



**SCUOLA SUPERIORE PER MEDIATORI LINGUISTICI**  
**(Decreto Ministero dell'Università 31/07/2003)**

**Via P. S. Mancini, 2 – 00196 - Roma**

**TESI DI DIPLOMA**  
**DI**  
**MEDIATORE LINGUISTICO**

**(Curriculum Interprete e Traduttore)**

**Equipollente ai Diplomi di Laurea rilasciati dalle Università al termine dei Corsi  
afferenti alla classe delle**

**LAUREE UNIVERSITARIE**  
**IN**  
**SCIENZE DELLA MEDIAZIONE LINGUISTICA**

**LE CONSEGUENZE DELLA CRISI PANDEMICA E DEL CONFLITTO  
RUSSO-UCRAINO SUL MERCATO TURISTICO ITALIANO**

**RELATORI:**  
prof.ssa Adriana Bisirri

**CORRELATORI:**  
Prof. Fabio Matassa  
Prof.ssa Luciana Banegas

**CANDIDATA: Ginevra Colacci**  
**ANNO ACCADEMICO 2021/2022**

## **Dedica**

*A Nonno Peppe, pilastro della mia vita.*

*A Mia Madre, che mi ha reso la donna che sono oggi.*

*A me stessa, alla mia tenacia e alla mia forza che mi permettono di non mollare mai.*

*A coloro che mi volevano ombra e invece mi hanno reso luce.*

*Che sia l'inizio di qualcosa di grande.*



## Sommario

<i>Dedica</i> .....	2
<i>Introduzione</i> .....	6
<i>Capitolo I: IL COVID 19. I Fenomeni pandemici, la legislazione emergenziale e gli effetti sul tessuto socio-economico e produttivo a livello nazionale e sovranazionale.</i> ..8	
<b>Capitolo 1.1: il COVID 19</b> .....	8
<b>1.2: Legislazione per la gestione dell'emergenza sanitaria</b> .....	15
<b>1.3: La relazione tra economia continentale, turismo e salute nel contesto pandemico.</b> .....	19
<i>Parte II: Il conflitto Russo-Ucraino e gli effetti sul turismo interno</i> .....	26
<b>2.1: Origini storiche e ragioni geopolitiche</b> .....	26
<b>2.2: Gli effetti macroeconomici nell'Europa Occidentale del conflitto</b> .....	36
<b>2.3: I danni del conflitto sull' economia turistica Nazionale e Comunitaria</b> .....	40
<i>Capitolo III: La modifica delle abitudini sociali durante la Pandemia: la fruizione culturale, il commercio on line e l'evoluzione dell'accesso alla realtà virtuale</i> .....	47
<b>3.1: La fruizione culturale in Italia durante il lockdown</b> .....	47
<b>3.2: Il commercio on line tra la pandemia ed il conflitto russo-ucraino</b> .....	53
<b>CONCLUSIONI</b> .....	60
<b>ENGLISH SECTION</b> .....	63
<b>INTRODUCTION</b> .....	64
<i>Chapter I : Pandemic phenomena, emergency legislation and the effects on the socio-economic and productive fabric at national and supranational levels</i> .....	66
<b>1.1 CORONAVIRUS</b> .....	66
<b>1.2: Legislation for medical emergency management</b> .....	70
<b>1.3: The relationship between the continental economy, tourism and health in the pandemic context</b> .....	72
<i>Chapter II: Russo-Ukrainian War and its Effects on Domestic Tourism</i> .....	73
<b>2.1: Historical Origins and Geopolitical Reasons</b> .....	73
<b>2.2: The Macroeconomic Effects of the Conflict in Western Europe</b> .....	77
<b>2.3: The damage of the conflict on the National and Community tourist economy</b> .....	79

<i>Chapter III: Changing social habits during the pandemic: cultural fruition, online commerce and the evolution of access to virtual reality.</i>	83
3.1: Cultural fruition in Italy during lockdown	83
3.2 E-commerce between the pandemic and the Russian-Ukrainian conflict	88
<b>CONCLUSIONS</b>	93
<b>SECCIÓN ESPAÑOLA</b>	96
<b>INTRODUCCIÓN</b>	97
<i>Capítulo I: Los fenómenos pandémicos, la legislación de emergencia y los efectos en el tejido socioeconómico y productivo a nivel nacional y supranacional.</i>	98
1.1 El Covid 19.	98
1.2 Legislación sobre la gestión de la emergencia sanitaria	102
1.3: La relación entre la economía continental, el turismo y la salud en el contexto de la pandemia	104
<i>Capítulo II: El conflicto ruso-ucraniano y sus efectos en el turismo interno</i>	106
2.1: Orígenes históricos y razones geopolíticas.	106
2.2 Los efectos macroeconómicos del conflicto en Europa Occidental.	110
2.3: Los daños del conflicto en la economía turística nacional y de la UE	112
<i>Capítulo III: Cambio de hábitos sociales durante la pandemia, fruición cultural virtual, comercio online.</i>	117
3.1 La fruición cultural en Italia durante la cuarentena.	117
3.2 Comercio online entre la pandemia y el conflicto ruso-ucraniano	123
<b>CONCLUSIÓN</b>	128
<i>Bibliografía</i>	131
<b>SITOGRAFIA</b>	133

## **Introduzione**

Dalla fine del secondo decennio del secolo XXI fino all'anno corrente, la sovrapposizione di un evento pandemico che ha investito globalmente la comunità umana e la concomitanza con il conflitto russo-ucraino, hanno trovato l'Europa Comunitaria vieppiù divisa, rispetto alle modalità di intervento per contrastare gli effetti del COVID 19 e affatto unita nel tentativo di sedare le attività belliche innescate dal Cremlino in danno dell'Ucraina.

La mia tesi analizza le modalità con le quali, nelle diverse epoche, si sono affrontate le pandemie e gli eventi che ne hanno segnato le abitudini globali, le diverse modalità di azione che i singoli governi hanno operato e le storture delle profilassi vaccinali oramai tristemente note, conclamate con la perdita temporanea dei diritti costituzionali in alcuni Paesi occidentali.

Con lo stesso metodo di indagine si tenterà di comprendere quali siano le ragioni storiche che gravano da quasi un secolo nei rapporti tra Russia ed Ucraina e le cause che hanno scatenato l'ultima aggressione armata sul suolo ucraino.

Dall'analisi del fenomeno pandemico e bellico si arriverà ad analizzare gli effetti che essi hanno riportato sulle economie Continentali e Nazionali e, di conseguenza, sul mercato turistico italiano, il quale, secondo le stime del 2018 della Banca d'Italia, genera direttamente più del 5% del Prodotto Interno Lordo nazionale e rappresenta oltre il 6% degli occupati.

Se da un lato si ripercorrono le difficoltà riscontrate in Italia dopo lo scoppio dell'epidemia di Covid-19 e la concomitanza con il conflitto russo-ucraino (circostanze che hanno significativamente paralizzato il settore turistico strettamente subordinato alla libera circolazione di persone, merci e denaro), dall'altro lato, ho ritenuto interessante studiare le opportunità offerte da alcune forme di "turismo" non convenzionali, fruibili online.

Nondimeno, ho documentato tipologie di turismo attuabili, entro certi limiti, rimarcando l'utilità di creare un migliore posizionamento degli stessi sul mercato, dato che si tratta spesso di settori di nicchia. Considerando il contesto in cui ci troviamo, la ragione che mi ha portata a concentrarmi su questo tema è la triste attualità che lo caratterizza e che ha segnato, in un modo o in un altro, le vite di ognuno di noi.

Ginevra Colacci

# **Capitolo I: IL COVID 19. I Fenomeni pandemici, la legislazione emergenziale e gli effetti sul tessuto socioeconomico e produttivo a livello nazionale e sovranazionale.**

## **Capitolo 1.1: il COVID 19**

La fine della seconda decade del XXI secolo ha solcato profondamente l'epidermide di certezze che sembrava coriacea, un baluardo di verità assolute in termini di percezione, da parte delle popolazioni occidentali, rispetto alla oramai tristemente accertata inconsistenza del sistema sanitario a livello globale e segnatamente della sua capacità di resilienza davanti ad un fenomeno pandemico d'origine virale.

Non è pretestuoso delimitare i confini dell'analisi comportamentale rispetto al fenomeno sanitario all'occidente, ma tristemente necessario, sia per amor di logica che di verità storica. Verità, storia: capisaldi sui quali, è bene chiarire da principio, si intende articolare per intero il tessuto di informazioni, analisi ed eventi, a sostegno di quanto si intende sottoporre al vaglio dell'Attento Lettore.

Delegare i "pochi", i sapienti, gli esperti è un esercizio intellettuale che impigrisce la mente e la rende permeabile a qualsivoglia idiozia, qualsiasi nefandezza, anche sulla sua pelle ed è appunto la Verità Storica della questione COVID 19 che in questa sezione si ritiene doveroso oltre che necessario ricostruire, per prima cosa.

Una data, un nome, un numero. 29 Marzo 2003, Carlo Urbani, 8.000.

Quel giorno, quasi vent'anni fa, un medico italiano che solo quattro anni prima aveva ritirato il Premio Nobel per la Pace, in qualità di Presidente di Medici Senza Frontiere Italia, esalava l'ultimo respiro in Thailandia, dove s'era trasferito proveniente dal Vietnam, la dove era riuscito ad isolare il primo paziente affetto da SARS.



Urbani, laureato ad Ancona e specializzato a Messina, presidente di “Medici senza frontiere Italia”, che nel 1999 ritirò il Premio Nobel per la pace assegnato all’associazione internazionale, fu il primo a identificare e classificare la polmonite atipica.

Nel febbraio del 2003, da coordinatore dell’Oms per le Politiche sanitarie contro le malattie parassitarie nel Sud-Est asiatico, si occupava in Vietnam del caso di un uomo d’affari che nessuno sapeva curare e che stava infettando il personale medico.

Si accorse di trovarsi di fronte ad una nuova malattia e lanciò l’allarme al governo vietnamita e l’Oms.

“Aveva isolato l’ospedale, ma lottava per l’applicazione di misure drastiche, come la quarantena. Mi disse che se non fossero riusciti a contenere la situazione ci sarebbe stato il rischio di una grande epidemia come la Spagnola”, racconta al *Giornale della Previdenza* Giuliana Chiorrini, moglie del medico italiano.

La necessità di isolare immediatamente i pazienti e di monitorare tutti i viaggiatori andava contro gli interessi economici e di immagine del Paese, ma “dopo l’incontro decisivo col ministero della Salute locale – continua la signora Urbani – mi disse ‘ce l’ho fatta’, come se avesse raggiunto il traguardo della vita”.

Il prezzo di quell’azione d’emergenza, Urbani lo scopre mentre è in volo per Bangkok, quando dai primi sintomi – febbre, tosse, debolezza – si rende conto di avere contratto il virus della Sars.

L’infettivologo, allertato l’Oms, avvisò tutti i medici che l’assistevano di mantenersi a distanza da lui e collaborò con i sanitari spiegando il decorso della malattia per come l’aveva potuta osservare e documentare durante il periodo passato ad Ho chi Min City.

“Sperava di farcela”, racconta nell’articolo pubblicato nel febbraio del 2012 Giuliana Chiorrini, ma le condizioni si aggravano e Urbani muore dopo due settimane, il 29 marzo 2003, raccomandando che il suo tessuto polmonare venisse utilizzato per la

ricerca. Un mese dopo, il Vietnam annuncia di aver sconfitto la Sars, a differenza di altri Paesi, dove il virus si era diffuso in modo più capillare.

Gli ufficiali medici dell'Oms riconoscono che, se non fosse stato per il tempestivo intervento di Urbani, la SARS avrebbe infettato più lontano e più velocemente.

“Se non avesse intuito che l'insorgere di quel virus era qualcosa di fuori dall'ordinario, molte più persone sarebbero cadute vittima della Sars”, aveva commentato l'allora segretario generale delle Nazioni Unite, Kofi Annan.

“Il dottor Urbani lascia un esempio illuminante nella famiglia delle Nazioni Unite e nella comunità sanitaria di tutto il mondo”, aveva aggiunto Annan, assicurando di ricordare il camice caduto “come un eroe, nel senso più elevato e più vero del termine”.

“Nostro padre è celebrato in tutto il mondo, ma solo questo Covid ci ha fatto capire veramente che cosa ha fatto, lottando contro i governi che tenevano nascosto il contagio e quelli che per motivi economici rifiutavano di chiudere i confini. Solo oggi sappiamo che salvò la vita a milioni di persone”, ha detto Luca Urbani, figlio del medico, in occasione della cerimonia al Giardino dei Giusti.

“Carlo era una persona molto determinata, che capiva al volo le cose, un bravo infettivologo, che fin da bambino sognava di fare il medico, di lavorare in favore delle popolazioni più disagiate”, lo ricorda la moglie.

“Un sognatore – continua Giuliana Chiorrini – che credeva nel suo lavoro e lo svolgeva con amore, con passione. Sapeva stare vicino ai pazienti e curare anche con le parole”.

Un medico che prima di tutto era un uomo, “che amava viaggiare, suonare il piano, cucinare, volare con deltaplano a motore”.

Un camice con una vita da romanzo. “Lavorava a Macerata, dove aveva rinunciato al ruolo di primario di Malattie infettive. Prendeva le ferie per andare a Ginevra all’Oms o in Africa. Poi sono arrivati gli incarichi in Asia, in Cambogia e Vietnam. Negli ultimi suoi giorni mi ha detto: ‘Dalla vita ho avuto tutto, ho realizzato i miei sogni. Il dolore più grande è lasciare i miei figli’. In questo momento – conclude la moglie del medico – ci vorrebbe un dottor Urbani che sappia svegliare le coscienze”.

Fin qui una pur breve sintesi della vita e delle opere di un vero Medico di Frontiera, un faro nelle nebbie fitte dell'OMS dei giorni nostri, un virgulto di Sapere e di abnegazione fino al sacrificio estremo che seppe riconoscere la reale natura del pericolo e che venti anni fa riuscì a salvare decine di milioni di persone.

Torniamo necessariamente alla Verità, alla Storia.

Dieci, altro numero importante per ricordare, per raccontare, per ragionare.

Dieci date segnano ciò che è successo a danno della comunità umana nel corso della Pandemia.

#### 31 DICEMBRE 2019: L'AMMISSIONE DEI PRIMI CASI

Il 31 dicembre 2019 la Commissione Sanitaria Municipale di Wuhan (Cina) ha segnalato all’Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) un cluster di casi di polmonite a eziologia ignota nella città di Wuhan, nella provincia cinese di Hubei. La maggior parte dei casi aveva un legame epidemiologico con il mercato di Huanan Seafood, nel sud della Cina, un mercato all’ingrosso di frutti di mare e animali vivi.

#### 10 GENNAIO 2020: IDENTIFICATO IL NUOVO VIRUS

A distanza di pochi giorni dall'annuncio del cluster di casi a Wuhan i ricercatori cinesi depositano la "carta di identità" del virus, ovvero la sequenza dell'RNA virale, nel database internazionale virological.org. Diverso da tutti i virus conosciuti sino a quel momento, la conoscenza della sequenza è il primo passo nella lotta al coronavirus.

## 20 GENNAIO 2020: IL VIRUS SI TRASMETTE DA PERSONA A PERSONA

In una purtroppo storica conferenza stampa della China's National Health Commission viene confermato quanto già sospettato da giorni. Il nuovo coronavirus si trasmette da uomo a uomo. È la conferma della nascita di una nuova malattia virale che verrà identificata con il nome di COVID-19, figlia della SARS vietnamita ma con maggiore capacità aggressiva e di propagazione tra umani.

## 23 GENNAIO 2020: WUHAN INIZIA IL LOCKDOWN

Inizia il primo lockdown di massa della storia. 60 milioni di persone appartenenti alla provincia di Hubei -di cui 11 nella sola città di Wuhan- entrano in un rigido lockdown. Strade deserte e servizi ridotti al minimo. Le immagini che giungono dalla Cina sembrano quelle di un film. Nessuno lontanamente immagina che le stesse misure verranno varate anche nel nostro Paese poco più di un mese e mezzo dopo. Nelle settimane successive il virus ha un nome, Sar-Cov-2. Le prime indagini indicano che il virus è identico per il 96,2% del genoma al coronavirus tipico del pipistrello.

