Sergio Di Paolo

LA LIGURIA E I LIGURI NEL MONDO

Chi ne parla, quanto ne parla, dove, cosa dice e come lo dice.

SENTIMENT ANALYSIS

Marzo 2025
Marzo 2026

words

Con il patrocinio di:

REGIONE LIGURIA

Città Metropolitana di Genova

"Ci sono cattivi esploratori che quando non vedono altro che mare
pensano che non ci siano più terre."
Francis Bacon

Sergio Di Paolo

LA LIGURIA E I LIGURI NEL MONDO

SENTIMENT ANALYSIS

- Il senso di questa ricerca, di Mario Menini
- L'Associazione Culturale dei Liguri nel Mondo
- Obiettivi e metodologia del monitoraggio

- Scenario e posizionamento internazionale
- Tracce attuali dell'emigrazione e della resilienza ligure
- Immigrazione e accoglienza in Liguria
- Famiglie di origine ligure oggi nel mondo

Con il patrocinio di:

words

REGIONE LIGURIA

Città Metropolitana di Genova

Il senso di questa ricerca

Mario Menini, Presidente dell'Associazione Liguri nel Mondo

L'Associazione "Liguri nel Mondo" è una realtà culturale che si fonda sul valore della memoria e sulla forza del legame che uniscono persone accomunate dall'origine, dalla storia o semplicemente dall'amore per la Liguria, a prescindere dal luogo in cui vivono. Questa connessione affettiva si è rivelata, nel tempo, una risorsa di straordinario potenziale. Quando il sentimento della memoria si trasforma in rete, infatti, può offrire opportunità decisive per promuovere la nostra regione, sia sul piano economico e culturale sia su quello turistico e sociale.
Dal 1990, anno in cui sono stato eletto per la prima volta Presidente dell'Associazione, il mio impegno è stato costante nella promozione di questa visione. Ho lavorato affinché la salvaguardia della storia e dei valori della nostra terra fosse sempre al centro delle iniziative, mantenendo vivo il legame sia con chi risiede all'estero per motivi di vita o di lavoro, sia con i familiari vicini e lontani degli emigrati liguri, la cui storia affonda le radici già da fine Settecento.
L'idea di questa ricerca è nata da un incontro significativo con Sergio Di Paolo, amico con cui avevo già collaborato ai tempi dell'Ente Decentramento Culturale, sociologo e ricercatore, esperto di sviluppo territoriale, che condivide con me una profonda attenzione per la valorizzazione delle eccellenze liguri. Fra l'altro impegnato attivamente nell'organizzazione del Campionato del Mondo di Pesto Genovese al Mortaio, una delle iniziative promozionali della Liguria considerate fra le più innovative e efficaci.
Nel corso di un confronto sulle nostre esperienze personali, abbiamo maturato il desiderio di approfondire il tema dell'internazionalità della Liguria tenendo conto per quanto possibile del ruolo attivo e potenziale dei discendenti dei liguri che si sono stabiliti all'estero che risultano censiti nei nostri registri storici. Oggi, grazie alle nuove tecnologie della comunicazione e all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale, questa esplorazione è divenuta possibile su scala molto più ampia e, sperimentalmente, l'abbiamo messa in pratica.
Per un anno intero, con Sergio abbiamo monitorato la presenza e la percezione della nostra regione, analizzando quanto se ne parla, chi ne parla e come (sentiment), e in che modo emergono i temi del turismo, dell'economia e della cultura. In seconda battuta partendo dal fenomeno storico dell'emigrazione ligure, abbiamo sperimentato un metodo innovativo per individuare, attraverso i social network, i discendenti di origine ligure più rilevanti e visibili. I risultati ottenuti sono stati di grande rilievo e in molti casi hanno riservato piacevoli sorprese.
Il materiale raccolto si dimostra prezioso per riflettere sulla dimensione internazionale della Liguria e sulle prospettive future, soprattutto nella costruzione di relazioni culturali, politiche ed economiche con i paesi di tutto il mondo. Come emerge chiaramente dalla ricerca, i liguri hanno saputo insediarsi in ogni angolo del pianeta e mantenere vivo un legame con le proprie radici. Questa rete globale rappresenta una risorsa unica, da valorizzare per il bene e la crescita della nostra regione che nostra associazione mette volentieri a disposizione.

