



*Web Reputation del Percorso Arabo-normanno
della Provincia di Palermo*

Una cultura per le città – 2016

La ripresa dopo il riconoscimento UNESCO

*Indagine eseguita da Marketing Management
commissionata dal Centro Studi del CDM*





Sommario

| | |
|--|----------|
| <i>Il percorso arabo normanno di Palermo, Cefalù e Monreale diventa patrimonio dell'Umanità</i> | 3 |
| <i>Il riconoscimento UNESCO, una buona occasione di visibilità</i> | 4 |
| <i>La Web Discussion: il volume delle conversazioni</i> | 5 |
| <i>Chi sta animando la discussione sul web ? di cosa si parla ?</i> | 6 |
| <i>Sentiment e viralità dei contenuti</i> | 7 |

Il percorso arabo normanno di Palermo, Cefalù e Monreale diventa patrimonio dell'Umanità

La storia di questa candidatura comincia già nel 1996, quando nella Lista Propositiva è iscritto il sito denominato "Centro storico di Palermo, Orto Botanico e Complesso di Monreale" poi modificato, il 6 giugno 2001, in "Palermo e la Cattedrale di Monreale".

La proposta originaria si è modificata nel tempo, in seguito a verifiche circa i beni che s'intendeva candidare e visti i più recenti indirizzi strategici dell'UNESCO che puntavano a una più ampia rappresentazione dei beni, intesa come tipologia, ambiti cronologici e aree geografiche.

Il 3 luglio 2015, il **World Heritage Committee**, nel corso della 39a riunione annuale tenutasi a Bonn, in Germania, ha deciso di iscrivere nella World Heritage List il sito seriale "Palermo Arabo-Normanna e le Cattedrali di Cefalù e Monreale", che è diventato il cinquantunesimo sito UNESCO italiano e ha confermato il primato dell'Italia quale nazione con il maggior numero di siti patrimonio mondiale dell'umanità e, tra le regioni italiane, il primato della Sicilia.

Il percorso Arabo-normanno ha ricevuto il riconoscimento, come già indicato dall'UNESCO in sede di nomina, in quanto *"materiale testimonianza di una particolare condizione politica e culturale caratterizzata da una proficua convivenza di genti di diversa provenienza (musulmani, bizantini, latini, ebrei, lombardi e francesi) che favorì l'interscambio di valori umani e la fioritura di una vivace stagione di sincretismo culturale"*.

Palazzo Reale, Cappella Palatina, San Giovanni degli Eremiti, chiesa della Martorana, San Cataldo, la Zisa, Ponte dell'Ammiraglio, la cattedrale (Palermo) e il duomo di Cefalù e di Monreale.

Palazzo dei Normanni



Il Palazzo Reale di Palermo, meglio noto come Il Palazzo dei Normanni, è la sede dell'Assemblea regionale siciliana. La prima costruzione, è attribuita al periodo della dominazione islamica della Sicilia. I sovrani Normanni ampliarono e trasformarono l'edificio arabo in un centro complesso e polifunzionale che esprimeva tutta la potenza della monarchia, così realizzarono una struttura di edifici. Il complesso era collegato direttamente alla cattedrale tramite una via coperta. Nel 1132 sotto il regno di Ruggero II venne costruita la "Cappella Palatina".

Il riconoscimento UNESCO, una buona occasione di visibilità

Il 3 luglio 2015, il Percorso Arabo-normanno di Palermo è diventato ufficialmente Patrimonio dell'Umanità. Questo evento storico rappresenta per l'intera Provincia di Palermo e per i Comuni interessati dal percorso una buona occasione di visibilità e di stimolo per alimentare l'interesse di vari Stakeholders, veicolare nel mondo l'immagine dell'intera Sicilia ed aumentare l'attrattività del territorio, puntando sulla **"comunicazione della bellezza, della storia e della cultura"** dell'Isola, stimolando il turismo e l'economia della zona.

Per sfruttare al meglio questa opportunità non è possibile prescindere dal **ruolo sempre crescente del web** nella diffusione di informazioni e notizie, che grazie alla viralità del mezzo possono potenzialmente raggiungere tutto il mondo in poco tempo e con costi contenuti.

Le nuove tecnologie e la crescente propensione al digital hanno rivoluzionato la vita delle persone, spingendo verso l'utilizzo di **tecnologie Web-based**. Per di più, l'info-commerce viene praticato in ambito turistico più che in altri settori, con l'obiettivo di raccogliere informazioni, confrontare esperienze di viaggio, effettuare prenotazioni ed acquisire tutti i servizi che ruotano intorno ad una vacanza o un'esperienza di viaggio.