## 21 FEBBRAIO 2020: I PRIMI CASI ITALIANI

Pur essendo stati identificati a fine gennaio due casi di coronavirus in turisti cinesi in visita a Roma, il 21 febbraio viene identificato quello che erroneamente sarà il paziente zero, un trentottenne di Codogno. Diversi focolai sono presenti in alcune zone del Nord Italia come a Vo' Euganeo e nella provincia di Bergamo. Incominciando a cercare

attivamente il virus -prima l'indagine mediante tampone molecolare era eseguibile solo in persone di ritorno dalla Cina-, nel giro di 3 giorni si arriva a 325 casi confermati. È l'inizio della prima devastante ondata per l'Italia. Un'ondata a cui si cerca di porre rimedio con il lockdown nazionale a partire da domenica 8 marzo.

### 11 MARZO 2020: L'OMS DICHIARA LO STATO DI PANDEMIA

Il virus si diffonde rapidamente e in un territorio sempre più vasto. L'epidemia è in gran parte fuori controllo. L'Organizzazione Mondiale della Sanità dichiara ufficialmente lo stato di pandemia. Emblematiche le parole del direttore dell'OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesu: "Nelle ultime due settimane il numero di casi di COVID-19 al di fuori della Cina è aumentato di 13 volte e il numero di paesi colpiti è triplicato, ci sono più di 118.000 casi in 114 paesi e 4.291 persone hanno perso la vita. Altre migliaia stanno lottando per la propria vita negli ospedali. Nei giorni e nelle settimane a venire, prevediamo che il numero di casi, il numero di decessi e il numero di paesi colpiti aumenteranno ancora di più. L'OMS ha valutato questo focolaio 24 ore su 24 e siamo profondamente preoccupati sia dai livelli allarmanti di diffusione e gravità, sia dai livelli allarmanti di inazione. Abbiamo quindi valutato che COVID-19 può essere caratterizzato come una pandemia".

### 16 MARZO 2020: INIZIANO LE SPERIMENTAZIONI DEI PRIMI VACCINI

A poco più di due mesi dall'identificazione della sequenza virale di Sars-Cov-2 iniziano le prime sperimentazione dei vaccini per Covid-19. A dare il via ai trial clinici sono Moderna -con il primo vaccino a mRNA- e CanSino -vaccino a vettore virale-. Da quel momento ad oggi sono 69 i vaccini in fase sperimentale nell'uomo.

### 16 GIUGNO 2020: IL DESAMETASONE RIDUCE IL NUMERO DI DECESSI

Nonostante i vari tentativi nella ricerca di farmaci efficaci contro il virus, l'unica molecola che si è dimostrata avere grandi effetti nel ridurre il numero di decessi nei casi più gravi di Covid-19 è il desametasone. Tale molecola, un vecchio farmaco antinfiammatorio, si è dimostrata utile nel ridurre di oltre un terzo le morti in quei pazienti più gravi sottoposti a ventilazione meccanica. Ad annunciarlo è l'Università di Oxford sulla base dei dati raccolti nello studio RECOVERY (Randomised Evaluation of COVid-19 thERapY).

### 11 OTTOBRE 2020: INIZIA LA SECONDA ONDATA IN EUROPA

Dopo un'estate dove in Europa i casi si sono ridotti al minimo, Francia, Spagna, Germania e successivamente Italia sperimentano la risalita nel numero dei contagi. Al di là del numero totale di casi -non comparabile tra la prima e la seconda ondata-, in Italia assistiamo ad un contagio diffuso su tutto il territorio nazionale. Una situazione differente rispetto a marzo quando la maggior parte dei casi e dei decessi si è registrata al Nord.

#### 14 DICEMBRE 2020: APPROVATO IL PRIMO VACCINO CONTRO COVID-19

Dopo gli annunci avvenuti in novembre, a metà dicembre viene ufficialmente approvato dall'FDA -e in seguito da EMA il 21 dicembre- il primo vaccino della storia contro Covid-19. Si tratta di BNT162b2 sviluppato da Pfizer BioNTech, il primo vaccino con tecnologia a mRNA. Un'approvazione a cui segue, da parte di FDA, quella di mRNA-1273 sviluppato da Moderna. Il 27 dicembre segna una data storica per l'Unione Europea: nella mattinata iniziano contemporaneamente in tutti gli Stati membri le prime iniezioni del vaccino. L'inizio di una *nuova era* nel contrasto alla pandemia.

Se nel pianeta si contano malamente 607 milioni di casi accertati e oltre 6,5 milioni di decessi, nella sola Penisola i morti hanno valicato di molto le 122.000 sepolture.

Numeri che non possono essere odiati, non hanno colpe, non hanno colore, non hanno odore. Sono lapidari nella loro crudezza, ma sono anche numeri indecenti, avviliti, odiosi. Numeri che ci devono ricordare sei milioni e mezzo di sguardi, di sogni, di speranze, di progetti, di desideri cancellati.

## **1.2: Legislazione per la gestione dell'emergenza sanitaria**

Quarantena. Parola tristemente nota che indica l'imposizione dell'interruzione degli spostamenti delle persone, costrette a convivere all'interno di un perimetro fisico ben definito per un periodo di tempo variabile.

È un periodo di segregazione e di osservazione, al quale vengono sottoposte persone e cose ritenute in grado di portare con sé i germi di malattie infettive esotiche.

Il 30 gennaio 2020, in seguito alla segnalazione da parte della Cina (31 dicembre 2019) di un cluster di casi di polmonite ad eziologia ignota (poi identificata come un nuovo coronavirus Sars-CoV-2) nella città di Wuhan, l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) ha dichiarato emergenza di sanità pubblica di interesse internazionale.

Il giorno successivo il Governo italiano, dopo i primi provvedimenti cautelativi adottati a partire dal 22 gennaio, tenuto conto del carattere particolarmente diffusivo dell'epidemia, ha proclamato lo stato di emergenza e messo in atto le prime misure di contenimento del contagio sull'intero territorio nazionale.

Il Consiglio dei Ministri ha prorogato fino al 31 marzo 2022 lo stato di emergenza in conseguenza del rischio sanitario connesso all'insorgenza di patologie derivanti da agenti virali trasmissibili.

Delle strategie politiche adottate analizzeremo prevalentemente quelle che si sono ripercosse considerevolmente sul settore turistico italiano, certamente uno fra i più compromessi dalla situazione epidemica.

Si precisa che ogni decisione è il risultato del confronto tra le figure del Presidente, gli esponenti del comitato tecnico-scientifico, la Protezione Civile, il Ministero della salute e molti altri membri riuniti in tavoli per discutere su come procedere.

Alla dichiarazione dello stato di emergenza il punto di partenza su cui operare è stata dunque la mobilità, cosicché la Farnesina in alleanza con l'ENAC, il Ministero delle Infrastrutture, l'Unità di Crisi e il Ministero della Difesa ha formato una coalizione per regolamentare il rimpatrio dei cittadini italiani presenti all'estero e viceversa.

Nel frattempo, i voli da e per la Cina hanno iniziato a subire cancellazioni e uno stop inatteso ma dovuto, in tutto il territorio nazionale.

Ciononostante, alcuni aerei sono comunque decollati ed atterrati nei principali aeroporti italiani creando sconcerto ed incomprensioni, tipiche del principio di un'emergenza sanitaria.

Il 21 febbraio l'urgenza di limitare il diffondersi a macchia d'olio del virus è tale che secondo la nuova ordinanza dal titolo *Nuove misure di quarantena obbligatoria e sorveglianza attiva* in caso di accertato contatto con una persona riportante la sintomatologia da COVID-19, ci si dovesse isolare in quarantena fiduciaria obbligandosi a dare tempestivamente comunicazione del proprio stato di salute alle autorità territoriali. Il passo è stato breve e di lì a due giorni è stato emanato il primo dei numerosi provvedimenti per disciplinare le misure e la modalità di adozione di esse in funzione del territorio di applicazione, informando circa le sanzioni applicabili in caso di dalla incuranza della legge.

Quanto alla geografia della Penisola, il decreto attuativo del 25 febbraio ha ripartito l'Italia in zone e conseguentemente preso decisioni differenti, dipendenti dalla criticità del caso. In quel momento, le regioni del Veneto, Lombardia ed Emilia-Romagna, registravano la più densa concentrazione di casi.

La questione diviene poi di rilevanza internazionale con l'unificazione di tutto il territorio nazionale sotto le nuove misure previste dal decreto "Io resto a casa" datato 8 marzo 2020. Divenuta l'Italia intera "zona rossa", l'ufficializzazione della pandemia non ha tardato ad arrivare e così l'11 marzo l'OMS ne ha dato comunicazione.

Ai fini del mantenimento dell'ordine pubblico, i soli movimenti consentiti erano allora quelli fini a raggiungere o rientrare presso il proprio domicilio e residenza, esclusivamente per i motivi di urgenza, stretta necessità, comprovate esigenze lavorative e motivi di salute, espressamente indicati nei modelli di autocertificazione predisposti dallo stato. Ogni modulo richiedeva intenzionalmente un'autodichiarazione del motivo dello spostamento e solo in un secondo momento di possedere un buon stato di salute che non prevedesse sintomatologia para-influenzale, di non aver frequentato persone potenzialmente infettate dal virus, né tantomeno l'essere soggetto all'isolamento cautelare. L'eventuale infrazione dei dettami riportati nei documenti ufficiali era punibile con sanzioni penali e amministrative.



La battuta di arresto è stata dunque fondamentale per ridimensionare la promiscuità del susseguirsi di azioni, durante la vita frenetica di tutti i giorni ed ha richiesto un enorme sforzo a tutte le forze dell'ordine affinché fossero eseguiti frequenti accertamenti in vari punti strategici delle città. Il 20 marzo è stato vietato l'accesso alle zone ludiche e aree verdi, impedito le consumazioni all'interno di esercizi di somministrazione bevande e alimenti (tutti chiusi al pubblico esclusi quelli situati lungo autostrade o all'interno di ospedali, stazioni ferroviarie e aeroporti) e aperti solo posteriormente a regime di asporto. Con esso, nei due giorni successivi e precisamente con ordine del 25 marzo le attività commerciali e industriali "non essenziali" elencate nell'allegato numero 1 della Gazzetta Ufficiale<sup>12</sup>, sono state prontamente sospese così come l'oltrepassare il confine comunale in cui ci si trovasse, salvo per i motivi di assoluta urgenza, esigenze di salute o lavoro. Tale misura è stata destinata a rimanere in vigore fino al 4 maggio, giorno noto per essere ricordato come l'inizio della seconda Fase.

A potenziare i disguidi nella viabilità, ci ha pensato poi il DPCM del 1 Aprile 2020, negando in forma assoluta qualsiasi spostamento "abitazioni diverse da quella principale" nei giorni prefestivi ed immediatamente successivi. Le settimane sono trascorse e con la graduale riapertura della mobilità entro la regione in cui ci si trovava ubicati, la politica ha "allentato la mano" e gradualmente riavviato anche il settore turistico ormai devitalizzato eccetto per quel che riguarda il turismo digitale, reinventato e portato avanti grazie alle nuove tecnologie.

Durante il periodo di quarantena per l'appunto, i professionisti dell'impresa turistica ma non solo, tutti coloro che erano rimasti inattivi in quel frangente, si sono conformati alle disposizioni emanate per la riapertura in sicurezza, conseguita sullo scadere di maggio.

In quanto alla connessione tra regione e con l'estero, invece, si è dovuto attendere la conferenza stampa presidenziale del 3 giugno, circostanza in cui si era presagito un'inevitabile impennata dei contagi con il ripristino delle interconnessioni. All'interno settore turistico-culturale e di rimbalzo anche nel settore sociale, uno spiraglio di luce si inizia ad intravedere a partire dall'11 giugno con l'autorizzazione a svolgere spettacoli e rappresentazioni teatrali, cinematografiche, centri sociali, centri ricreativi estivi, manifestazioni congressuali, fiere, e ulteriormente gli eventi sportivi dal giorno

successivo, alimentando così la dinamicità sociale e i flussi turistici di partecipanti e spettatori. L'entrata nella terza fase, ufficialmente iniziata il 15 giugno e terminata il 14 luglio, ha donato nuove certezze; il timore della riapertura prospettava uno scenario prevedibile agli occhi degli esperti e con una risalita dei casi positivi che, proprio per effetto delle libere uscite, hanno comportato il protrarsi dello stato di emergenza fino almeno al 15 ottobre 2020.

Comune a quasi tutte le realtà è stato il telelavoro, una soluzione imposta per far fronte alla crisi in atto. Complice la tecnologia e la modernizzazione dei sistemi informatici, il lavoro suddiviso tra i dipendenti di un'azienda ha permesso loro di eseguire la propria mansione, avendo quindi diritto alla retribuzione, scongiurando il fallimento e le chiusure delle attività, sebbene in alcuni casi la sorte sia stata lo stesso avversa.

Per amore di sintesi tenteremo di riassumere gli effetti cronologici delle decisioni del CdM nel solo anno 2021.

- Interruzione della libera mobilità del cittadino, associate ad obbligo di autocertificazione nel caso di autonomo spostamento per motivi di lavoro.
  - Chiusura delle frontiere interne all'area Schengen (Europa Comunitaria con Svizzera e Gran Bretagna)
  - Chiusura totale: scuole, uffici pubblici, aziende private, fabbriche, stabilimenti balneari, ristoranti, bar, pizzerie, aziende manifatturiere, alberghi, musei, teatri, aree archeologiche, blocco del traffico aereo dall'oriente.
  - Mascherina e distanza sociale, variabile tra 1 metro e 3 metri.
  - Trasformazione con drastica riduzione della capacità ricettiva delle strutture di ristorazione: pannelli di plexiglass, distanza dei tavoli, termoscanner diffuso

all'ingresso delle poche attività autorizzate (supermercati con file inenarrabili), farmacie, negozi di alimentari.

-riduzione del 50 % del massimo affollamento di bus, pullman e treni.

- Didattica a Distanza diffusa dalle scuole elementari fino alle università.

Molte delle decisioni adottate dallo stato italiano sono state messe in discussione sia per la pluralità delle informazioni non provenienti da una voce univoca, sia per il non aver coinvolto il parere cittadino, rimasto inascoltato per quel che spetta determinate classi d'imprenditori, minando al principio fondamentale di base che regge il nostro paese, per cui lo stato debba rappresentare la cittadinanza.

Purtroppo, gli effetti devastanti di un simile quadro delle decisioni governative hanno determinato una tale quantità di danni all'economia nazionale che solo nel capitolo successivo riusciremo ad inquadrare e dimensionare sommariamente.

### **1.3: La relazione tra economia continentale, turismo e salute nel contesto pandemico.**

Il blocco imposto dai governi nazionali a oltre metà della popolazione mondiale per appiattire la curva dei contagi ha colpito il mondo come un meteorite, spingendo l'economia globale nella peggiore recessione dai tempi della Seconda Guerra Mondiale.

Da gennaio 2021, l'impatto dell'epidemia è passato da essere uno shock dell'offerta localizzato e incentrato sulla Cina, che ha comunque inviato onde d'urto sulle catene di fornitura mondiali, ad essere un violento shock della domanda che ha danneggiato i consumi e gli investimenti anche in Europa, Stati Uniti e America Latina.

Abbiamo così assistito ad una forte recessione globale fin dai primi due trimestri del 2020 nella stragrande maggioranza delle economie sviluppate ed emergenti.

Questa situazione è stata seguita da una ripresa a partire dalla seconda parte dell'anno, con una riapertura delle economie mondiali e dei vari settori, man a mano che sono state allentate le misure di confinamento.

La nuova strategia basata su lockdown leggeri e mirati, come risposta alla seconda ondata di diffusione del virus, ha di fatto raffreddato le aspettative di ripresa nella seconda parte dell'anno.

La sfida oggi è rappresentata dal successo della campagna dei così detti vaccini: maggiore sarà la velocità di immunizzazione della parte della popolazione più esposta al rischio di infezione o più debole rispetto agli effetti del virus, più veloce sarà la ripartenza delle economie nazionali.

Ma quale sarà l'impatto ultimo sulla crescita del nostro Paese?

L'Italia, che in Europa è fra i Paesi maggiormente colpiti in termini di contagi e vite umane perse, ha visto una perdita del PIL pari al 8,8% nel 2020 e dell'8,9% nel 2021.

Le cause sono ovviamente il blocco delle attività sociali e produttive interne, ma anche la maggiore dipendenza della nostra economia dai servizi rispetto alla Germania ad esempio. Si pensi al turismo, che è il settore maggiormente impattato dalle misure di contenimento. Nel primo trimestre 2022 si è rilevato un nuovo calo nella produzione economica di -1,25% su base trimestrale.