Genova 5 aprile 2026

L’ Associazione liguri nel mondo

Fondata nel 1986, è un'associazione di persone, residenti prevalentemente a Genova e in Liguria, ma anche in altre regioni italiane e all'estero. Aderiscono come soci sostenitori diversi Comuni della Liguria, Comunità montane, Aziende di promozione turistica, Camere di Commercio, Fondazioni e altre realtà istituzionali, associative ed aziendali. Sono affiliate all'Associazione Liguri nel Mondo, diverse Associazioni liguri nel mondo aventi sede in città situate nelle zone di maggiore emigrazione ligure: Argentina, Cile, Peru, Paraguay, Uruguay e diversi altri Stati dell'America Latina, Usa e Canada nel Nord America; Sidney e Melbourne in Oceania; Cina in Asia; Svizzera e Spagna in Europa. L'Associazione tiene rapporti con la Regione Liguria, le Province liguri, i Comuni, le Comunità montane, l'Università di Genova, e altri enti e realtà associative e culturali, al fine di dare alle genti liguri lontane la più ampia collaborazione perché si sentano in contatto con la madrepatria. Edita e distribuisce in diverse migliaia di copie il semestrale Gens Ligustica in Orbe che riporta argomenti sulle problematiche dell'emigrazione e notizie delle comunità liguri sparse per il mondo, oltre alle più significative notizie e curiosità sulla Liguria.
Il simbolo dell’Associazione Liguri nel Mondo è costituito dal cigno raffigurato su campo azzurro rappresentante il mondo, dalla Croce di S. Giorgio e dal motto latino “Gens Ligustica in Orbe”. La mitologia greca e latina come riportata dai poeti Ovidio, Esiodo e Virgilio, racconta il mito di Cycnus, re degli antichi Liguri il quale, avuto notizia della morte del suo amico Fetonte, figlio del Sole, manifestò il proprio dolore con una melodia così dolce e struggente che Apollo, dio della musica e della poesia, impietosito, lo trasformò in cigno (in latino, cycnus). L’Associazione Liguri nel Mondo ha raccolto questo mito, prendendo il cigno a proprio simbolo per ricordare l’antica origine del popolo ligure e l’unione dei liguri ovunque essi si trovino.

NOTA INFORMATIVA SUL MONITORAGGIO

Gli obiettivi
"Liguria internazionale" analizza in modo approfondito la presenza e la percezione della Liguria all'interno del panorama mediatico internazionale avvalendosi di una sofisticata metodologia di sentiment analysis ("Monitoring Emotion" – Words/Condiviso Genova).
La ricerca si pone l'obiettivo di misurare e interpretare all'interno del panorama mediatico internazionale la narrazione della nostra regione fuori dai confini nazionali ed è divisa in quattro parti:

- lo scenario e il posizionamento internazionale della Liguria
- i segnali e i contenuti che ancora restano della grande emigrazione ligure dell'800 e 900,
- il rapporto con il mondo delle migrazioni, oggi in casa nostra e infine
- le tracce di discendenti di alcune famiglie liguri nei 5 contonenti

Fonti e metodologia
L'indagine è stata condotta utilizzando strumenti avanzati di monitoraggio web e social e altre fonti tradizionali digitalizzate che hanno permesso di intercettare oltre 134.000 informazioni, menzioni, conversazioni e contenuti multimediali relativi alla Liguria, diffusi attraverso decine di migliaia di piattaforme digitali e fonti informative sparse in tutto il mondo, nelle principali lingue. Questa enorme mole di informazioni è stata selezionata con criteri di logica boleana al fine di distillare e infine sintetizzare i dati in forma utile per comprendere i fenomeni e determinare eventuali azioni di marketing e comunicazione strategica o finalizzare eventi culturali o gestire operazioni di comunicazione o di economia civile nel nostro territorio.

Team di ricerca e collaborazioni
La ricerca è stata sviluppata con il supporto dell'Associazione dei Liguri e condotta da un team di esperti della società Words di Genova, attiva dal 1989 nel campo degli studi e ricerche di mercato in collaborazione con il Consorzio Cooperativo Condiviso di Genova, centro multidisciplinare che da oltre dieci anni opera nell'ambito della comunicazione e delle tecnologie IA a elevato impatto sociale, culturale e di innovazione.
Sergio Di Paolo, ricercatore, sociologo, giornalista pubblicista è autore di articoli, studi e analisi e pubblicazioni di taglio economico e sociale. È esperto di marketing territoriale e autore di pubblicazioni e saggi professionali.

In questa brochure vengono presentate alcune slide di sintesi del monitoraggio marzo 2025/marzo 2026. Le ricerca completa 2025/2026 e un altro studio dettagliato di sentiment analysis 2024/2025 sulla Liguria sono visibili a richiesta presso

www.words.it
www. Condiviso.coop
www. Ligurinelmondo.it

Parte 01

Notorietà della Liguria nel mondo

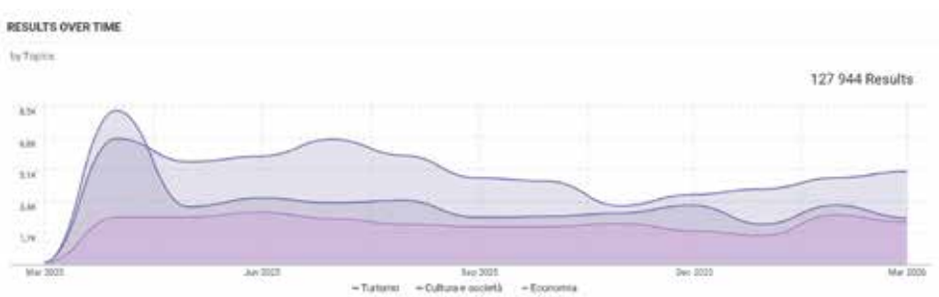
La fama maggiore: Stati Uniti, Germania e paesi latini