Le tendenze in atto, mostrano un ruolo del web sempre crescente per entrare in contatto con i propri "target di riferimento" (cittadini, turisti, stakeholder in genere, etc...). Per tali ragioni, **l'analisi della "Web Discussion" è un potente strumento** per migliorare e far crescere notorietà e appeal di territori, come la provincia di Palermo, che hanno il proprio punto di forza sulle bellezze architettoniche e paesaggistiche, sulle risorse naturali, sulla bellezza di luoghi ricchi di storia, cultura e tradizione.

San Giovanni degli Eremiti



*« Una chiesa normanna vicino al palazzo reale e alla Porta di Castro... riparata in un incavo, è del tutto orientale, e con le sue cinque cupole starebbe benissimo a Baghdad o a Damasco. Accanto, il campanile gotico a quattro ordini di logge è sormontato da un'altra cupola, singolare adattamento di costruzione araba ad un costume cristiano. La pianta della chiesa è a croce latina con tre absidi, la navata è divisa in tre campate ognuna delle quali è sormontata da una cupola con pennacchi, necessari perché la torre su cui poggiano è quadrata, le pareti sono in pietra intagliata come spesso se ne vedono nei monumenti arabi senza decorazione alcuna e l'insieme è illuminato da finestre ad arco acuto. »
(F. Elliot, Diary of an Idle Woman in Sicily (1881))*

La Web Discussion: il volume delle conversazioni

L'analisi della **Web Reputation** del percorso Arabo-normanno di Palermo, Cefalù e Monreale, realizzata da Marketing Management nel mese di Dicembre 2016, è stata utilizzata per valutare effetti e potenzialità del riconoscimento UNESCO. Il modello di analisi è stato elaborato da Marketing Management con il suo esclusivo sistema IDIOMA che prevede un insieme di indicatori, strutturato ad hoc sulla base degli obiettivi della ricerca.

Dal 3° luglio 2015 ad oggi sono stati rinvenuti 1.491 documenti in cui si parla del "Percorso arabo-normanno" della Provincia di Palermo, Cefalù.

Non molto se si pensa, per esempio, che un Comune come Alberobello in provincia di Bari, con i suoi 10.751 abitanti, in occasione della sua partecipazione alla manifestazione del "Borgo più belli d'Italia 2016" (che non ha neppure vinto) ha riscosso un interesse decisamente più significativo (2.541 documenti rinvenuti – **Fonte: I-Idioma® by Marketing Management - 2016**).

Il dato sul "**Volume delle conversazioni**" (cioè quanto si parla dell'argomento) mostra come la nomina dell'UNESCO presenti ancora enormi potenzialità in termini di notorietà, web-reputation, sviluppo economico e turismo. Potenzialità sfruttabili appieno concentrando gli sforzi sul coinvolgimento degli Stakeholders (ciascuno secondo il proprio ruolo nella filiera Turistica) e sull'animazione delle conversazioni on-line secondo una logica "globale".

Chiesa della Martorana



La chiesa di Santa Maria dell'Ammiraglio, sede della parrocchia di San Nicolò dei Greci (Klisha e Shën Kollit së Arbëreshëvet in albanese), nota come Martorana, è ubicata nel centro storico di Palermo. Adiacente alla chiesa di San Cataldo, si affaccia sulla piazza Bellini ove fronteggia la chiesa di Santa Caterina d'Alessandria. La chiesa appartiene all'eparchia di Piana degli Albanesi e officia la liturgia per gli italo-albanesi residenti in città secondo il rito bizantino. La chiesa si contraddistingue per la molteplicità di stili che s'incontrano, in quanto, con il susseguirsi dei secoli, fu arricchita da vari altri gusti artistici, architettonici e culturali.

Chi sta animando la discussione sul web ? di cosa si parla ?

Dei 1.491 documenti rinvenuti ben il 97% è scritto/letto in lingua italiana. Il 92% proviene da un ambito territoriale fortemente ristretto: la provincia di Palermo. Bastano questi pochi numeri per evidenziare come la nomina del Percorso a patrimonio dell'Umanità non abbia ancora attirato l'interesse del mondo, ne quello del turismo oltralpe. La diffusione delle informazioni ha una valenza straordinaria se si pensa che il mezzo web si caratterizza per una "viralità" propria che può essere sfruttata per incrementare la "Reputation" dell'Isola.