Nel frattempo, l'andamento delle vaccinazioni è ancora troppo lento per consentire un significativo allentamento delle restrizioni. Come il resto dell'UE, l'Italia era già in ritardo di cinque settimane rispetto all'obiettivo di vaccinare il 70% della popolazione adulta entro l'estate 2021, obiettivo raggiunto solo al termine dell'estate dell'anno corrente.

Ogni settimana di ritardo in Italia equivale a 2 miliardi di euro di perdite di produzione.

La crisi provocata dalla Covid-19 ha portato il debito pubblico italiano al 168% del PIL.

Nella migliore delle ipotesi, tale cifra potrebbe stabilizzarsi nei prossimi due anni.

Tutti i Governi e le Banche Centrali hanno messo in campo misure straordinarie, sia di natura monetaria che fiscale, per far fronte a questa crisi.

Gli ingenti aiuti statali in particolare hanno contribuito ad assorbire lo shock causato dalla crisi, aiutando molte aziende colpite dalla pandemia ad evitare di presentare i libri in tribunale – almeno per il momento.

Quali sono i settori maggiormente colpiti?

Sarà molto difficile trovare dei settori che usciranno indenni dall'attuale blocco delle attività sociali ed economiche del nostro Paese.

Nell'analisi trimestrale che facciamo sul profilo di rischio settoriale, che consiste nell'attribuzione di un rating a ciascun comparto in cui operiamo, solo la farmaceutica ha conservato un profilo di rischio basso.

Nel giro di un anno e mezzo, anche a causa delle difficoltà dell'economia e delle imprese italiane a registrare performance soddisfacenti, la percentuale dei settori considerati maggiormente a rischio è passata da 35% al 65%.

Il turismo, le automobili e i trasporti sono i settori principalmente impattati da questo blocco.

La diffusione del virus ha determinato una notevole riduzione dei turisti da e verso l'Italia e più in generale l'Europa, a cui si aggiunge un significativo rallentamento dei servizi legati ai trasporti.

Basta considerare quanto attestato da **Federalberghi** nel report annuale reso pubblico nel dicembre 2021, nel quale si attesta e certifica la chiusura definitiva del 25% degli alberghi esistenti Ante Covid, che rappresentano 1/4 rispetto alle 90.000 aziende che hanno dovuto dichiarare fallimento nel solo 2021.

Il ritorno a livelli normali di attività dovrebbe essere molto graduale, ripartendo dalle perdite di circa 6 miliardi di Euro/anno sia nel turismo che per i servizi di trasporto.

Sicuramente le aziende che presentano un'elevata dipendenza dall'export e dalle catene di produzione globali hanno già cominciato a soffrire a partire da gennaio 2020 quando il corona virus ha cominciato a diffondersi in Cina.

Altre industrie, caratterizzate da una elevata leva finanziaria e da una scarsa liquidità soffriranno dell'attuale fermo delle attività produttive e non saranno in grado di generare adeguati flussi di cassa per far fronte ai propri impegni. All'interno di questo panorama sicuramente non roseo, ci sono dei settori che riusciranno a trovare comunque delle prospettive di sviluppo; fra questi, il già citato pharma e il bio-medicale, anche in una

prospettiva di medio-termine, e quelli che offrono servizi immateriali come ICT e Telecomunicazioni.

Il totale azzeramento del pubblico museale e nelle aree archeologiche nel periodo emergenziale, la chiusura di teatri, la cancellazione dei concerti, l'impossibilità di spostamenti aerei o via nave, hanno concorso alla perdita complessiva di PIL per oltre 30 miliardi di Euro su scala nazionale ed uno stress del sistema creditizio, che non riesce ad assorbire i crediti oramai inesigibili, che rimbalza gli effetti sulle aziende in via di crescita che subiscono gli effetti della stretta creditizia.

Volendo cristallizzare l'analisi degli effetti del COVID su base annuale, rispetto al report di Federalberghi editato del Luglio 2022, i grafici riassuntivi della dimensione del danno economico sono facilmente deducibili dalle schede che di seguito riteniamo opportuno pubblicare per rendere fruibile la mera nozione del danno economico in capo al settore alberghiero, che non è rappresentativo dell'intero comparto del turismo nazionale ma lo partecipa in termini di PIL per il 43%.

## Il comparto alberghiero

### Gli alberghi in Italia

Numero strutture 2021 e variazione % 2021/2011

★★★★★	601	+56,9%
★★★★	6.217	+19,0%
★★★	17.783	-1,4%
★★	5.110	-23,2%
★	2.398	-33,6%
	<b>32.109</b>	<b>-5,3%</b>

fonte: Istat



### Presenze in albergo

**Totale:** - 2,7%  
**Italiani:** + 7,1%  
**Stranieri:** - 10,4%

aprile – giugno 2022/2019  
 fonte: Osservatorio Federalberghi



## Gli occupati nel settore



Alloggio e pubblici esercizi  
**1.000.716 dipendenti**  
 Solo ricettivo  
**204.110 dipendenti**

fonte: INPS (media annua relativa al 2021)

Occupati in albergo  
**Totale: 40,7%**  
**Tempo indeterminato: 5,7%**  
**Tempo determinato: 76,4%**

aprile – giugno 2022/2021  
 fonte: Osservatorio Federalberghi



## Le imprese del turismo

### Numero di partite IVA attivate

	I trimestre 2022	var % I trimestre 2022/2019
attività dei servizi di alloggio e ristorazione	9.874	- 28,0%
alloggio	1.707	- 27,4%
ristorazione	8.167	- 28,1%
totale settori	188.451	- 4,7%

fonte: Osservatorio sulle partite Iva – Mef, Dipartimento delle Finanze



### Alberghi ed esercizi complementari

Saldo iscritte-cessate

**+ 176 imprese\***

\*al lordo delle cancellazioni d'ufficio

aprile – giugno 2022 (I55 Ateco)  
 fonte: Infocamere-Unioncamere

## Le imprese che assumono



### Lavoratori previsti in entrata

<b>Turismo*</b>	valore assoluto <b>120.710</b> var % luglio 2022/2019 <b>26,3%</b>
<b>Totale settori</b>	valore assoluto <b>505.230</b> var % luglio 2022/2019 <b>18,1%</b>

luglio 2022  
fonte: Unioncamere – ANPAL, Sistema Informativo Excelsior

\*Servizi di alloggio e ristorazione; servizi turistici

## Spesa turistica

Spese stranieri in Italia:  
**5.101 milioni**  
di Euro  
**+ 322,6%** sul 2021  
**- 23,9%** sul 2019

I trimestre 2022  
fonte: Banca d'Italia



Spese italiani all'estero:  
**3.397 milioni**  
di Euro  
**+ 131,3%** sul 2021  
**- 37,5%** sul 2019

I trimestre 2022  
fonte: Banca d'Italia



**Avanzo: 1.705 milioni** di Euro  
**-261 mln** nel 2021  
**1.272 mln** 2019

**ULTIMA RILEVAZIONE APRILE 2022**



Spese stranieri in Italia: 2.668 milioni € (+504% sul 2021 e -21% sul 2019) - Spese italiani all'estero: 1.727 milioni € (+228% sul 2021 e -15,2 sul 2019)



Una corretta analisi economica del sistema turistico ricettivo del nostro Paese, generata dalla sovrapposizione dei report di ENIT , Federalberghi e Confesercenti - Ristorazione, rimanda ad una lapidaria conclusione sugli effetti de COVID 19 sull'economia reale di questo comparto fondamentale del tessuto produttivo del Paese: solo nel 2020 l'Italia ha perduto 146.000.000 di presenze turistiche dall'estero, equivalenti al 70% delle presenze rilevate sull'anno precedente ed un deficit di 203 milioni di presenze sul mercato turistico interno.

Sono 232.730.000, invece, il numero di presenze in meno per il solo anno 2021 rilevate nell'ambito della ristorazione a livello nazionale!

Una catastrofe ben peggiore, per quanto possibile si è abbattuta sulle attività culturali, ovvero i musei, i teatri, i concerti, l'opera. L'intero comparto ha di fatto azzerato le proprie attività economiche per un anno intero.

## **Parte II: Il conflitto Russo-Ucraino e gli effetti sul turismo interno**

### **2.1: Origini storiche e ragioni geopolitiche**

Volendo inquadrare la cronologia degli eventi che hanno innescato l'attuale conflitto Russo- Ucraino, è da prima utile eseguire una pur sintetica ricognizione storica dei rapporti tra i due Paesi. Il primo deficit strutturale che l'Occidente ha incatenato alla radice dei propri

convincimenti geopolitici risale proprio all'origine degli Stati di cui trattasi.

Il toponimo Ucraina deriva dall'antico slavo orientale *u okraina*, formato da u "vicino, presso") e *okraina* ("periferia" la radice slava *kraj* ("limite", "bordo").

Pertanto *ukraina* significa "al margine", o "sul confine", oppure "in periferia";

in lingua ucraina *krajina* significa semplicemente "paese, terra".

*Kraj* e *krajina* sono termini semanticamente analoghi all'italiano "marca".

La Terra di Confine del regno slavo.

Il territorio ucraino fu la culla dello Stato slavo da cui si sviluppò lo Stato russo moderno.

In seguito alla caduta di questa entità statale, il territorio fu conteso nei secoli da diverse potenze locali, finendo poi divisa tra la confederazione polacco- lituana e l'Impero russo.

Membro fondatore dell'Unione sovietica nel 1922, la repubblica ucraina

ottenne la piena indipendenza nel 1991 alla caduta di quest'ultima.

Dal 2013, in seguito alle proteste popolari in favore dell'avvicinamento dell'Ucraina all'Unione europea, permane uno stato di crisi con la Federazione russa culminato nell'invasione da parte di quest'ultima nel mese di febbraio 2022.

La lingua ufficiale è l'ucraino; molto diffuso nelle regioni orientali e nel sud è il russo, che nella Repubblica autonoma di Crimea è anche lingua ufficiale assieme al tataro di Crimea.

A seguito della frammentazione in diversi principati nel XIII secolo e la devastazione creata dall'invasione mongola della Russia, l'unità territoriale crollò e l'area fu contesa, divisa e governata da diverse potenze, inclusa la Confederazione polacco-lituana, l'Austria-Ungheria, l'Impero ottomano e il Regno russo.

A seguito della Rivoluzione Russa, si costituì un movimento nazionale ucraino per l'autodeterminazione e il 23 giugno 1917 venne fondata la Repubblica Popolare Ucraina. La Repubblica Socialista Sovietica Ucraina fu un membro fondatore dell'Unione Sovietica nel 1922; la nazione riconquistò l'indipendenza nel 1991, a seguito della dissoluzione dell'URSS.

A seguito dell'indipendenza, l'Ucraina si dichiarò uno Stato neutrale; formò una limitata associazione militare con la Russia ed altre nazioni della Comunità degli Stati Indipendenti,

stabilendo anche un Partenariato per la pace con la NATO nel 1994. Nel 2013, dopo che il governo del Presidente Viktor Janukovyč aveva deciso di sospendere l'accordo di associazione tra l'Ucraina e l'Unione europea e di avere relazioni economiche più strette con la Russia, iniziarono una serie di manifestazioni di protesta note come Euromaidan, che durarono diversi mesi e che culminarono nella rivoluzione che rovesciò Janukovyč e portò all'insediamento di un nuovo governo.

Questi eventi costituirono la premessa per la dichiarazione unilaterale di indipendenza della Crimea, seguita dall'annessione alla Russia del marzo 2014 non riconosciuta dal governo ucraino.

Gli stessi eventi portarono anche alla guerra del Donbass, un conflitto attivo con separatisti appoggiati dai russi dall'aprile 2014, fino all'invasione russa dell'Ucraina del 2022.

Il 7 aprile 2014 anche parte dell'oblast' di Donec'k dichiarò unilateralmente l'indipendenza dall'Ucraina in seguito a un referendum e pochi giorni dopo l'autonominato presidente della Repubblica Popolare di Doneck Pavel Gubarev dichiarò la futura annessione alla Russia.

Allo stesso modo, parte dell'oblast' di Luhans'k dichiarò la propria indipendenza come Repubblica Popolare di Lugans'k. L'Ucraina si candidò come componente economico dell'Accordo di associazione inclusivo di un'area di libero scambio approfondita con l'Unione europea il 1° gennaio 2016.

L'Ucraina è una nazione a economia di mercato con un vasto mercato interno e la sua economia è una delle più aperte fra i paesi dell'ex Unione Sovietica.

Storicamente le ricchezze di questo Paese sono state il grano (tanto che era soprannominata il granaio d'Europa), il legname e l'estrazione mineraria. Per valutare il percorso economico che l'Ucraina ha compiuto dall'indipendenza del 1991 a oggi, basta confrontare la situazione economica subito dopo l'indipendenza con quella attuale. Nel 1994 il livello di inflazione superava il 10,650%.

Nel solo 1993 i redditi della popolazione diminuirono del 44% rispetto all'anno precedente. Da allora il governo ucraino ha introdotto riforme economiche per stabilizzare il sistema finanziario. È seguita quindi una vasta privatizzazione e una riforma agraria che ha restituito la terra agli agricoltori, sono stati sciolti dei Kolchoz e sono state create cooperative sulla base della proprietà privata. Al tempo stesso lo Stato ha continuato a sostenere lo sviluppo dei settori strategici ad alta tecnologia, come l'ingegneria aeronautica, l'industria aerospaziale, la costruzione di macchine utensili.

In termini di salari e stipendi, l'Ucraina ha un divario tra l'est industriale più ricco e l'occidentale agricolo più povero (a partire dal 2008).

I primi risultati sono apparsi già negli anni 1996-97. Tuttavia, la crisi finanziaria globale del 1998 ha notevolmente ridotto tali progressi e la crescita economica è ripresa solo nel 2000. Dal 2000 al 2004 il prodotto interno lordo è cresciuto di un terzo, la produzione industriale del 60%. Solo nei primi sette mesi del 2004 l'incremento del Pil ha raggiunto il 13,5% e il volume dei crediti bancari è poi aumentato del 19,2%, mentre l'inflazione si è attestata al 4,4%. È stata inoltre raggiunta una crescita record nell'industria metalmeccanica, nella costruzione di automobili, nella siderurgia: ritmi di crescita non raggiunti con i proventi dal settore petrolifero (non vi sono risorse sufficienti), ma grazie allo sviluppo dell'industria di trasformazione.

La crescita economica ha determinato un impatto positivo nel settore sociale. Il tenore di vita degli ucraini è ancora lontano dagli standard europei-occidentali, ma i redditi e i salari crescono a ritmi sostenuti. Nel primo semestre del 2004 il reddito pro capite medio della popolazione è cresciuto del 15,5%, triplicandosi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il progresso dell'Ucraina nel settore della stabilizzazione macroeconomica e finanziaria è stato valutato positivamente dalla comunità internazionale. Nel 2005 il rating creditizio è raddoppiato. Molti giudicano favorevole il clima per gli investimenti.

Nel 2014 a seguito dell'occupazione della Crimea da parte della Russia e delle autoproclamate Repubbliche di Lugansk e Donezk l'economia ha avuto un calo notevole. Al 2018 nel paese ci sono più di tremila imprese statali in procinto della privatizzazione. Dal 5% al 7% della spesa pubblica in Ucraina è impegnato per varie forme di risarcimento, correlato al disastro della centrale nucleare di Černobyl'.

L'Italia è il secondo partner commerciale dell'Ucraina e il primo importatore nell'Europa Occidentale.

Nel 2018 l'economia è cresciuta di oltre il 3,3%.

La terra ucraina è considerata la più fertile al mondo potendo coprire il fabbisogno alimentare fino a sette volte la popolazione della stessa; per questo è spesso stata definita "Ucraina il granaio del mondo". Oggi l'Ucraina è il maggior esportatore al mondo di olio di girasole e una delle principali esportatrici di grano, zucchero, miele, uova e pollame. La coltivazione principale sono le patate, girasole e il mais.

L'Ucraina ha riserve significative di carbone (bacini del Donec e Leopoli-Volinia) e carbone bruno (bacino del Dnepr).

Sul Dnepr furono costruite le centrali idroelettriche (Kachovs'ka, Dniprovs'ka, Kanivs'ka, Kyivs'ka, ecc.). Solo il 58% del fabbisogno dell'Ucraina è rappresentato dalle proprie risorse di carburante, il resto viene importato (principalmente dalla Federazione Russa e dal Turkmenistan). Nel 2001 la struttura del consumo di elettricità e carburante era la seguente: 135,8 miliardi di kWh. Carbone e suoi prodotti - 64,2 milioni di tonnellate; gas naturale - 65,8 miliardi di metri cubi; condensa di petrolio e gas - 16,9 milioni di tonnellate.