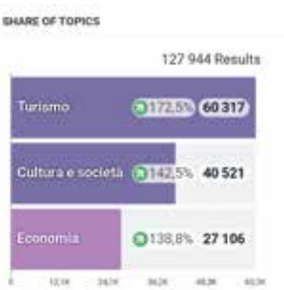
Tra marzo 25 e marzo 26, la Liguria è stata citata all'estero oltre 134.000 volte (il 16% dell'intero volume se comprendessimo anche l'Italia), con una media di 367 menzioni al giorno nei 5 continenti, distribuite tra articoli, news, messaggi sui social media, contenuti video e servizi radiotelevisivi. Il picco comunicativo dell'anno nell'aprile 2025, intorno alle 15.000 clip, soprattutto nei paesi latini, è stato causato principalmente dai riferimenti a Papa Francesco e Papa Leone XIV, legati rispettivamente alle origini liguri del primo da parte di madre e alla sua scelta per la pietra tombale di Lavagna, e alla presenza passata nella comunità ecclesiastica di Manesseno per il secondo Papa. Questi episodi dimostrano come eventi casuali possano generare una risonanza mediatica importante, ma sottolineano anche la necessità di costruire una comunicazione più strutturata e meno dipendente da contingenze imprevedibili.

L'immagine prevalente

L'immagine della Liguria che emerge dall'analisi complessiva di articoli e messaggi mostra un baricentro fortemente sbilanciato sul turismo. La regione viene celebrata principalmente per la sua costa, in particolare quella di Levante, con un posizionamento tendenzialmente d'élite caratterizzato da lusso e alta qualità, soprattutto per l'offerta paesaggistica e enogastronomica. Tuttavia, accanto a questa immagine positiva emergono segnali deboli ma crescenti di fragilità: l'overtourism, le ondate di calore, il maltempo e i disagi logistici rappresentano tematiche sempre più presenti nella comunicazione internazionale sulla Liguria, configurandosi come potenziali criticità in grado di impattare sulla reputazione futura della regione per lo meno sulle fasce di visitatori di alta gamma.

La Liguria vista dal mondo. Società, Turismo e Economia





Opportunità da valorizzare

L'analisi evidenzia diverse aree di potenziale sviluppo promozionale poco sfruttate. La cultura, la storia e la società ligure e la straordinarietà degli stessi piccoli borghi dell'entroterra sono argomenti spesso vissuti nei social, nei blog e nei reportage, come una inattesa scoperta. Godono di un interesse crescente ma - escludendo il caso della recente scoperta del vascello dell'antica Repubblica affondato al largo della Costa Azzurra - ancora insufficiente sul piano della viralità e della diffusione mediatica. Per valorizzare questi aspetti potrebbe essere opportuno fare squadra nella comunicazione, coinvolgendo altri enti pubblici e privati e associazioni del territorio in una strategia coordinata e sinergica.

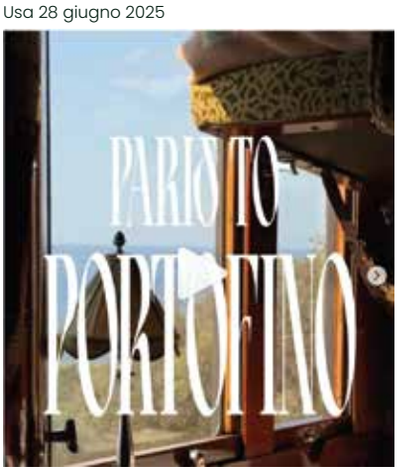
Le lacune nella narrazione economica e industriale

Un aspetto critico su cui riflettere emerso dal monitoraggio di un anno di comunicazione sulla Liguria riguarda la scarsa presenza di comunicazione su economia, industria, porto, Università e ricerca scientifica tranne alcuni passaggi in Germania sulla siderurgia in negativo e Fincantieri in positivo. L'immagine che prevale è quella di una bellissima regione agricola che produce prodotti di nicchia di alta qualità come il basilico e l'olio d'oliva ed è prevalentemente dedicata ai servizi per il turismo, all'accoglienza di lusso e alla buona cucina. Questa narrazione risulta fortemente riduttiva rispetto alla realtà economica e produttiva della Liguria, che vanta invece un tessuto industriale, portuale e di ricerca ben più articolato e significativo di quanto emerga oggi dalla comunicazione internazionale.

