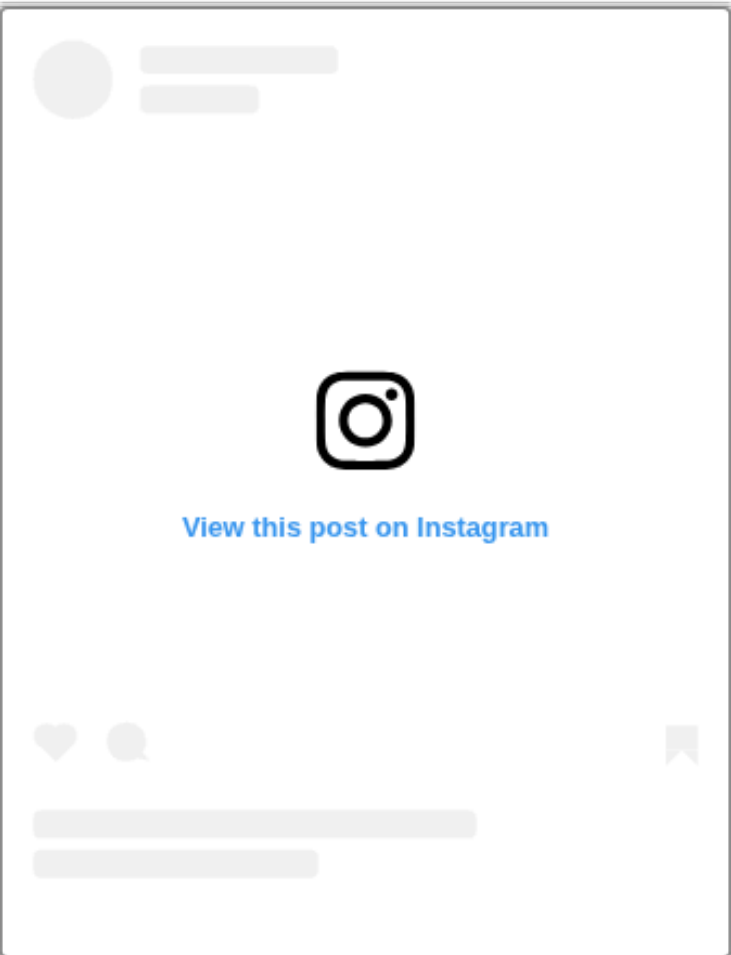
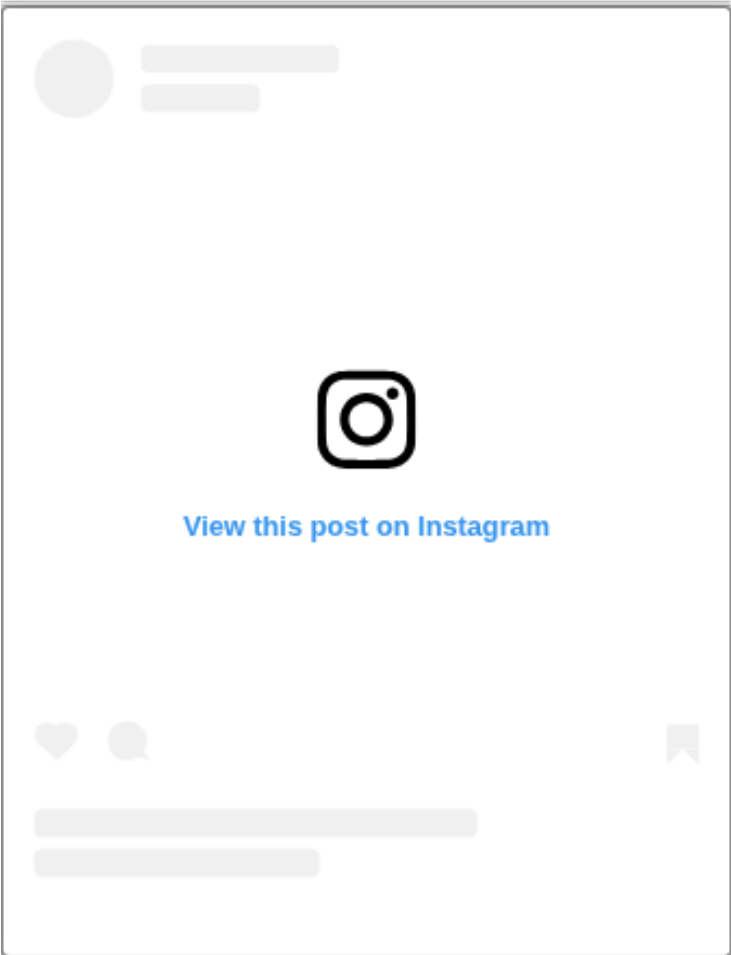
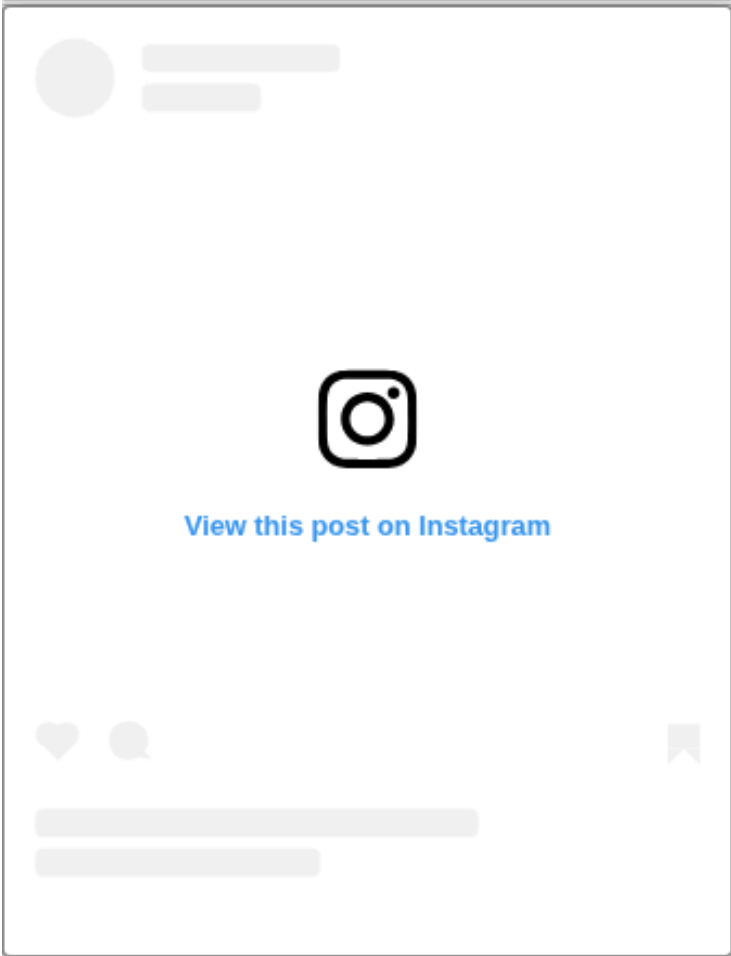
La comunicazione non vende direttamente un territorio:
crea le condizioni perché quel territorio venga scelto.

La promozione oggi
non inizia quando una persona decide di partire.
Inizia quando scopre per la prima volta un luogo.

Case Study

CASE STUDY





Grazie

R&P