L'Ucraina è stato il primo paese dell'Unione Sovietica a produrre il gas. A Dašava (regione di Leopoli) il gas iniziò a essere estratto negli anni '20. A quel tempo fu posato il gasdotto Dašava- Drohobyč. Quindi, da Dasava via Polonia a Berlino, dopo la guerra, il gasdotto fu smantellato e fu posato il gasdotto Dašava-Kiev, e successivamente Dašava-Mosca. Più tardi, un gasdotto a Leningrado fu posato attraverso Minsk. Dašava era uno

dei più grandi giacimenti di gas dell'Unione Sovietica. Dopo Dašava, furono scoperti altri campi, ognuno dei quali aveva riserve di almeno 30 miliardi di metri cubi di gas, cioè erano abbastanza imponenti. Ma poi fu scoperto un campo a Šebelinka (regione di Charkiv).

E nel 1973, la produzione ucraina di gas ha raggiunto il picco di 68 miliardi di metri cubi. Successivamente, la produzione è diminuita e oggi l'Ucraina produce 20-21 miliardi di metri cubi. Piccoli depositi di petrolio e gas naturale si trovano nella regione dei Carpazi e nel nord-est del paese.

Ciononostante, l'Ucraina è una delle regioni a più alto consumo di energia, almeno il doppio della Germania rispetto al PIL. L'Ucraina è largamente dipendente dall'estero per quanto riguarda l'energia, anche quella nucleare. In media oltre il 55% dell'elettricità in Ucraina è generata da centrali nucleari (Rivne, Chmel'nyc'kyj, Zaporizžja e South Ukrainian). La centrale di Zaporizžja è il primo impianto nucleare e il più grande d'Europa. Nel 2006 il governo ha deciso di costruire 11 nuovi impianti nucleari per il 2030 per raddoppiare la capacità di produzione energetica nucleare.

Le fonti rinnovabili sono in rapida crescita. A partire dal 2012 le fonti di energia rinnovabile rappresentavano solo il 2% del consumo energetico del paese, nel 2017 sono salite a 6,7%.

L'Ucraina si impegna a produrre l'11% di energia elettrica da fonti rinnovabili entro il 2020 e il 25% entro il 2035.

Nel 2005 la produzione era così suddivisa: nucleare 47%, termica 45%, idroelettrica, eolica e altre 8%.

L'Ucraina possiede una delle ditte più famose di costruzioni di aeromobili, Antonov, che prima dell'indipendenza del paese era una delle principali ditte produttrici sovietiche di aerei da trasporto, e dalle sue fabbriche sono usciti alcuni tra i velivoli più grandi mai realizzati come l'An - 255 "Cossack".

Dall'indipendenza l'Ucraina ha mantenuto la propria agenzia spaziale, rimanendo un partecipante attivo allo studio scientifico dello spazio e delle missioni di telerilevamento. Dal 1991 al 2007 l'Ucraina ha lanciato sei satelliti realizzati autonomamente, centouno veicoli di lancio e continua a progettare veicoli spaziali.

Oggi l'agenzia spaziale coordina il lavoro di oltre quaranta imprese -"Juzhmaš", CB "Južnoe".

M. Jangel, Communar, Hartron, Ukrcosmos, Obrij, Kyiv Radio Plant, una rete di centri di ricerca e istituti concentrati a Kiev, Dnipro, Charkiv, Leopoli, Černihiv e Crimea. Per gestire i satelliti in Ucraina è stato creato un unico complesso di controllo automatizzato terrestre (NACC), che comprende centri per il controllo dei voli di veicoli spaziali, la ricezione di informazioni scientifiche, la sua elaborazione, il controllo del campo di navigazione e dello spazio.

I principali prodotti ucraini sono i veicoli di lancio (dal pickup spaziale "Cyclon-3", che porta a bordo 600 kg di carico, al carrello "Zenit-3SL", che trasporta i satelliti in orbita), l'uso di missili balistici transcontinentali, missili PC-20 (SS-18 "Satana"), apparecchiature per le esigenze dello spazio (per esempio il compito di progettare e produrre sistemi di controllo dello spazio "Comparrus" per la ISS "Alpha", le apparecchiature di controllo radio nei moduli di servizio ISS "Zorya" e "Zvezda" attualmente in orbita).

Ante conflitto russo - ucraino la prospettiva sull'aerospaziale ucraino stimava che un dollaro investito in questo settore ne avrebbe prodotte dieci. L'NSAU conclude fino a quattrocento contratti all'anno, guadagnando circa \$700 milioni, e l'Ucraina è al quarto-quinto posto nei servizi di lancio: nei razzi ucraini i veicoli spaziali vengono consegnati in orbita, apportando entrate rilevanti denaro al budget statale.

Per fare un esempio semplice, la consegna in orbita tramite il veicolo di lancio europeo Ariane costa circa \$100 milioni e l'Ucraina produce anche unità di attracco per tutti i veicoli spaziali che arrivano alla Stazione Spaziale Internazionale. L'Ucraina partecipa a progetti spaziali internazionali: Dnipro, Sea Start, Ground Launch, Cyclone-4, Antares, Vega e altri.

Le pagine che precedono permettono di comprendere che l'Ucraina è, di fatto, il competitore diretto rispetto alla Federazione Russa in una infinita quantità di settori economici, a partire dalla produzione e distribuzione di GAS. Se la Russia ha bisogno dei gasdotti che attraversano l'Ucraina per poter vendere in Europa il proprio metano, l'Ucraina avrebbe allegramente la più ampia facoltà di vendere il proprio Gas in occidente

senza dover chiedere permesso alla Russia di Putin, il che, tecnicamente, per i colossi Gazprom o Lukoil, le principali compagnie petrolifere ex URSS, non sarebbe una condizione di vantaggio. Inoltre, fintanto che la Crimea era stabilmente amministrata da Kiev, assieme al porto di Odessa la sola Ucraina poteva controllare il mercato dei prodotti siderurgici, del grano, della soia, dell'olio di girasole e dei farinacei su scala sub planetaria. Anche questo fatto incontrovertibile sembra aver perduto cittadinanza davanti al palcoscenico globale.

Verità, appunto, semplice ed elementare verità.

La storia, quella meno recente, quel periodo nefasto che si incastra tra l'Holodomor e l'invasione nazista invece, è tutt'altra questione che merita un approfondimento molto accorto.

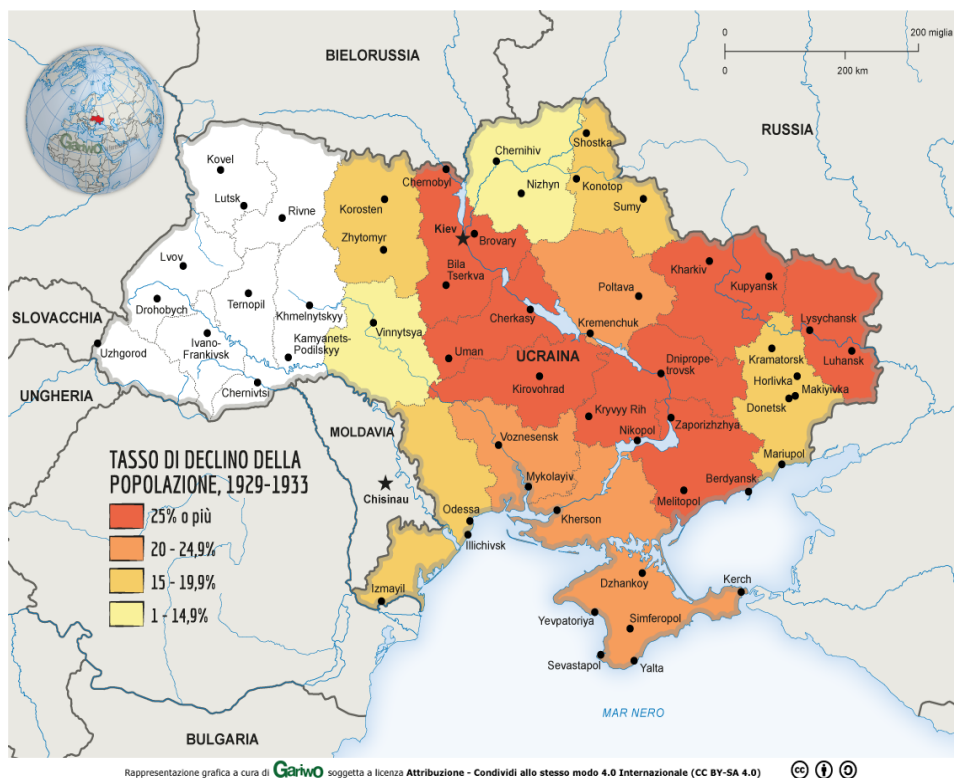
Holodomor è il nome con il quale si designa il genocidio per fame di oltre 6 milioni di persone, perpetrato dal regime sovietico, a danno della popolazione ucraina negli anni 1932 – 1933. Gli ucraini subirono una terribile punizione, perché accusati di contestare il sistema della proprietà collettiva.

Tutte le risorse agricole furono requisite e la popolazione affamata.

Un quarto della popolazione rurale, uomini, donne e bambini, fu così sterminata per fame. I cadaveri giacevano per strada senza che i parenti, anch'essi ormai in fin di vita, avessero la forza di seppellirli. La carestia determinò, insieme all'annientamento dei contadini, lo sterminio delle élites culturali, religiose e intellettuali ucraine, tutte categorie considerate "nemiche del socialismo".

L'altro Olocausto, infilato nei cassetti della dimenticanza da tutto l'Occidente per decenni. La "Grande Carestia" (Holodomor in ucraino significa "infliggere la morte mediante la fame", organizzata intenzionalmente dal regime sovietico, colpì l'Ucraina negli anni 1932-1933. Secondo i dati dei ricercatori, le regioni più colpite dalla carestia sono state: l'attuale regione di Poltava, la regione di Sumy, la regione di Kharkiv, la regione di Cherkasy, la regione di Kyiv, la regione di Zhytomyr, con il 52,8% delle vittime. In realtà Holodomor si estese a tutto il Centro, Sud, Est e Nord dell'Ucraina





**In figura: aree di declino della popolazione ucraina durante la carestia dell’Holodomor**

Secondo gli storici è indubbio che l’Holodomor sia stato un atto di genocidio, risultato delle decisioni politiche del regime totalitario di Stalin per schiacciare il popolo ucraino. Ultimamente l’Ucraina ha reso noti numerosi documenti tratti dagli archivi dell’ex KGB, i quali hanno rivelato gli obiettivi e i meccanismi operativi della politica che ha portato alla morte di milioni di ucraini.

In diversi Paesi del mondo sono state svolte ricerche e sono stati pubblicati materiali di archivio in Gran Bretagna, Italia, Francia etc. Essi testimoniano che, nel caso dell’Ucraina e delle regioni limitrofe, la fame è stata provocata premeditadamente.

La morte per fame in Ucraina è un tragico episodio della collettivizzazione forzata delle campagne. Il 6 maggio 1933 Stalin rispondeva con queste parole alla richiesta dello scrittore

Mihail Solohov di inviare soccorsi alimentari alla popolazione stremata: “Gli stimati agricoltori del suo distretto, e non solo del suo, hanno fatto scioperi e sabotaggi, ed erano

pronti a lasciare senza pane gli operai e l'Armata Rossa. Il fatto che si trattasse di un sabotaggio silenzioso e in apparenza pacifico (senza spargimento di sangue) è un fatto che non cambia per nulla la sostanza della faccenda, ossia che quegli stimati agricoltori hanno cercato di scalzare il potere sovietico. Facendogli guerra a oltranza, caro compagno Solohov!" (Libro nero del comunismo).

Certamente la responsabilità dell'accaduto va attribuita al complesso del regime staliniano con la sua ramificata macchina punitiva.

Tra i provvedimenti presi si evidenziano l'introduzione di quote enormi del raccolto di grano destinate all'ammasso (requisizione da parte dello Stato); il sequestro di tutti i generi alimentari; il divieto di vendita degli alimenti; lo spiegamento delle truppe interne e di confine per impedire agli affamati di spostarsi in altre regioni dell'URSS in cerca di cibo.

A causa della realizzazione di queste e altre misure repressive la popolazione ucraina si ritrovò prigioniera in un enorme ghetto, nel quale era impossibile sopravvivere. Già il 7 agosto 1932 nell'URSS la proprietà collettiva fu dichiarata 'sacra e inviolabile' in modo che chiunque - bambini compresi - avesse commesso un furto ai danni della 'proprietà socialista' o l'avesse "sperperata", sarebbe incorso in una condanna compresa tra i dieci anni di lavori forzati nei lager e la pena di morte. Le quote destinate agli ammassi (per le città e per l'esportazione) avevano la priorità assoluta e non potevano essere ridotte per alcun motivo; quelle imposte all'Ucraina erano insostenibili (nel luglio 1932 si pretese il 45% del raccolto, in novembre si annunciò una seconda requisizione e nel gennaio 1933 una terza). Il 6 dicembre 1932, con una circolare dell'Ufficio politico alle autorità locali, i villaggi ucraini accusati di non ottemperare alle quote stabilite vennero sottoposti alle seguenti sanzioni: bando di ogni rifornimento (di beni o di cibo), requisizioni forzate, divieto di ogni commercio, confisca di ogni risorsa finanziaria.

Brigate apposite razziarono tutto il grano disponibile, compreso quello per le semine.

Il 27 dicembre 1932 venne imposto 'obbligo del "passport", il passaporto destinato agli spostamenti interni, per bloccare le disperate fughe dalle zone colpite dalla carestia e il 22 gennaio 1933 un'altra circolare, firmata da Stalin e Molotov, impedì con ogni mezzo (dalla sospensione della vendita dei biglietti ferroviari a veri e propri blocchi stradali) ai

contadini ucraini e del Caucaso settentrionale di uscire dai distretti in cui non c'era più nulla da mangiare.

La circolare del Politburo del 27 dicembre 1932 motivava l'obbligo del passaporto interno come mezzo per *“liquidare il parassitismo sociale e combattere l'infiltrazione dei kulak nelle città”*, mentre la circolare del 22 gennaio 1933, firmata da Stalin e Molotov, faceva riferimento *“all'arresto degli elementi controrivoluzionari”* e spiegava che *“il Comitato Centrale e il governo hanno la prova che tale esodo in massa dei contadini [verso la città per sfuggire alla carestia] è organizzato dai nemici del potere sovietico, dai controrivoluzionari e dagli agenti polacchi, a scopo di propaganda contro il sistema kolkhosiano in particolare e il potere sovietico in generale”* (Libro nero del comunismo). Nonostante ciò, nel 1933 il governo sovietico esportò 18 milioni di quintali di grano e di altri prodotti, continuando a negare ufficialmente la carestia. Solo il 15 marzo 1933 le requisizioni di grano furono sospese e in aprile nei villaggi venne distribuito grano dai depositi dell'esercito. I contadini sfiniti dovettero essere aiutati nelle operazioni di semina del raccolto che, finalmente, avrebbe posto fine all'incubo.

L'incubo stalinista, la madre del radicato risentimento che gli ucraini avevano covato per un decennio, esplose quando le truppe della Wehrmacht si presentarono alle porte di Kiev. I nazisti vennero spesso accolti come liberatori, tanto che la gran parte della popolazione ucraina in età post-puberale si schierò apertamente con le truppe di occupazione naziste, collaborando attivamente alla individuazione ed alla cattura degli ebrei russofoni, un milione dei quali tradotti alle camere a gas.

A distanza di novant'anni la Russia sembrerebbe tentare nuovamente di voler sterminare la popolazione ucraina, ma stavolta con la potenza delle armi tattiche, con il pretesto di *“denazificare”* lo Stato.

Qualsiasi osservatore dotato di capacità di analisi, che non sia schierato ideologicamente, che non abbia la vena nostalgica zarista, può maturare il proprio convincimento e trarre dai contenuti fin qui esposti quale sia la reale matrice politica che sottostà all'invasione russa. Un becerato, criminale tentativo di ricomporre i confini occidentali con un allargamento di 700 chilometri in linea retta fino alle propaggini dell'Europa Comunitaria,

assumendo il controllo delle enormi risorse ucraine, a danno di 43 milioni di persone o quel che ne resteranno dopo le azioni belliche.

## **2.2: Gli effetti macroeconomici nell'Europa Occidentale del conflitto.**

Tentare di accertare quale sia, ad oggi, il reale rebound del conflitto su scala globale necessita di un preambolo meramente geografico, sufficiente per comprendere le cause, non solo osservarne gli effetti.