I messaggi più virali all’estero con migliaia di persone di engagement e milioni di lettori passivi sono stati:

Francia 12 giugno 2025

Usa 28 giugno 2025



Spagna 23 agosto 2025

USA 23 ottobre 2025

Le tracce persistenti dell’emigrazione ligure

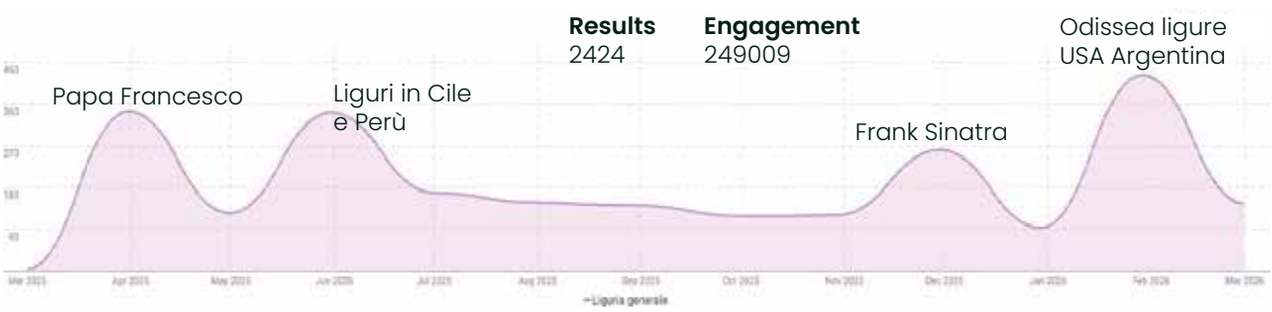
L’identità che resiste al tempo

L’immagine della nostra emigrazione è una identità che ancora resiste nel tempo, all’estero è emersa quest’anno 2700 volte circa (news, messaggi social, video, articoli e servizi radio/TV) con un engagement di 10 volte superiore (numero di persone che hanno concretamente reagito ai messaggi approvandoli, commentandoli o condividendoli con altri) e circa 12 milioni di persone interessate. La morte di Papa Francesco ha rappresentato il picco più alto dei commenti sull’emigrazione ligure perché ha fornito l’occasione per parlare delle sue origini da parte di madre e sia perché ha preteso che la pietra tombale provenisse da Lavagna.

I liguri e la resilienza

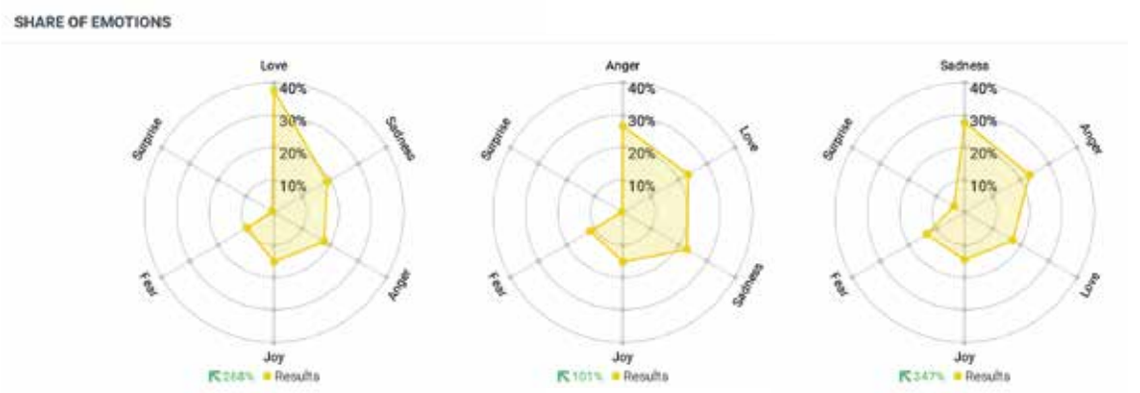
Da diverse fonti emerge che la caratteristica principale collegata ai liguri è la resilienza, la capacità di adattamento.

In uno scatenatissimo dibattito social, la resilienza dei liguri viene tirata in ballo ragionando sulle variazioni internazionali della ricetta del pesto genovese. La discussione è stata avviata da un post diventato immediatamente virale pubblicato da una persona di antiche origini liguri che dal Perù, terra di approdo, si è infine spostata negli Stati Uniti, che racconta come, sia in America che in Perù, aveva incontrato comunità di liguri "resilienti" perché si erano adattate e organizzate coltivando il basilico e utilizzando prodotti locali per mantenere la tradizione del pesto finendo con il migliorarla. Il post conteneva come esempio la ricetta del "pesto genovese peruviano" contrapposta a quella originale. Tale affermazione ha scatenato un dibattito transcontinentale in tre lingue diverse con un engagement di 12.000 persone e seguito da circa 2.000.000 di lettori passivi.