Se si osserva poi come il 68% della "Web-discussion" risulti veicolata mediante i social network (soprattutto facebook) si può comprendere come a parlare del tema siano proprio i cittadini palermitani, che vedono nella nomina dell'UNESCO una buona opportunità per il rilancio dell'economia locale. La fonte "News" (giornali on-line e fonti ufficiali) pesa appena il 20%, mentre risulta ancora molto basso il peso dei contenuti "multimediali", come video e immagini (2%). Le aspettative della cittadinanza sono meglio interpretabili alla luce dei temi trattati durante la conversazione on-line: "Architettura ed Arte" (55% - alla base della nomina), "Potenziale economico" (14% - opportunità intravista dai cittadini) e "Amministrazioni locali e Politica" (22% - come soggetti che hanno il compito di valorizzare tali opportunità). Risulta invece singolare come le conversazioni on-line non abbiano evidenziato il legame forte fra la nomina dell'UNESCO e la sua capacità di stimolare il Turismo (citato fra i temi solo nel 3% dei casi).

Tuttavia, implicitamente, i cittadini hanno fornito informazioni sul ruolo strategico che attribuiscono ai vari monumenti. Il più citato in assoluto è il Palazzo Reale, posizionato al centro storico della città (22% delle citazioni). Subito a seguire il Duomo di Monreale per la bellezza dei suoi interni (21%), la Cattedrale di Palermo per la sua centralità (15%) ed il Duomo di Cefalù per il valore storico e per lo stile bizantino (13%).

Scorcio del Duomo di Cefalù



Secondo la leggenda, sarebbe sorto in seguito al voto al Santissimo Salvatore da Ruggero II, scampato ad una tempesta e approdato sulle spiagge della cittadina. La vera motivazione sembra piuttosto di natura politico-militare, dato il suo carattere di fortezza. Le vicende costruttive furono complesse e l'edificio non fu mai completato: un ambulacro ricavato nello spessore del muro e la medesima copertura, costituita da tre tetti testimoniano i cambiamenti intervenuti nel progetto. Il monumento ha uno stile romanico con tratti bizantini.

Sentiment e viralità dei contenuti

L'analisi della Web Discussion ha pienamente evidenziato il **buon appeal della nomina a patrimonio dell'Umanità** del Percorso Arabo-normanno di Palermo, Cefalù e Monreale.

I-Idioma®, il motore semantico adottato per la ricerca dei contenuti, consente di condurre un'analisi semantica sui documenti, classificandoli in base allo stile linguistico espresso nei testi ed individuando di volta in volta il **"Sentiment"** dominante. In questo modo è possibile analizzare gli effetti di quello che si dice on line.

Il **62% dei documenti** rinvenuti in cui si parla della nomina dell'UNESCO mostra un **"sentiment positivo"**, segno che il "fatto" porta con se un inevitabile bagaglio di "valori positivi", che la rete veicola da se stessa. Si tratta soprattutto di reazioni **"Razionali-positive"** (come soddisfazione, gratitudine, amicizia, sorpresa), che si ricollegano alla percezione della cittadinanza di trovarsi di fronte ad una buona opportunità per il territorio.

Un indicatore dell'interesse degli internauti riguardo ai temi trattati è la viralità dei contenuti, che nel modello di analisi è stata calcolata come "il numero medio di post e commenti generati da ciascun documento rinvenuto on-line". Per i pochi commenti rilevati al di fuori della Provincia (Resto d'Italia ed Estero) la viralità è risultata molto bassa (1,04 – cioè 4 commenti e post ogni 100 documenti), mentre per i documenti provenienti dalla Sicilia il valore è risultato più elevato (1,11 – cioè 11 commenti e post ogni 100 documenti).

Qui si vuole ricordare, ancora una volta, come "Volume delle conversazioni" e "Viralità" sono due dimensioni correlate che in presenza di un Sentiment positivo, come quello riscontrato, devono essere stimolate e sottoposte a tutti gli Stakeholders, perché contribuendo alla diffusione di tali valori positivi, possano contribuire al rilancio del turismo isolano ed alla rivalutazione della "Reputation" dell'Isola.

***Dettaglio del Chiostro
del Duomo di Monreale***



La cattedrale di Santa Maria Nuova è il principale luogo di culto cattolico di Monreale, nella città metropolitana di Palermo, sede arcivescovile dell'arcidiocesi omonima.[1]

Costruita a partire dal 1174 per volere di Guglielmo II d'Altavilla, re di Sicilia dal 1166 al 1189, è famosa per i ricchi mosaici bizantini che ne decorano l'interno.

Guglielmo il buono si concentrò molto sull'abbellimento dell'aspetto interno del duomo, dotandolo di mosaico dorato, poiché lo accostava all'animo dell'essere umano, come aspetto fondamentale dell'essere piuttosto che l'aspetto esteriore.