La Federazione Russa, oltre con l'Ucraina, confina direttamente con la Cina, la Turchia, il Pakistan e l'India.

I tre paesi citati rappresentano complessivamente un mercato potenziale di 3,5 miliardi di abitanti, ovvero ben oltre la esatta metà aritmetica di tutti gli organismi di specie umana presenti sulla crosta terrestre.

Le operazioni belliche fin qui accertate dai sistemi satellitari degli apparati di difesa su scala globale documentano distruzioni di quartieri, cittadine, infrastrutture, impianti in cinque distretti delle province ucraine. Pur tuttavia, la distruzione delle " cose " è facilmente risolvibile ricostruendole in sito ed il danno a carico del Paese aggredito sembra, ad oggi, attestarsi attorno ai 120 miliardi di dollari. Poca roba, tenendo in conto che per la gran parte le infrastrutture di cui trattasi discendono dalle politiche decennali di matrice sovietica, ovvero edifici, strade, scuole, ospedali e impianti datati almeno 40 anni.

A contrasto dell'invasione su suolo ucraino, l'occidente, unito in unica falange, ha deciso di irrogare sanzioni economiche allo Stato russo, con un metodo sconcertante ed affatto univoco. L'embargo applicato a Mosca, da prima a carico di alcune categorie merceologiche, salvando pur sempre il GAS ed i prodotti derivati dal petrolio, da che è stato istituito ha generato un dissesto in capo alla bolletta energetica occidentale da imporre drastiche scelte, a regime di austerità, nella gran parte dei Governi Centrali dell'Illuminata Europa.

Per meglio comprendere la dimensione del dissesto è d'ausilio la sintesi del report pubblicato per conto del Ministero degli Esteri dall'Istituto di Commercio Estero del nostro Paese.

Nella pagina che segue riteniamo opportuno pubblicare la tabella analitica del traffico di merci analitico in importazione che l'Italia continua ad acquistare dal criminale del Cremlino nonostante l'embargo istituito, al solo scopo di poter procedere con un esame criteriato sulla bilancia dei pagamenti delle imprese nazionali.

### Scambi Commerciali (RUSSIA)

Export italiano verso il paese: RUSSIA	2019	2020	2021	gen-mag 2021	gen-mag 2022
<b>Totale (mln. €)</b>	7.881,99	7.100,64	7.696,38	2.951,53	2.441,3
<b>Variazione (%)</b>	4,2	-9,9	8,8		-17,3

Elaborazioni Ambasciata d'Italia su dati Agenzia ICE di fonte ISTAT.

### Scambi Commerciali (RUSSIA)

Import italiano dal paese: RUSSIA	2019	2020	2021	gen-mag 2021	gen-mag 2022
<b>Totale (mln. €)</b>	14.324,03	9.328,84	13.984,47	5.506,29	13.579,19
<b>Variazione (%)</b>	-4,3	-34,9	54,5		146,6

<b>Merci (mln. €)</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Prodotti dell'agricoltura, pesca e silvicoltura	59,81	72,83	144,49
Prodotti delle miniere e delle cave	9.988,43	5.777,93	8.409,08
Prodotti alimentari	82,25	92,01	112,36
Bevande	0,89	0,82	1
Prodotti tessili	3,34	4,88	5,04
Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	4,74	1,75	6,73
Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	25,4	12,54	20,47
Legno e prodotti in legno e sugheri (esclusi i mobili); articoli in paglia e materiali da intreccio	78,3	62,69	125,61
Carta e prodotti in carta	100,9	104,24	109,06
Coke e prodotti derivanti dalla raffinazione del petrolio	1.282,74	1.030,68	1.334,89
Prodotti chimici	177,26	162,16	324,09
Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici	3,19	4	2,34
Articoli in gomma e materie plastiche	52,31	54,56	77,04
Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	15,92	10,52	17,16
Prodotti della metallurgia	2.321,01	1.830,82	3.175,23
Prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	7,45	10,44	18,01
Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi	15,68	8,09	11,19
Apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche	36,84	27,63	30,05
Macchinari e apparecchiature	22,31	23,56	17,35
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	4,45	2,59	2,96
Altri mezzi di trasporto (navi e imbarcazioni, locomotive e materiale rotabile, aeromobili e veicoli spaziali, mezzi militari)	10,78	3,66	5,88
Mobili	8,56	6,81	7,46

Si apprezza facilmente che, sommando il valore totale delle sole importazioni di prodotti minerari e siderurgici, il nostro Paese ha pagato nel 2021 la modesta somma di 13.5 miliardi di euro alle casse moscovite.

A causa degli effetti dell'embargo, invece, l'Italia si è preclusa la possibilità di esportare 7,7 miliardi di beni e contemporaneamente si vede costretta a pagare

esattamente il Quadruplo del conto energetico per poter garantire un inverno mite nelle abitazioni dei propri cittadini, ma il rebound sul conto energetico del Sistema Produttivo Nazionale ha visto raddoppiare in poco meno di tre mesi le bollette a carico dell'intero tessuto industriale nazionale! Una strategia suicida, nulla da dire. Ma non è mica finita qui. Tutt'altro.

Il dissesto causato nell'economia reale, segnatamente nel comparto edilizio che in Italia rappresenta con scarsa approssimazione il 5,5% del PIL, innescato dal verticale aumento dei prezzi dei semilavorati della siderurgia ( ovvero tutte le componenti metalliche utilizzate per la realizzazione o l'adeguamento di edifici a norma antisismica, regolata dalle Norme Tecniche delle Costruzioni del 2018) si attesta al 40%, maggiori costi che gravano sul bilancio familiare di tutti i cittadini che hanno aderito al Credito di Imposta previsto con l'istituzione del così detto Superbonus, faro luminoso delle politiche degli ultimi due governi.

Potrei citare la mancata vendita di 300 milioni di euro del solo comparto vitivinicolo, caseario, agroindustriale. Potrei annoverare il deficit delle vendite di beni di lusso, della moda sui mercati russi, ma per quanto significativo sia lo sbilancio italiano consolidato è ben poca cosa rispetto agli effetti che hanno investito tutto il resto del globo terracqueo.

L'apprezzamento del rublo sui mercati valutari, dovuto all'aumento dei prezzi sui mercati internazionali delle materia prime prodotte da Mosca, è dovuto ad uno spropositato aumento di valuta pregiata che viaggia nei forzieri delle banche russe con margini spropositati.

Ma l'effetto più devastante che l'Occidente a breve dovrà subire, dovuto alle scelte politiche fin qui imposte alle economie nazionali,

lo si apprezzerà nei prossimi due o tre anni. Sarà generato dal Fatto che la Cina e l'India, oltre alla Turchia ed il Pakistan, stanno acquistando materie prime dalla Russia con un prezzo inferiore del 90% rispetto al prezzo pagato dall'industria Comunitaria!

Petrolio, Metano, Legname, Fertilizzanti, Urea, Materie plastiche, cemento, prodotti di miniera, grano, cereali, olii vegetali oramai sono veicolati sui mercati orientali e da lì destinati ad essere per la gran parte al consumo interno sempre crescente.

Se nell'ultimo decennio l'Europa ha tentato di salvaguardare, proteggere le produzioni interne su base qualitativa, oltre che legislativa, saranno i mercati a sancire la cancellazione delle imprese industriali europee, proprio a causa dei presupposti concatenati all'invasione russa in Ucraina, di questo possiamo essere più che certi.

Una labile speranza, un pur effimero orizzonte meno oscuro rispetto al destino delle economie continentali per come lo si può intravedere ragionando attorno agli argomenti e ai fatti fin qui riportati, si concretizza solo nell'ipotesi, remota ad oggi, che l'Europa si riprenda la titolarità delle proprie scelte, cessando di farsi prona alle desiderata d'Oltre Oceano, assumendo delle decisioni geopolitiche che siano effettivamente rappresentative delle necessità delle proprie popolazioni e delle finanze pubbliche Comunitarie. Fintanto che questa dipendenza storica con Washington non sarà affrancata dai tavoli di decisione, l'Occidente è destinato, a breve, a soccombere.

### **2.3: I danni del conflitto sull' economia turistica Nazionale e Comunitaria**

Dopo il crollo delle presenze a causa della pandemia debitamente documentata nel capitolo a questo dedicato, arrivano le cancellazioni per via della guerra: ma quanto vale il turismo russo in Italia?

Quasi 6 stranieri su dieci (58%) hanno dovuto rinunciare a venire in Italia nel 2021 con il dimezzamento nella spesa dei viaggiatori dall'estero e un buco di 22,5 miliardi di euro rispetto al 2019, l'ultimo anno prima della pandemia.



L'assenza di stranieri in Italia grava sull'ospitalità turistica nelle mete più gettonate che risentono notevolmente della loro mancanza anche perché i visitatori da paesi europei hanno tradizionalmente una elevata capacità di spesa.

Con la bella stagione che si avvicina, le principali località turistiche iniziano a fare i conti in merito alla mancanza del turismo russo. A Rimini i russi erano il 50% degli stranieri!

I russi amano Rimini e la riviera romagnola: nel 2019 ne erano arrivati 97.000 e avevano rappresentato oltre il 50% del turismo estero, superando anche i tedeschi, per quasi mezzo secolo motori dell'economia dell'ospitalità alberghiera.

Anche l'aeroporto di Rimini ha dovuto rivedere i propri piani, basti pensare che gli accordi siglati con alcune compagnie aeree e tour operator prevedevano di portare quest'estate 300mila turisti non solo dall'ex Unione Sovietica ma anche dall'Ucraina con più voli diretti da Kiev.

L'arcipelago Campano è stato per un decennio un apprezzato scalo per gli oligarchi russi, con i loro yachts ipertecnologici e lussuosissimi.

Solo il turismo russo a Ischia valeva 300mila presenze, a Capri se ne contavano 275.000, tra Procida e Vivara non meno di 100.000.

Se nel 2019 i turisti russi a Ischia erano stati circa 300mila. Il loro giro d'affari rappresentava il 60% del totale della spesa extra Ue. Con scontrino medio elevatissimo e incassi che avevano suggerito agli isolani di predisporre un'accoglienza dedicata, con personale e tour operator in lingua russa. La guerra ha provocato la cancellazione del 100 % delle prenotazioni. Il crollo del turismo russo ha avuto delle conseguenze molto serie anche nelle Costiere e a Capri, con una perdita di oltre 450.000 presenze nel solo bimestre luglio/agosto.

Anche la Toscana fa i conti senza i russi soprattutto tra Forte dei Marmi, Marina di Pietrasanta e Castiglioncello, oltre che Punta Ala e la penisola dell'Argentario. Il

turismo russo in Toscana era sinonimo ad affari immobiliari milionari e shopping da favola. Ora mentre gli yacht ormeggiati nei porti più prestigiosi vengono sequestrati e il personale di servizio nelle ville russe e sulle imbarcazioni perde il lavoro, la regione fa i conti con una stagione estiva senza i vip russi.

L'impatto dell'assenza del turismo russo si farà quindi sentire in tutta Italia ma peserà particolarmente in due aree geografiche precise. Sardegna e Toscana che sono storicamente le regioni che più di tutte accolgono i turisti russi. Sull'isola per il 2022 era previsto l'arrivo di 220mila russi ed entrate legate alla loro presenza di circa 80 milioni di euro.

La guerra li terrà lontani con conseguenze pesanti: il sindaco di Arzachena, cuore della Costa Smeralda, ha parlato di centinaia di posti di lavoro a rischio ed ha aperto un tavolo di crisi per cercare soluzioni. Le maestranze destinate ai servizi interni delle residenze, i servizi a bordo degli yachts, i consumi agroalimentari d'eccellenza, tutto il comparto di società di catering in buona sostanza ha perduto il 90% del mercato stagionale.

Non va diversamente in Toscana, dove i russi sono di casa, soprattutto in Versilia. Solo Forte dei Marmi nel 2019 ne ha accolti 31mila ma i numeri non rendono l'idea di un legame forte, nato negli anni '90 e cresciuto fino al punto in cui molti russi si sono integrati nel tessuto sociale locale e hanno deciso di spostare la residenza a Forte e di far studiare in Toscana i propri figli. E adesso?

A raccontare com'è nato il legame tra Russia e Forte dei Marmi è il vicesindaco e assessore al Turismo del comune della Versilia Graziella Polacci. «Il legame nasce negli anni '90 con l'arrivo a Forte dei Marmi del grande regista russo Andrej Konchalowsky che soggiornò nel nostro Paese per diversi anni creando intorno a sé un agglomerato di intellettuali che amavano particolarmente la Toscana, il nostro modo di vivere e la cucina - spiega - Lo stesso Konchalowsky donò alla città la visione del film “La casa dei matti”».

Al suo seguito era presente il famoso padre Sergej Vladimirovic Michalkov, scrittore poeta e librettista sovietico, autore di libri per bambini, che ha avuto la possibilità di scrivere in tre occasioni il testo dell'inno nazionale del proprio Paese. Sempre in questo periodo Forte dei Marmi vedeva frequentazioni di famosi cantanti lirici russi, protagonisti della televisione nazionale, giornalisti. Un turismo intellettuale.

Poi negli anni Duemila la svolta verso un turismo ricco e a volte eccessivo nelle sue esternazioni, presto sostituito però da un nuovo approccio. Si arrivò a un turismo stanziale, diverso, costituito da famiglie borghesi russe e anche ucraine, prima frequenti sulla Costa Azzurra, che decidono di investire in Forte dei Marmi acquistando immobili e trascorrendo nel paese lunghi periodi. Negli ultimi anni si possono notare normali famiglie che prendono in affitto anche case di media struttura e frequentano i nostri alberghi.

L'attuale turismo non è più quello dei primi anni dove le cronache favoleggiavano su mance stratosferiche e Ferrari, Rolls Royce e guardie del corpo, ma di persone che prediligono il nostro paese proprio per la tranquillità, per la spiaggia, e per la bellezza di girare in bicicletta in assoluta serenità»

È di fatto impossibile individuare con certezza quante ville e quanti alberghi a Forte dei Marmi e dintorni siano di proprietà russa. Alcune stime che rendono l'idea, comunque, ci sono: otto sono gli alberghi di proprietà russa, almeno 500 le famiglie russe, ma anche ucraine, che frequentano stabilmente o addirittura vivono in Versilia. Persino il presidente ucraino Volodymyr Zelensky quindici anni fa ha comprato una villa a Vittoria Apuana, frazione di Forte dei Marmi, per quasi 4 milioni di euro. Insomma, un legame forte la cui assenza si farà per forza di cose sentire.

Di certo, uno dei settori maggiormente colpiti sarà quello degli affitti. D'estate erano infatti i russi a coprire gran parte del mercato legato alle abitazioni di lusso con prezzi che spesso arrivavano anche a 250mila euro a stagione. «Dalla Russia si sono già fatti vivi per far sapere che non verranno. E lasceranno sfitte le abitazioni che prendevano in affitto estate dopo estate - ha spiegato all'Agi un agente immobiliare che opera

soprattutto con i turisti stranieri - Confidiamo che parte di questa fetta di mercato possa essere rimpiazzata dai turisti italiani. Ma, a livello di affari, non potrà essere la stessa cosa».

È difficile isolare ed analizzare gli effetti del conflitto in corso sul turismo a Forte dei Marmi prescindendo dal contesto più generale: il turismo mondiale è profondamente cambiato negli ultimi due anni, e Forte Dei Marmi non fa certo eccezione.

Oggi arrivano turisti dai paesi dai quali è possibile muoversi in auto, come la Francia, la Svizzera, la Germania, l'Olanda, la Gran Bretagna, ed è così da due anni; a questi turisti si sono aggiunti molti italiani lombardi, emiliani, piemontesi che hanno scelto la Versilia anziché mete estere. È quindi la pandemia che ha ridotto del 90% la presenza dei turisti russi, passati dai più di 31mila del 2019 ai 3mila del 2020; una situazione di conflitto armato non fa che allungare nel tempo una situazione dalla quale speravamo di poter uscire con la prossima estate.

In questo quadro, nel quale ad una situazione pandemica si va a sostituire una situazione di guerra alle porte dell'Europa Occidentale, risulta quantomeno velleitario individuare conseguenze a lungo termine; quello che si cerca di fare piuttosto analizzare i dati via via che arrivano, studiare le tendenze delle prenotazioni che delle richieste di informazione, per essere il più possibile pronti a rispondere ad ogni situazione di tendenza positiva che potesse presentarsi, a breve e medio termine.