Sentiment e bilancino delle emozioni

L'analisi dei contenuti della comunicazione che coinvolge l'emigrazione dei liguri mostra anche una nota negativa piuttosto elevata (19.1% contro un sentiment positivo del 31.8%) causata soprattutto dalla descrizione di alcuni contesti storici in cui l'emigrazione ligure è descritta nella sua cruda realtà come una diaspora di bisogno e sofferenza, ma anche a causa degli echi mediatici all'estero di come l'Italia gestisce i problemi della sua immigrazione e del fenomeno della crescente fuga dei giovani, una emigrazione di tipo nuovo in cui ad abbandonare il paese e la Liguria sono persone con un alto livello di scolarizzazione e professionalità.



Sud America Europa Nord America

Il bilancino delle emozioni viene creato attraverso l'analisi del linguaggio utilizzato nei messaggi

I messaggi più virali sull'emigrazione ligure

USA 25/8/2025

From Liguria to Lima: Pesto Gets a Creamy Makeover

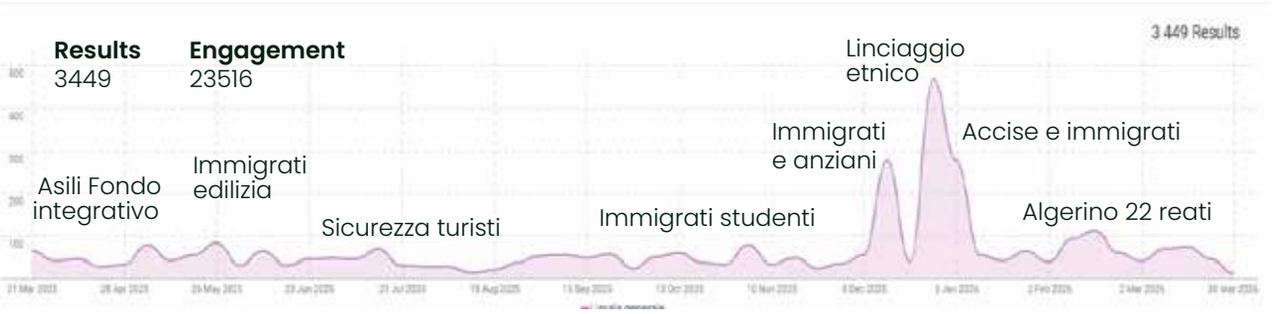
PESTO	GREEN SAUCE
Basil	Spinach and basil
Extra-virgin olive oil	Evaporated milk
Pine nuts	Pecans or walnuts
Parmesan cheese	Queso fresco
Raw garlic	Sautéed red onion and garlic

Cile 27/6/2025

Vintage ligure
Argentina 14/3/26

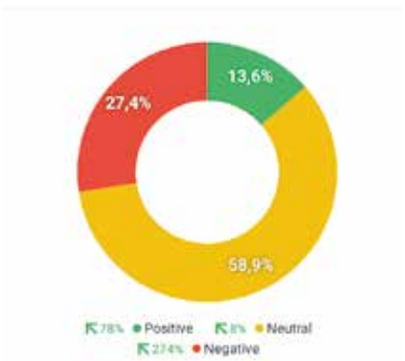
Revolución Xeneize
Argentina 11/3/25

Immigrazione e accoglienza in Liguria

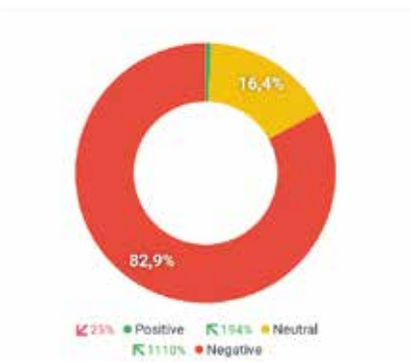


Il sentiment negativo sull'immigrazione in Liguria

Per completare la fotografia sulla dimensione internazionale della Liguria è stato effettuato un approfondimento speculare su come siamo visti nei panni di ospiti. Gli articoli e i messaggi centrati sull'immigrazione in Liguria in lingua italiana sono circa 3500 con un sentiment negativo (27,5%) doppio rispetto al positivo (13,6%). Se dovessimo considerare la sola comunicazione social il sentiment negativo arriva al 82,8 % e quello positivo non arriva all'1% (0,8%). Il primo messaggio di taglio positivo è al 103° posto per engagement (inaugurazione del front-office migrazione a La Spezia) e analizzando il linguaggio utilizzato le emozioni rilevate si riducono a due: rabbia e tristezza.



Sentiment dell'intera comunicazione



Sentiment solo social

Contenuti tra fake storiche, allarmi e razionalità

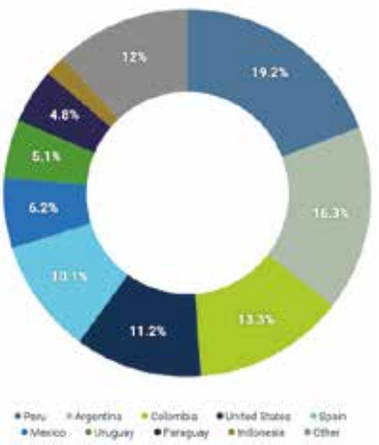
Alcuni messaggi soprattutto di parte americana rivelano a volte una grande ignoranza come l'analisi delle grandi migrazioni interne italiane – così come all'estero - in cui si afferma che la lingua genovese è stata assorbita dai dialetti del sud Italia "anche chi ha radici genovesi in Nord America sta lasciando che li si chiami paisà". Peggio sta avvenendo con l'immigrazione extracomunitaria. Pochi sono i segnali con atteggiamenti non emotivi o che citano esperienze chiaramente positive. Eccetto uno (in effetti il più virale) che inserisce l'immigrazione in Liguria come unica soluzione nel più vasto contesto europeo in cui la popolazione autoctona diminuirà di più di un terzo nei prossimi 50 anni. Un messaggio infine raccoglie tutta la tristezza di una persona di origine ligure che descrive positivamente la comunità multietnica nella quale convive ottimamente negli Stati Uniti e stigmatizza il comportamento dei propri parenti liguri "meglio se ne stiano dove sono e continuino a mugugnare".

La Spezia/Firenze
Linciaggio etnico
04/01/2026

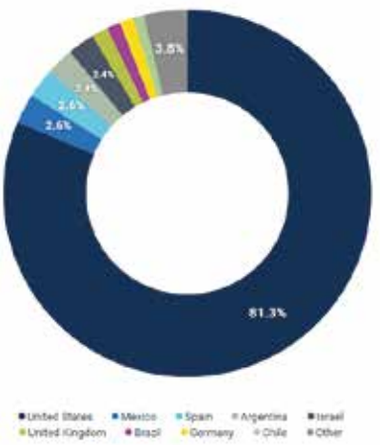
Liguria/Veneto/Lombardia
Emigrazione giovanile
06/12/2025

La Spezia
Omicidio Youssef Abanoub
18/01/2026

Famiglie di origine ligure oggi nel mondo



Parodi marzo 2026



Boitano marzo 2026

Il protagonismo attuale dei liguri o loro discendenti

La ricerca di carattere sperimentale sulla presenza dei liguri o loro discendenti nel mondo è stata effettuata indagando sulla loro notorietà attraverso i social (persone residenti in tutti i paesi del mondo che si presumono collegate alla Liguria per via del cognome).
È stata svolta una prima analisi dei nominativi disponibili presso l'Associazione dei Liguri verificando per quanto possibile il grado di affidabilità storica dell'origine ligure del cognome.
A quel punto sono state interrogate le banche dati della piattaforma "Monitoring Emotion" pulendo il più possibile i risultati dai "falsi positivi" (sinonimi, doppi significati, eccetera).
Sono state esaminate tutte le fonti disponibili web e social nell'arco di un mese in lingua inglese, spagnola, tedesca, francese e portoghese, in tutte le aree del mondo direttrici storiche e culturali dei flussi migratori liguri in particolare nel XIX e XX Secolo.

I cognomi selezionati sono stati:

ASSERETO, BOITANO, BRIANO, BRUZZONE, COZZANI, DI NEGRO, PARODI, PICCARDO, PUPPO, TISCORNIA

Come esempio riportiamo una sintesi delle schede delle famiglie Boitano e Parodi.

I Boitano

Presenza mediatica internazionale

I Boitano sono fortemente citati negli Stati Uniti con 700 messaggi e articoli nel solo mese di settembre 2025. L'engagement è particolarmente alto in gran parte a causa del volume di comunicazione causato da Brian Boitano personaggio estroverso vincitore nazionale di pattinaggio su ghiaccio. Altri personaggi che vivono negli USA sono stati in questo mese Justin Boitano Vicepresidente di Nvidia con delega allo sviluppo della IA e Guillermo Boitano noto economista dell'Università di Lima in Perù.