Ma il turismo russo ha effetti diretti anche sui consumi agroalimentari di qualità, anzi d'eccellenza. L'impatto sull'agroalimentare della guerra tra Russia e Ucraina è oltremodo consistente.

Il conflitto sta mettendo a rischio le esportazioni agroalimentari italiane verso Russia e Ucraina. Seconde le stime di Coldiretti, si parla di un giro d'affari che nell'anno appena conclusosi ha superato il miliardo di euro.

A fare da padrone è la Russia, dove le vendite nel 2021 sono arrivate a quota 670 milioni, con un aumento del 14% rispetto al 2020. Una fetta importante di profitto la

garantisce anche l'Ucraina, con 350 milioni di euro. Per il made in Italy si tratta di numeri importanti, che potrebbero però essere duramente colpiti dalla guerra, che va ad aggiungersi a un quadro già di per sé non facile.

#### L'embargo russo del 2014

Nel 2014 infatti, il presidente russo Vladimir Putin, con un decreto in risposta alle sanzioni decise dall'Unione europea e dagli Stati Uniti, bloccò le esportazioni agroalimentari verso la Russia di alcuni prodotti, con un effetto catastrofico per l'Italia. Si stima infatti una perdita complessiva, in sette anni e mezzo, di 1,5 miliardi.

L'embargo è tutt'ora attivo, nonostante i numerosi tentativi di mediazione, e vieta l'ingresso di frutta e verdura, formaggi, carne e salumi, ma anche pesce, provenienti da Ue, Usa, Canada, Norvegia ed Australia. Nella lista nera ci sono prodotti di altissima qualità, simbolo del made in Italy, dal Parmigiano Reggiano al Grana Padano, dal prosciutto di Parma a quello San Daniele, ma anche frutta e verdura.

#### Il vino è il settore più a rischio

In un quadro critico, il vino appare il prodotto più a rischio. I numeri dell'export dall'Italia alla Russia sono infatti da capogiro. Nel 2021 i russi hanno acquistato vini italiani per 375 milioni di dollari. L'Italia rappresenta il primo Paese fornitore con una quota di mercato di circa il 30%, davanti a Francia e Spagna. Il 2021 è stato un anno di crescita per il settore (+11% rispetto al 2020) e ha visto un boom per gli spumanti (+25%) e un incremento per i fermi imbottigliati (+2%).

Le denominazioni più richieste sono il Prosecco, il Lambrusco e l'Asti Docg. Anche l'Ucraina, nel settore dei vini, rappresenta un mercato importante. L'Italia è, come in Russia, leader del mercato e ha registrato nel 2021 una crescita incredibile, trainata ancora una volta dalle bollicine (+78%).

I temi a mettere a rischio l'immediato futuro del vino italiano in Russia sono due: le difficoltà nella spedizione (già in queste ore si registrano lunghe code di camion alla

frontiera lettone-russa, oltre a merci non ritirate in dogana) e quelle nei pagamenti. Per effetto delle sanzioni alle banche russe si prevede infatti la sospensione dei pagamenti da Mosca, in uno scenario di stato di guerra che farà perdere le tutele assicurative sui pagamenti delle merci.

«Ci troviamo costretti a dover rinunciare a una piazza strategica per l'Italia, che è il primo Paese fornitore di vino in Russia, proprio in una fase di forte risalita degli ordini - ha sottolineato il segretario generale di Unione italiana vini, Paolo Castelletti - In attesa fare luce sulle ipotesi di fermo delle esportazioni, consigliamo alle imprese italiane di vino di effettuare consegne verso la Russia solo dopo aver conseguito adeguate garanzie sui pagamenti».

Ultimo, ma non per importanza, c'è poi il settore della pasta. Qui le criticità vanno in entrambe le direzioni. Da un lato c'è infatti il problema legato alla fornitura di mais e grano.

L'Ucraina ha infatti un ruolo importante anche sul fronte agricolo, con la produzione di circa 36 milioni di tonnellate di mais per l'alimentazione animale (5° posto nel mondo) e 25 milioni di tonnellate di grano tenero per la produzione del pane (7° posto al mondo), mentre la Russia è il principale Paese esportatore di grano a livello mondiale. La guerra ha già portato a un'impennata dei costi delle materie prime e potrebbe portare a breve aumenti sui costi di pane e pasta sugli scaffali dei supermercati italiani.

Viceversa, l'Italia ha nella Russia un mercato centrale nell'ambito dell'esportazione della pasta. Anche perché nel Paese di Putin i consumi di pasta aumentano a ritmi vertiginosi di anno in anno. In questa tendenza di mercato si sono inseriti numerosi marchi italiani della pasta, mentre la Barilla ha costruito due stabilimenti su suolo ucraino con oltre 2.500 addetti alla produzione per il mercato interno, ed entrambi attualmente chiusi a causa del conflitto.

## **Capitolo III: La modifica delle abitudini sociali durante la Pandemia: la fruizione culturale, il commercio on line e l'evoluzione dell'accesso alla realtà virtuale.**

### **3.1: La fruizione culturale in Italia durante il lockdown.**

Se per il turismo e gli assetti ad esso collegati, ovvero la ristorazione, i trasporti ed il commercio di consumo, lo stress in capo all'economia nazionale è stato sufficientemente documentato nei capitoli che precedono, un diverso esame si deve operare a carico di quell'ambito del patrimonio collettivo che i Padri Costituenti hanno debitamente inserito nella Carta delle norme generali regolandone da principio la conservazione, la tutela e la divulgazione, ovvero i Beni Culturali.

In senso lato, l'attuale ordinamento repubblicano ha inserito, con il decreto legge 42/2004, anche la produzione cinematografica, l'ambiente ed il paesaggio all'interno delle norme di tutela e salvaguardia, estendendo la medesima dignità normativa a ciò che di fortemente identitario distingue il nostro paese e ne racconta matericamente l'unicità rispetto al resto del globo terracqueo. Il Testo Unico per i Beni Culturali rappresenta per intero l'insieme di norme e leggi che regolano la fruizione di tutto ciò che è rappresentativo delle tradizioni e della cultura italiana, finanche le pratiche regionali, il patrimonio collettivo di tradizioni, usanze, la linguistica delle minoranze e perfino certi aspetti della produzione di alcuni generi di consumo alimentare.

Per poter esaminare con un criterio analitico quale sia stato l'effetto che ha gravato sul patrimonio culturale ed artistico la pandemia da COVID 19, è bene dare almeno la percezione del patrimonio che è ricompreso nel mero enunciato " Beni Culturali", solo nell'ambito artistico, monumentale ed architettonico.

L'indagine censuaria condotta con cadenza annuale dall'Istat offre una descrizione aggiornata e dettagliata di tutti i musei e le altre strutture a carattere museale presenti in Italia, cioè di tutte quelle strutture permanenti aperte al pubblico che acquisiscono,

conservano, comunicano ed espongono, senza scopo di lucro, per finalità di studio, educazione e diletto, beni e/o collezioni di interesse culturale, siano essi pubblici o privati, statali o non statali, purché dotati di servizi organizzati per la fruizione.

I dati raccolti documentano un patrimonio italiano quantificabile in quasi 5 mila istituzioni aperte al pubblico nel 2019, diffuso su tutto il territorio nazionale e in grado di mobilitare complessivamente oltre 128 milioni di visitatori.

Sono 4.908 i musei e gli istituti similari, pubblici e privati, statali e non statali, aperti al pubblico nel 2018. È un patrimonio composto da 3.882 musei e raccolte di collezioni (79,1%), 630 monumenti (12,8%), 327 aree archeologiche (6,7%) e 69 ecomusei (1,4%). Sono strutture disseminate in modo diffuso e capillare su tutto il territorio nazionale. Un Comune italiano su tre dispone di almeno una struttura museale e ne è presente circa 1 ogni 50 Km<sup>2</sup> e 1 ogni 12 mila abitanti.

Tra musei, aree archeologiche e monumenti, le regioni con la più alta concentrazione di strutture sono Toscana (553), Emilia-Romagna (454), Lombardia (433), Piemonte (411), Lazio (357) e Veneto (304). Roma (121), Firenze (69), Torino (49), Milano (47), Bologna (46), Trieste (41), Genova (40), Napoli (38), Venezia (37) e Siena (34) sono le prime 10 città con il maggior numero di testimonianze della ricchezza storico-culturale, architettonica e archeologica dell'Italia.

Oltre che nei poli di maggiore attrazione non mancano luoghi di interesse culturale anche nei piccoli e piccolissimi Comuni italiani: il 16,1% delle strutture museali è presente in comuni con meno di 2 mila abitanti, alcuni dei quali arrivano a contare sino a 5-6 strutture, mentre il 30% è localizzato in comuni da 2 mila a 10 mila abitanti.

Ampia la diffusione di musei archeologici con testimonianze delle civiltà preistoriche e antiche, di aree e parchi archeologici e di manufatti di archeologia (20%) in particolare in Sardegna, Basilicata, Molise, Sicilia e Lazio. A seguire i musei che espongono collezioni e beni di arte antica, moderna e contemporanea (17,8%), presenti soprattutto in Umbria, Toscana, Marche e Lombardia, e i musei che



raccontano usi e costumi delle comunità locali attraverso collezioni etno-antropologiche (11,7%), diffusi soprattutto in Basilicata, nella Provincia di Bolzano, in Calabria, Valle d'Aosta e Piemonte. I musei di arte sacra e le chiese e i monumenti a carattere religioso musealizzati sono il 10,3% del totale, situati in larga parte nel Mezzogiorno, in Puglia, Campania, Calabria e Sicilia.

Nonostante in numero ancora limitato (1,4%), le istituzioni ecomuseali sono una realtà emergente – a oggi presenti soprattutto in Valle d'Aosta, Piemonte, nella provincia di Trento, in Calabria e in Veneto – che testimoniano la ricchezza diffusa sul territorio e non contenibile in una struttura fisica, e la volontà crescente anche delle piccole realtà locali di preservare e promuovere la memoria storica, l'identità culturale e le risorse artistiche dei luoghi attraverso progetti che coinvolgono le comunità locali.<sup>[1]</sup> Dal 2006 al 2018 il pubblico del patrimonio culturale italiano è aumentato di quasi un terzo (32,2%), crescendo mediamente a un ritmo di oltre 2 milioni e mezzo di visitatori all'anno. In particolare, è quasi raddoppiata l'utenza dei musei, dei monumenti e delle aree archeologiche statali, passando da 34,6 milioni a 54,1 milioni di visitatori, ed è cresciuto, seppure più lentamente, anche il pubblico delle strutture non statali: da 62,7 milioni del 2006 a 74,5 milioni.

Negli ultimi anni l'espansione della platea dei visitatori ha registrato una significativa accelerazione: in un solo anno i visitatori delle strutture museali italiane sono aumentati di quasi 10 milioni. Nel 2018 si registrava così il numero record di 128,6 milioni di ingressi (+8% rispetto al 2017): 63,4 milioni nei musei, 51,1 milioni nei monumenti, 13,7 nelle aree archeologiche e 488 mila nelle strutture ecomuseali.

Le strutture statali, 460 tra musei, aree archeologiche e monumenti musealizzati, hanno attratto, solo nel 2019, circa 54 milioni di visitatori (pari al 42% del totale), con un'utenza media quattro volte maggiore di quella non statale (in media quasi 120 mila persone per istituto statale contro 19 mila per istituto non statale).

Le 4.448 strutture non statali (rappresentate in larga parte da istituzioni a titolarità comunale, pari a 2.037, il 41,5% del totale) non superano le 2 mila presenze nell'anno

in quasi la metà dei casi (il 46,5%), svolgendo un servizio di presidio culturale spesso rivolto soprattutto alla comunità locale. Accanto all'estrema diffusione e varietà, ulteriori caratteristiche che contraddistinguono il patrimonio culturale nazionale sono la polarizzazione dimensionale e la concentrazione dei flussi di visitatori. In cima alla classifica dei luoghi più visitati figurano il Pantheon, l'Anfiteatro Flavio (Colosseo), l'Area Archeologica di Pompei e il Museo e Parco di Capodimonte, tutte istituzioni statali che hanno registrato nel 2019 più di tre milioni di visitatori ciascuna e che insieme ne totalizzano 21,5 milioni, pari al 17% del pubblico complessivo dell'intero patrimonio culturale italiano.

In media è possibile calcolare circa 29 mila visitatori per struttura espositiva, ma le differenze territoriali e per tipo di struttura sono rilevanti. Ad attrarre le maggiori quantità di pubblico (100 mila ingressi per struttura) sono soprattutto le ville, i palazzi e i monumenti di interesse storico artistico, in particolare in Friuli-Venezia Giulia e nel Lazio.

Per i musei, invece, quelli di arte antica e arte moderna e contemporanea di Veneto, Toscana, Campania e Piemonte, che in media hanno registrato più di 40 mila visitatori per struttura espositiva. Gli istituti museali di Abruzzo, Molise e Marche non superano invece la soglia media di 6 mila visitatori all'anno.

Ad eccezione di alcuni luoghi di rilevanza nazionale e internazionale, i visitatori delle aree archeologiche risultano in flessione. Complessivamente sono stimati in 58,6 milioni gli stranieri che, nel 2019, hanno deciso di visitare il nostro patrimonio museale (46% del pubblico totale); quasi la metà visitano i musei (45,9%), il 42% i monumenti e il 12% le aree archeologiche.

Non tutte le strutture sono però adeguatamente attrezzate per accogliere il pubblico straniero: solo il 53,5% dei musei propone pannelli, didascalie e schede in lingue diverse dall'italiano e in meno dei due terzi dei casi (63,7%) possono contare su personale in grado di fornire al pubblico straniero informazioni in inglese (la quota scende al 29,9% per la lingua francese, all'11,6% per il tedesco e al 10,5% per lo

spagnolo) anche se il 73,1% rende disponibile materiale informativo cartaceo tradotto in varie lingue e il 73,4% offre audioguide multilingue per una migliore fruizione delle esposizioni.

Le prime 10 città italiane con la maggiore concentrazione di visitatori (il 55,5%) sono nell'ordine: Roma, Firenze, Napoli, Venezia, Milano, Torino, Pisa, Pompei, Siena e Verona. Se Firenze offre soprattutto musei di arte antica e medioevale, monumenti di interesse storico e artistico, e importanti edifici e complessi monumentali a carattere religioso, Milano si distingue in particolare per le strutture che espongono arte moderna e contemporanea, i musei tematici e i manufatti di archeologia industriale.

A Napoli l'offerta di musei è decisamente più variegata: musei d'arte e di scienza, di storia naturale e di archeologia, musei industriali e complessi monumentali a carattere religioso. A Roma, invece, spiccano per numerosità soprattutto i musei, le aree e i monumenti archeologici. Avviata ma incompleta la digitalizzazione del patrimonio culturale.

Nonostante la progressiva diffusione e applicazione delle tecnologie digitali nel mondo museale, in Italia solo un museo su dieci (10,4%) ha effettuato la catalogazione digitale del patrimonio posseduto.

Di questi, circa un terzo (37,4%) ha già completato il processo di digitalizzazione, due terzi hanno avviato le attività di digitalizzazione ma hanno coperto circa il 50% dei beni e delle collezioni disponibili. L'utilizzo da parte dei musei italiani di tecnologie interattive e strumenti digitali che consentono di arricchire l'esperienza di visita e l'engagement del pubblico appare ancora limitato: solo la metà delle strutture censite (44,7%) mette a disposizione almeno un dispositivo tra smartphone, tablet, touch screen, supporti alla visita come sale video e/o multimediali, tecnologia QR Code e percorsi di realtà aumentata.

Se la comunicazione e l'informazione *onsite* presenta ampi margini di sviluppo, la comunicazione online coinvolge un numero sempre più ampio di strutture: la metà

degli istituti ha infatti un sito web dedicato (51,1%) e il 53,4% un account sui più importanti social media (come Facebook, Twitter, Instagram, ecc.). È raddoppiato in tre anni il numero di strutture che offrono la possibilità di comprare biglietti online - dal 6,6% del 2015 al 14% nel 2019 - mentre cresce il numero di strutture che mettono a disposizione della propria utenza la connessione Wi-Fi gratuita (dal 18,6% del 2015 al 25,1% del 2019).

Il 38,4% degli istituti museali pubblica sul web link a mappe digitali e/o coordinate geografiche utili alla geo-localizzazione della struttura e un museo su dieci (9,9%) offre la possibilità di visitare virtualmente il proprio istituto.