Alcune persone particolarmente citate

Lita Boitano, Argentina
Ex Presidente Associazione Familiari Desaparecidos e Detenuti Politici
Angela Boitano, Cile
Filosofa e psicologa, accademica Università del Cile UDP
Aldo Boitano, Cile, USA, Germania
Presidente di CleanTech Lithium società di estrazione del litio
Claudia Boitano, Cile
Ricercatrice nuove tecnologie nell'industria agroalimentare
Guillermo Boitano, Perù
Economista Università di Lima
Brian Boitano, USA
Campione Nazionale Pattinaggio Artistico
Justin Boitano, USA
Vicepresidente di NVIDIA.
Mark Boitano, USA
EX Senatore dello Stato del New Mexico (1997–2015)

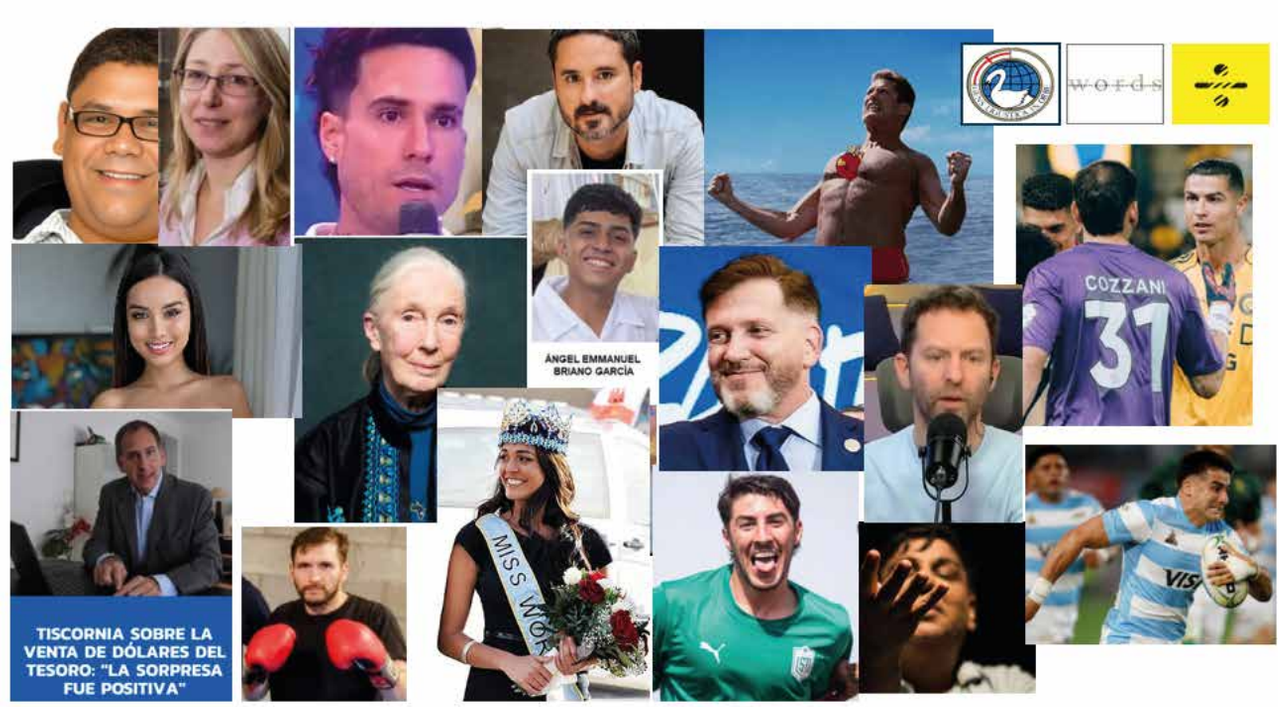
I Parodi

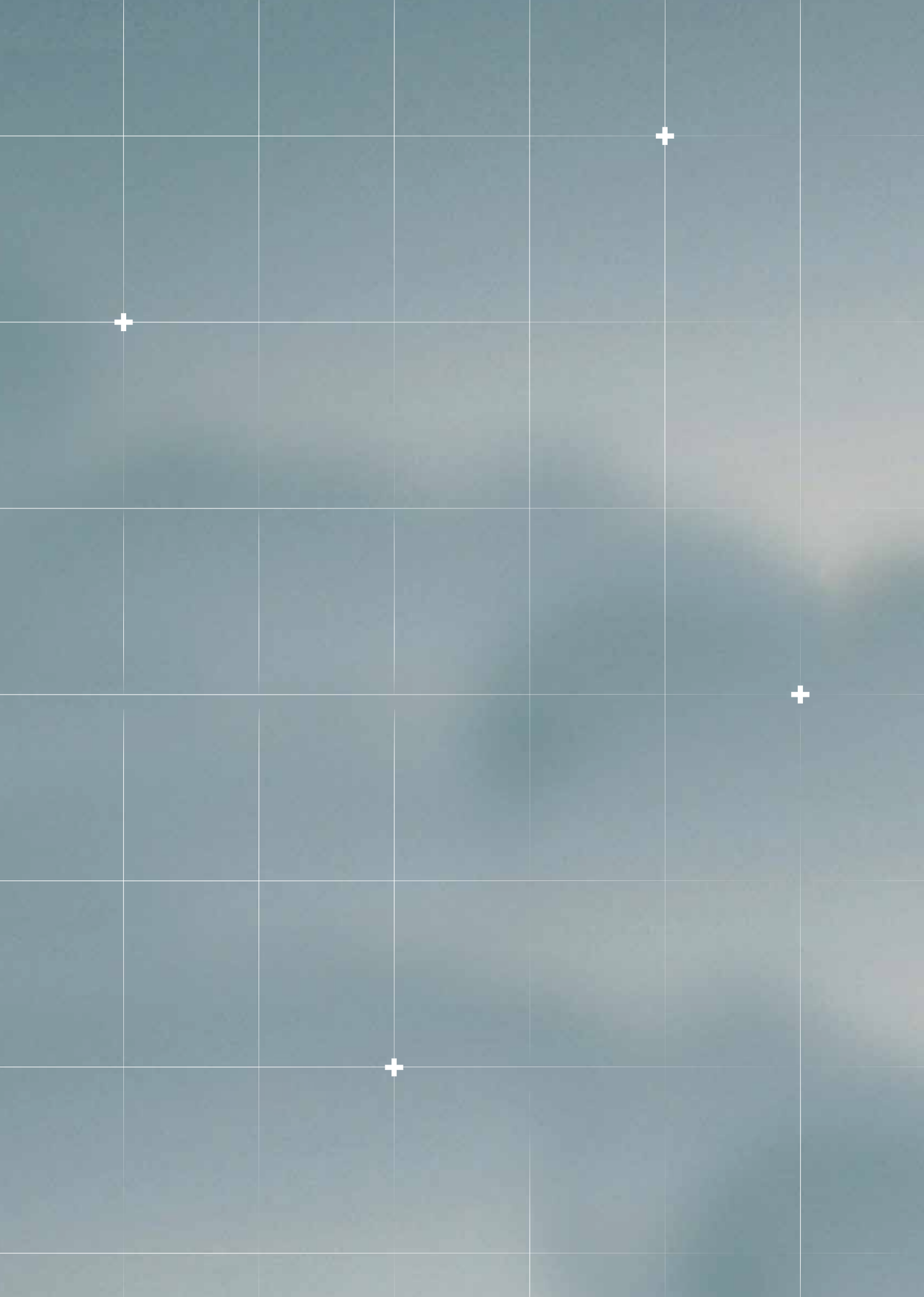
Presenza mediatica internazionale

Il cognome Parodi, di origine ligure risalente al XIII secolo, registra una presenza straordinaria nel panorama internazionale contemporaneo. L'analisi condotta tra il 23 agosto e il 23 settembre 2025 rivela numeri eccezionali: circa 13.000 citazioni con un engagement complessivo superiore alle 831.400 persone, prevalentemente concentrate in America Latina. La diffusione geografica del cognome abbraccia tutti i continenti, testimoniando un radicamento globale particolarmente significativo. Va precisato che nell'elaborazione dei dati sono stati eliminati i falsi positivi provenienti da lingue in cui il termine "parodi" assume il significato di "parodia" o similare, come in Indonesia, Turchia, Giappone e nei paesi scandinavi.