Nonostante il nostro Paese vanti alcune eccellenze assolute - come "Pompei per Tutti", il più grande itinerario facilitato di visita mai allestito all'interno di un'area archeologica - il patrimonio museale italiano presenta ancora barriere fisiche e sensoriali che impediscono alle persone con disabilità il pieno accesso alle risorse culturali disponibili.

Solo la metà dei musei italiani (il 53%) è adeguatamente attrezzato per garantire l'accessibilità degli spazi e la fruibilità delle raccolte agli utenti con disabilità; la maggior parte di questi sono presenti in Umbria (64,2%), Emilia-Romagna (61,8%), Lombardia e Lazio (entrambe 60,7%). I musei della provincia di Bolzano (39,6%), nonché quelli di Emilia-Romagna (36,9%), Lombardia (34,5%) e Toscana (33,5%) mettono a disposizione più di altri assistenza specializzata all'utenza con difficoltà di visita mentre sono ancora troppo poche le realtà museali attrezzate con dispositivi e soluzioni dedicate alle persone con disabilità sensoriale (ipovedenti e non vedenti): solo il 12,6% delle strutture censite, localizzate soprattutto nel Lazio (16,6%), in Puglia (16,5%), Veneto (16,4%) e Sardegna (15,9%).

Negli ultimi due anni, tuttavia, si è dato un forte impulso alla realizzazione di servizi di fruizione per mezzo della Realtà Aumentata: supporti hardware e software che permettono all'utente di potersi immergere virtualmente, con resa "dal vivo", lungo i percorsi museali pur rimanendo comodamente seduto a casa propria. Uno strumento

che si è reso fortemente necessario per poter far accedere a 48 milioni di persone in tutto il mondo alle ricchezze conservate nei musei italiani, sia per motivi di studio che per diletto. Una spinta allo sviluppo delle tecniche di divulgazione virtuale nell'ultimo biennio sta promuovendo la realizzazione di piattaforme virtuali interattive per i più importanti musei scientifici nazionali, dal Museo di Archeologia al Museo d'Arte Romana, a quello di Paleontologia e Scienze di Roma, oltre che in capo al Museo d'Arte Moderna ed il Museo d'arte Contemporanea.

Vieppiù, le strutture monumentali più conosciute nel mondo, ovvero il Colosseo, il Pantheon, l'Ara Pacis e l'intero complesso delle Terme di Caracalla, ben presto potranno essere " visitate" per mezzo di una elementare connessione internet con una resa grafica pari al vivo.

Se la perdita di oltre 300 milioni di presenze nei centri museali ed archeologici nell'ultimo biennio ha scompensato le già misere casse del Ministero dei Beni Culturali, non si è interrotta la possibilità da parte dei cittadini del Mondo di poter quanto meno visitare il nostro patrimonio culturale pur senza doversi spostare da casa o dal proprio Paese.

### **3.2: Il commercio on line tra la pandemia ed il conflitto russo-ucraino**

La pandemia globale Covid-19 ha stravolto il mondo. Nel giro di poche settimane tutte le abitudini sono cambiate in modo radicale: cene al ristorante, aperitivi con amici, concerti, cinema, attività fisica in palestra, shopping, il modo di vivere il lavoro, la scuola, tutto è stato stravolto. Un cambiamento al quale ci si è dovuti adeguare il più velocemente possibile.

Con sempre più Paesi e città in lockdown, le limitazioni di accesso alle attività commerciali, il disagio del mantenere le distanze, indossare la mascherina in un centro commerciale ha reso meno piacevole l'esperienza d'acquisto e ha cambiato dall'oggi al domani le abitudini di spesa di interi Paesi.

Abbiamo assistito, nell'anno che ci stiamo per lasciare alle spalle ad un boom degli e-commerce e delle vendite online. È evidente che le attività economiche debbano adeguarsi, essere flessibili e soddisfare le nuove esigenze del pubblico.

Un punto di vista privilegiato rispetto agli effetti di questa espansione geometrica la ha sintetizzata Michele Urbano, Amministratore Unico di ITLAB Srl una web agency pugliese "storica" che si occupa di realizzazione siti web da quando c'erano i modem 56k, ovvero una trentina d'anni fa.

"Stiamo assistendo ad un notevole processo di crescita nell'utilizzo di sistemi informatici da parte di tutti e, al contempo, alla consapevolezza da parte dell'imprenditore di non poter più rinunciare ad una presenza online. Per un professionista o un'impresa non essere oggi presente online vuol dire essere fuori dal mondo. L'emergenza in atto ha cambiato abitudini e stili di vita di tutti. Oggi gli acquisti si fanno principalmente online.

Qualsiasi utente attraverso il suo telefono cellulare ha sempre internet in tasca, ci dorme al fianco e non potendosi spostare liberamente ha iniziato a comprare online scoprendo vantaggi inimmaginabili. Tutto questo si traduce in una fortissima richiesta di siti web e di sistemi e-commerce. Gli imprenditori che hanno creduto in passato in queste tecnologie sono stati premiati. Chi non lo ha fatto, cerca di adeguarsi al cambiamento in atto".

E' la relazione annuale di E-commerce Covid Report che ci documenta con dovizia come sono cambiate le scelte di consumo

La Conferenza delle Nazioni Unite sul Commercio e lo Sviluppo ha condotto un'indagine su circa 3.700 consumatori in nove economie, sia emergenti che sviluppate, Italia compresa, per comprendere meglio l'impatto della pandemia sugli acquisti online.

È emerso che a seguito della pandemia, più della metà degli intervistati ha fatto acquisti tramite e-commerce in modo più frequente rispetto a prima del Covid.

Gli acquisti online sono aumentati di fatto di almeno 10 punti percentuali nella maggior parte delle categorie di prodotti, in particolare: elettronica, fai da te, istruzione, cosmetici, prodotto per la casa e farmaceutica.

Nonostante il crescente utilizzo dell'e-commerce per effettuare gli acquisti, la spesa media mensile per acquirente è diminuita, perché in una fase di incertezza le persone hanno preferito rimandare acquisti importanti e si sono concentrati di più sui prodotti di tutti i giorni.

Il calo più forte l'hanno subito, com'era prevedibile, il settore del turismo e dei viaggi: circa 75% in meno per acquirente online. Ma il Boom delle vendite online ha anche delle differenze rispetto alla risposta generazionale

La spesa media mensile per acquirente non è diminuita in modo uniforme e ha avuto impatti diversi in base all'età degli acquirenti. Le diverse fasce d'età hanno avuto una risposta differente rispetto agli acquisti durante la pandemia.

È bene ricordare che i report sono in fase di evoluzione, perché i comportamenti cambiano con il cambiare della situazione.

Tuttavia, in linea di massima la generazione Z e i millennials sono quelli che hanno avvertito di più la crisi e la preoccupazione per il futuro, riducendo drasticamente gli acquisti.

D'altro canto, solo una piccola percentuale di persone della generazione X si è detta preoccupata per la situazione, nonché più propensa al risparmio in questo momento delicato dal punto di vista economico, la maggior parte di coloro nati negli anni 60-70 non ha modificato le proprie spese e abitudini.

Tuttavia, l'E-commerce dopo il Covid emergenziale continua a mantenere una curva di crescita piuttosto costante, nonostante sia ad oggi libera la fruizione dei centri commerciali tradizionali.

Non è possibile fare previsioni realistiche in questo momento, peraltro è abbastanza evidente che è necessario adeguare le proprie attività imprenditoriali alla situazione che muta in condizione, anticipando i bisogni delle persone, creando siti e-commerce in grado di accompagnare la propria clientela in questa delicata fase.

È ragionevole pensare che ciò che è diventata un'abitudine di acquisto durante la pandemia si mantenga anche in futuro, orientando un pubblico sempre più vasto a rivolgersi agli e-commerce.

Il Covid-19 ha provocato dinamiche contrastanti nel panorama dell'E\_Commerce. Da un lato è crollata la vendita online di servizi in seguito alla crisi del comparto Turismo e trasporti, dall'altro è impennata la vendita di prodotti. A partire dai primi mesi di lockdown, gli italiani hanno usufruito del commercio elettronico per l'acquisto di diversi beni, dagli alimentari all'abbigliamento. Ma ad un anno dalla pandemia, il 2021 segna un cambio di rotta che sta coinvolgendo l'intero mondo del commercio. Vediamo quindi nel dettaglio come stanno continuando a reagire i retailer, fra nuove iniziative digitali e nuove modalità di comunicazione con i consumatori.

Tra i retailer si sono rilevate diverse risposte all'emergenza sanitaria, ma una cosa è certa: l'E\_Commerce è diventato protagonista e l'integrazione fra online e offline è sempre più concreta. C'è stato chi ha chiuso o rallentato la propria attività online per poi ripartire con nuove modalità di vendita, chi ha potenziato il proprio servizio grazie a nuove partnership, chi si è avvicinato per la prima volta al commercio online. Da tutto questo, già durante i vari lockdown, sono derivati cambiamenti che potrebbero condurre ad una nuova era per l'eCommerce B2c in Italia:

- potenziamento e nascita di nuove iniziative eCommerce (es. assumendo nuovi dipendenti);
- innovazione e potenziamento delle consegne (es. con servizi di click & collect o drive & collect);
- sperimentazione di nuove modalità di vendita (es. ordini attraverso Instagram);



- consulenze digitali personalizzate;
- comunicazioni social per l'intrattenimento (es. live streaming).

E dopo i lockdown? La fase di riapertura dei negozi fisici non ha fermato la spinta verso l'innovazione digitale dei retailer, che hanno portato alla luce iniziative mirate a rendere l'esperienza in negozio sempre più simile a quella online, per esempio nuove modalità di prova dei prodotti (es. invio a domicilio di shopping box) o nuove modalità di gestione degli ordini e dei pagamenti (es. pagamenti con QR code).

Il Food & Grocery è stato uno dei principali comparti che hanno determinato la crescita dell'eCommerce B2c di prodotto nel 2020, con un tasso di crescita molto più alto della media (+70% rispetto al 2019) e un valore di 2,7 mld €. I picchi di richieste di prodotti alimentari e l'incapacità di soddisfarle hanno reso chiaro ai retailer del Food & Grocery quanto fosse necessario sviluppare strategie più strutturate.

Se consideriamo i singoli segmenti – Grocery alimentare, Enogastronomia e Food Delivery – si rilevano numerose iniziative attivate per far fronte all'emergenza sanitaria e che potrebbero essere d'ispirazione anche per altri comparti:

#### Grocery

- Potenziamento della capacità operativa dell'eCommerce;
- Innovazione e potenziamento delle consegne (es. consegne contactless);
- Collaborazioni con operatori terzi o service provider per incrementare la capacità operativa;
- Limitazioni al numero di ordini per cliente;
- Sistemi di gestione online delle code.

#### -Enogastronomia

- I piccoli produttori e, in generale, gli attori che ancora non avevano stabilito una presenza online, hanno dato vita a iniziative digitali (es. ordini via WhatsApp);
- I merchant già online, dovendo far fronte all'impennata della domanda, hanno investito per incrementare la capacità produttiva e l'efficienza in magazzino, ottimizzare le consegne e intervenire sulla domanda (es. aumentando il limite di spesa).
- Food Delivery
- Nuove modalità di consegna nel rispetto delle norme sanitarie;
- Partnership fra catene e servizi di delivery;
- Integrazione omnicanale (es. pagamenti tramite app);
- Nuove modalità di vendita e di comunicazione (es. app di messaggistica, e-mail).

Il bilancio dell'eCommerce italiano nel 2021 è stato complessivamente positivo ma tiene conto di due trend opposti. Da un lato i comparti di prodotto come Food & Grocery hanno ottenuto una forte accelerazione, dall'altro gli storici comparti di servizio quali l'eCommerce dei Viaggi e dei Trasporti hanno subito un drastico quanto inevitabile calo, a causa delle severe limitazioni alla mobilità. Senza l'impatto negativo dell'emergenza sanitaria su quest'ultimo settore, probabilmente il mercato online avrebbe chiuso il 2021 con cifre più alte.

Più nel dettaglio, si può dire che nel 2021 l'eCommerce post pandemico in Italia sia tornato a crescere ad un ritmo paragonabile a quello pre-pandemia – anche se il divario rispetto al 2019 resta ancora significativo. Se l'eCommerce già giocava un ruolo sempre più rilevante nel Retail italiano, le restrizioni dovute alla pandemia hanno spinto verso una straordinaria evoluzione a favore del digitale che ha coinvolto tutto il mondo del commercio: da un lato è cambiato il mindset dei retailer, sempre più consapevoli dell'integrazione tra canale fisico e online, dall'altro sono cambiate le preferenze dei consumatori.

E questi cambiamenti non hanno coinvolto solo le grandi realtà, ma anche le medio-piccole imprese, che hanno iniziato a comprendere le potenzialità dell'eCommerce. In molti casi le iniziative sono ancora allo stato embrionale, con approcci elementari che talvolta non possono essere considerati vero e proprio eCommerce (es. modelli di acquisizione di ordini attraverso piattaforme social e/o di instant messaging), ma certamente si intravede già un primo passo avanti verso il digitale.

L'emergenza sanitaria non solo ha costretto le persone a cambiare completamente la propria quotidianità, ma ha anche fatto sì che il digitale diventasse protagonista nelle nostre vite. In questo contesto, l'eCommerce ha assunto un ruolo fondamentale per gli italiani, con impatti positivi sul futuro del mercato nel nostro Paese.

Diventa quindi necessario credere e investire in questo canale, superando i timori e senza commettere più l'errore di sottovalutare i benefici dell'omnicanalità. Solo così sarà possibile migliorare le iniziative ancora sperimentali, aumentare la copertura territoriale – che al momento risulta ancora frammentata – e offrire un livello di servizio idoneo alle crescenti necessità dei tempi dell'industria di largo consumo, se si intende anticipare l'effetto che il conflitto russo-ucraino prima o poi ci scaricherà addosso.

E che cosa ne pensano i consumatori? Certamente per loro l'eCommerce non è più un fenomeno di nicchia e ha fortemente cambiato le loro abitudini di consumo. Anche chi era poco avvezzo al digitale ha acquisito una maggiore familiarità con il commercio online, ma la strada è ancora lunga: per diffondere ulteriormente l'eCommerce, i merchant devono investire in soluzioni digitali che incentivino gli utenti, come gli assistenti virtuali che possano guidare l'utente durante il processo di acquisto o sistemi di pagamenti digitali e biometrici.

## Conclusioni

Per quanto fin qui dedotto, documentato, analizzato e comparato, la tesi analizza uno scenario di previsione, rispetto al futuro prossimo delle economie nazionali, almeno nell'ambito del settore del turismo, che possa essere una linea guida per gli interventi di tutela e protezione delle realtà economiche ricomprese nel comparto della ricettività alberghiera, della ristorazione, dei trasporti, del traffico delle merci, del commercio internazionale, della fruizione dei giacimenti storico- artistico- monumentale ed etnoantropologico, in questo Paese o altrove.

Da cittadina italiana, giacimento culturale che detiene ben oltre la metà del patrimonio storico, monumentale, artistico ed archeologico dell'Occidente, viene difficile solo immaginare quale possa essere un modello di valorizzazione di un così vasto patrimonio che sia compatibile con l'attuale situazione geopolitica e pandemica.

L'ondivaghezza delle scelte, delle imposizioni rispetto ai comportamenti quotidiani, la ridotta mobilità delle persone, le paure oramai infilate negli animi di chi ha dovuto seppellire un proprio congiunto, l'incertezza nel futuro prossimo del governo della nostra nazione, concorrono ad una situazione affatto stimolante.

Si tratta quindi di poter immaginare una qualche strategia innovativa a salvaguardia della capacità di fruizione diffusa del " patrimonio Italia " che sia totalmente estraneo alle vicende oramai tristemente note.

Per certo il potenziamento delle librerie multimediali e l'uso della Realtà Aumentata potranno contribuire all'accesso, se non fisico sicuramente visivo alla gran parte delle aree museali esistenti nel nostro Paese, così potrebbe essere per mezzo delle medesime tecnologie per poter visitare le aree archeologiche e di interesse monumentale disseminate nella Penisola e nella gran parte delle Isole Maggiori. Nonostante ciò, la mancata percezione, il ridotto effetto sensoriale che si vive immergendosi fisicamente

nel nostro Paese non potrà mai, in nessun caso, essere sostituito dall'uso della realtà virtuale.