Alcune persone particolarmente citate

Fra i protagonisti di queste famiglie troviamo politici di primo piano come **Mauricio Parodi**, deputato in Colombia, **Teresa Parodi**, ex Ministra della Cultura argentina, ed **Eraso Parodi**, ministro argentino, che testimoniano il peso politico della famiglia nei paesi sudamericani. Il mondo del calcio registra una presenza particolarmente significativa, con ben quattro giocatori che hanno ottenuto una buona visibilità mediatica: **Martin Parodi, Facundo Parodi e Augusto Parodi** attivi in Spagna, **Aldo Parodi** in Perù e **José Parodi** negli Stati Uniti, configurando una vera e propria dinastia calcistica della famiglia. Il panorama mediatico e culturale vede protagonisti **Carlos Parodi**, conduttore radiofonico argentino, e **Liliana Parodi**, giornalista anch'essa in Argentina. Completano il quadro delle personalità di rilievo **Aldo Parodi**, campione argentino di body building, che condivide il nome con un omonimo calciatore peruviano, e **Angelo Parodi**, chef negli Stati Uniti, rappresentante della famiglia nella ristorazione di alta gamma.



Le ricerche cui questa sintesi fa riferimento è stata condotta da Words/Condiviso di Genova con metodologia Monitoring Emotion e sono disponibili integralmente

www.words.it
www. Condiviso.coop
www. Ligurinelmondo.it