Si è già scritto dell'importanza del turismo sugli assetti delle economie correlate alla produzione agroindustriale di qualità. In questo caso, a mio avviso, l'Istituto del Commercio con l'Estero e le rappresentanze diplomatiche della Farnesina nei Paesi terzi, potrebbero dotarsi di autonome strutture di promozione del Made in Italy, che siano fruibili ai consumatori di ogni località del mondo, attraverso gli Addetti Commerciali delle nostre sedi diplomatiche, diventando un motore di promozione del commercio a disposizione di tutte le realtà produttive italiane che non hanno la possibilità di insediare proprie strutture commerciali in altri Stati.

In sostanza, la convergenza tra attività di rappresentanza diplomatica per le questioni di carattere politico e la necessità di promozione del Made in Italy devono poter trovare una sinergia, condividere le strutture, facilitare i contatti e gli scambi, tra imprese ed importatori, tra produttori e consumatori, insomma una strategia che non preveda investimenti in edifici, ma in risorse e capacità di comunicazione.

Se è vero che negli ultimi 50 anni gli Addetti Commerciali si sono dedicati alla mediazione tra le grandi imprese dello Stato, ritengo necessario, che le legazioni diplomatiche diventino Parte Diligente della promozione e lo sviluppo delle eccellenze italiane con cadenza quanto meno stagionale nei territori ove sono insediate.

Un minimo investimento in comunicazione, logistica ed organizzazione sul posto permetterebbe ad ogni singola azienda che produca beni di consumo di accedere a mercati altrimenti mai avvicinabili con investimenti propri.

In deroga a tutto questo, la libera impresa, nelle opportune sedi sindacali di Confindustria, Confesercenti, Assoagricoltura, Coldiretti , dovrebbe tentare di condividere un modello di sviluppo dei mercati che imponga la medesima dignità ai prodotti di ciascun associato in termini di visibilità e di opportunità di poter

competere, mentre lo Stato dovrebbe dotare le imprese dei singoli comparti produttivi di un assetto fiscale che sia di beneficio a chi, tra gli enti economici, decidesse di aprire i propri orizzonti commerciali in territori non ancora esplorati.

## **ENGLISH SECTION**

## INTRODUCTION

From the end of the second decade of the 21st century until the current year, the overlapping of a pandemic event that globally affected the human community and the concomitance with the Russian-Ukrainian conflict, found EU divided with respect to how to intervene to counter the effects of COVID 19 and not at all united in the attempt to quell the war activities triggered by the Kremlin to the detriment of Ukraine.

My thesis analyses the ways in which pandemics and the events that have marked global habits in the different eras have been dealt with, the different ways in which individual governments have acted, and the distortions of vaccination prophylaxis now infamously exposed by the temporary loss of constitutional rights in some Western countries.

Using the same method of investigation, an attempt will be made to understand the historical reasons that have burdened relations between Russia and Ukraine for almost a century, and the causes that triggered the latest armed aggression on Ukrainian soil.

From the analysis of the pandemic and war phenomena, we will come to analyse the effects they have had on the Continental and National economies and, consequently, on the Italian tourism sector, which, according to the Bank of Italy's 2018 estimates, directly generates more than 5% of the national Gross Domestic Product and accounts for more than 6% of employment.

While retracing the difficulties encountered in Italy after the outbreak of the Covid-19 epidemic and the concomitance with the Russian-Ukrainian conflict (circumstances that significantly paralysed the tourism sector, which is closely linked to the free movement of people, goods and money), I considered interesting to study the opportunities offered by some unconventional forms of 'tourism' that can be enjoyed online.



Nevertheless, I have documented types of tourism that are viable, within some limits, emphasising the usefulness of creating a better market positioning for them, since they are often niche sectors.

Considering the context in which we find ourselves, the reason that led me to focus on this theme is the sad topicality that characterises it and that has marked, in one way or another, the lives of each of us.

Ginevra Colacci

# **Chapter I: Pandemic phenomena, emergency legislation and the effects on the socio-economic and productive fabric at national and supranational levels.**

## **1.1 Coronavirus**

The end of the second decade of the 21st century plagued our every certainty, both in terms of the pandemic phenomenon and the management of the pandemic itself.

This is why it is important to demarcate the boundaries of behavioural analysis with respect to the health phenomenon in the West.

A date, a name, a number.

29 March 2003, Carlo Urbani, 8,000.

On that day, almost twenty years ago, an Italian doctor died in Thailand, where he had moved from Vietnam, where he had managed to isolate the first SARS patient.

Urbani was the first to identify and classify atypical pneumonia.

In February 2003, as WHO Coordinator for Health Policies against Parasitic Diseases in South-East Asia, he was dealing in Vietnam with the case of a businessman whom no one knew how to treat and who was infecting medical staff.

He realized he was facing a new disease and raised the alarm to the Vietnamese government and to the WHO.

The price of that emergency action, Urbani discovers while on a flight to Bangkok, when from the first symptoms - fever, cough, weakness - he realises he has contracted the SARS virus.

The infectiologist alerted the WHO, warned all the doctors assisting Urbani to keep their distance from him, and collaborated with the doctors by explaining the course of the disease as he had been able to observe and document it during his time in Ho chi Min City.

WHO medical officials today claim that, without Urbani's timely intervention, SARS would have infected further and faster.

We necessarily return to the Truth, to the History.

Ten, another important number to remember, to tell, to reason.

Ten dates mark what happened to the human community during the Pandemic.

### 31 DECEMBER 2019: THE ADMISSION OF THE FIRST CASES

On 31 December 2019, the Wuhan Municipal Health Commission (China) reported to the World Health Organisation (WHO) a cluster of pneumonia cases in the city of Wuhan, in China's Hubei province. Most of the cases had an epidemiological link to the Huanan Seafood market in southern China, a wholesale market for seafood and live animals.

### 10 JANUARY 2020: NEW VIRUS IDENTIFIED

A few days after the announcement of the cluster of cases in Wuhan, Chinese researchers deposited the 'identity card' of the virus, the viral RNA sequence, in the international virological.org database. Different from all known viruses up to that point, knowledge of the sequence is the first step in the fight against the coronavirus.

### 20 JANUARY 2020: THE VIRUS IS TRANSMITTED FROM PERSON TO PERSON

A press conference by China's National Health Commission confirmed what had already been suspected for days. The new coronavirus is transmitted from human to human. This is the confirmation of the emergence of a new viral disease that will be identified as COVID-19, a daughter of Vietnamese SARS but with greater capacity for aggression and propagation between humans.

### 23 JANUARY 2020: WUHAN BEGINS LOCKDOWN

The first mass lockdown in history begins. 60 million people in the province of Hubei begin a strict lockdown. Deserted roads and minimal services. The images coming out of China look like those from a movie. No one remotely imagines that the same measures will be enacted in our country a month and a half later. In the following weeks, the virus has a name, Sar-Cov-2. Initial investigations indicate that the virus is 96.2% identical in genome to the typical bat coronavirus.

### 21 FEBRUARY 2020: THE FIRST ITALIAN CASES

Although two cases of coronavirus were identified at the end of January in Chinese tourists visiting Rome, on 21 February what was mistakenly identified as patient zero, a 38-year-old man from Codogno. Various outbreaks are present in parts of Northern Italy, such as in Vo' Euganeo and in the province of Bergamo. By starting to actively search for the virus - previously the molecular buffer investigation was only carried out in people returning from China - within three days, 325 confirmed cases were reached. This is the beginning of the first devastating wave for Italy. A wave that is being remedied with a national lockdown starting on Sunday 8 March.

### 11 MARCH 2020: WHO DECLARES PANDEMIC STATUS

The virus spreads rapidly and in an increasingly vast territory.

The World Health Organisation officially declares pandemic status.

The words of WHO Director Tedros Adhanom Ghebreyesu are emblematic: 'In the last two weeks the number of cases of COVID-19 outside China has increased 13 times, fold and the number of affected countries has tripled, there are more than 118,000 cases in 114 countries and 4,291 people have lost their lives. Thousands more are fighting for their lives in hospitals. In the days and weeks to come, we expect the number of cases, the number of deaths and the number of countries affected to increase even more. We are deeply concerned by both the alarming levels of spread and severity and the alarming levels of inaction. We have therefore assessed that COVID-19 can be characterised as a pandemic'.

### 16 MARCH 2020: FIRST VACCINE TRIALS BEGIN

Just over two months after the identification of the Sars-Cov-2 viral sequence, the first vaccine trials for Covid-19 begin. Starting the clinical trials are Moderna -with the first mRNA vaccine- and CanSino -vaccine with viral vector-. Since then, 69 vaccines have been investigational in humans.

### 16 JUNE 2020: DEXAMETHASONE REDUCES THE NUMBER OF DEATHS

Despite various attempts in the search for effective drugs against the virus, the only molecule that has proven to have a great effect in reducing the number of deaths in the most severe cases of Covid-19 is dexamethasone. This molecule, an old anti-inflammatory drug, has proved useful in reducing deaths by more than a third in the most severe patients undergoing mechanical ventilation. This was announced by the University of Oxford based on data collected in the RECOVERY (Randomised Evaluation of COVID-19 thERapY) study.

### 11 OCTOBER 2020: THE SECOND WAVE BEGINS IN EUROPE

After a summer in which cases in Europe were minimized, France, Spain, Germany and then Italy are experiencing an upswing in the number of infections. Apart from the total number of cases -which is not comparable between the first and second wave-, in Italy we are witnessing a widespread infection throughout the country. A different situation than in March, when most cases and deaths were recorded in the North.

### 14 DECEMBER 2020: FIRST VACCINE AGAINST COVID-19 APPROVED

After announcements made in November, the first vaccine in history against Covid-19 was officially approved by the FDA in mid-December -and later by the EMA on 21 December-. It is BNT162b2 developed by Pfizer BioNTech, the first vaccine with mRNA technology. An approval followed by the FDA's approval of mRNA-1273 developed by Moderna. 27 December marks an historic date for the European Union: in the morning, the first injections of the vaccine begin simultaneously in all member states. The beginning of *a new era* in the fight against the pandemic. If there are about 607 million confirmed cases and over 6.5 million deaths on the planet, in Italy there were about 122,000 deaths.

Numbers that cannot be hated, have no guilt, no colour, no smell. Numbers that must remind us of six and a half million looks, of dreams, of hopes, of projects, of deleted desires.

## **1.2: Legislation for medical emergency management**

Quarantine. An infamous word indicating the imposition of an interruption in the movement of people, forced to live within a well-defined physical perimeter for a variable period of time.

It's a period of segregation and observation, where people are isolated because they're supposed to carry the germs of exotic infectious diseases.

On 30 January 2020, following China's report (31 December 2019) of a cluster of unknown pneumonia cases in the city of Wuhan, the World Health Organisation (WHO) declared a state of public health emergency of international concern, identifying that pneumonia as a new coronavirus Sars- Cov-2).

The following day, the Italian government proclaimed a state of emergency and implemented the first containment measures.

The Council of Ministers extended the state of emergency until 31 March 2022.

Of the political strategies adopted we will mainly analyse those that had a considerable impact on the Italian tourism sector, one of the most compromised by the epidemic situation.

Upon the declaration of the state of emergency, the starting point on which to operate was therefore mobility, so that the Farnesina in alliance with ENAC, the Ministry of Infrastructure, the Crisis Unit and the Ministry of Defence formed a coalition to regulate the repatriation of Italian citizens.

In the meantime, flights to and from China began to be cancelled and an unexpected but due stoppage took place throughout the country.

Nevertheless, some planes still took off and landed at the main Italian airports, creating bewilderment and misunderstandings, typical of the beginning of a health emergency.

We will attempt to summarise the chronological effects of the CoM's decisions in the year 2021 alone.

- Interruption of the citizen's free mobility, associated with the obligation of self-certification in the case of independent travel for work reasons.
- Closing of internal borders within the Schengen area (Community Europe with Switzerland and Great Britain)
- Total closing: schools, public offices, private companies, factories, bathing establishments, restaurants, bars, pizzerias, manufacturing companies, hotels, museums, theatres, archaeological sites, air traffic blockade from the East.
- Mask and social distance, varying between 1 metre and 3 metres.
- Transformation with drastic reduction in the accommodation capacity of catering establishments: plexiglass panels, table spacing, thermoscanner spread at the entrances of the few authorised businesses (supermarkets with unspeakable queues), pharmacies, grocery shops.
- 50 % reduction in maximum crowding on buses, coaches and trains.
- Widespread distance learning from primary schools to universities.

Many of the decisions taken by the Italian state have been questioned, both for the plurality of information not coming from a single voice, and for the failure to involve citizen opinion, which has gone unheeded as far as certain classes of entrepreneurs are concerned, undermining the basic principle that governs our country, whereby the state must represent the citizenry.

Unfortunately, the devastating effects of such a framework of government decisions have resulted in so much damage to the national economy that we will only be able to summarise and size up in the next chapter.

### **1.3: The relationship between the continental economy, tourism and health in the pandemic context**

The lockdown imposed by national governments on more than half of the world's population to reduce the contagion curve, hit the world like a meteorite, pushing the global economy into the worst recession since the Second World War.

This was followed by a recovery from the second half of the year onwards, with world economies and sectors reopening.

But what will be the ultimate impact on our country's growth?

Italy saw a GDP loss of 8.8% in 2020 and 8.9% in 2021.

The causes are the lock of domestic social and productive activities, but also the greater dependence of our economy on services.

Let's talk about tourism, which is the sector most impacted by the containment measures. In the first months of 2022, a new drop in economic output of -1.25% on a quarterly basis was observed.

In the meantime, the vaccination trend is still too slow to allow a significant easing of restrictions.

The crisis caused by Covid-19 brought Italy's public debt to 168% of GDP. This figure could stabilize over the next two years.

Which sectors are most affected?

The sectors mainly affected by this block are tourism and transport: the spread of the virus has led to a significant reduction in tourists to and from Italy and Europe in general, in addition to a significant slowdown in transport-related services.

It is enough to consider what Federalberghi attested in its annual report, made public in December 2021, in which it attests and certifies the definitive closure of 25% of existing hotels Ante Covid, representing 1/4 of the 90,000 companies that declared bankruptcy in 2021 alone.

The total disappearance of the public in museums and archaeological sites during the emergency period, the closure of theatres, the cancellation of concerts, the impossibility of travelling by air or ship, have all contributed to an overall loss of GDP of more than 30 billion euros on a national scale and a stress on the credit system, which is unable to absorb



the actual uncollectable credits, which rebounds on the growing companies that suffer the effects of the credit crunch.

A correct economic analysis of Italy's tourist accommodation system, generated by the overlapping reports of ENIT, Federalberghi and Confesercenti - leads to a conclusion on the effects of COVID 19 on the real economy of this fundamental sector of the country's productive fabric: in 2020 alone, Italy lost 146,000,000 tourist presences from abroad, equivalent to 70% of the presences recorded in the previous year, and a deficit of 203 million presences on the domestic tourist market.

In contrast, 232,730,000 fewer presences for the year 2021 alone were recorded in the domestic catering sector.

A far worse catastrophe has befallen cultural activities, museums, theatres, concerts, opera. The entire sector effectively brought its economic activities to a standstill for a whole year.

## **Chapter II: Russo-Ukrainian War and its Effects on Domestic Tourism**

### **2.1: Historical Origins and Geopolitical Reasons**

February 2022 will be remembered as the month in which we were confronted with the real possibility of a Third World War. From a serious political crisis, the situation has progressed to the brink of a war in Ukraine between superpowers, a conflict that pits NATO and Biden's US against Putin's Russia and that could also have catastrophic repercussions on the international economy of EU countries.

The crisis has ancient origins: we speak of 1991, the year of the dissolution of the Soviet Union and the independence of Ukraine. The transition was not easy and wounds and political and identity issues, but also economic relations with Russia, are still open today. This has led to the diplomatic conflict we are seeing today.

24 August 1991 represents Ukraine's Independence Day, an anniversary still celebrated today with a military parade in Kiev. The context is the collapse of the Soviet Union and its declaration of independence, a failed *coup d'état* that between 19 and 21 August to depose President Mikhail Gorbachev.

On 1 December, a popular referendum confirmed independence with more than 90% of the vote and Leonid Kravčuk was elected first president.

On 8 December, Ukraine joined the Commonwealth of Independent States (CIS) as a founding member along with Russia and Belarus. In the same month, it gained international recognition from several countries.

The United States officially recognised Ukraine's independence on 25 August 1991, Russia on 26 August and Italy on 28 December.

The second president of Ukraine was Leonid Kuchma, in office from 1994 to 2005. This period is remembered for many episodes of corruption and severe restriction of freedom of the press, culminating in what is remembered as the “Cassette Scandal”, in which Ukrainian President was caught on tape ordering the months-earlier kidnapping of journalist Georgiy Gongadze, whose decapitated corpse had recently been found.

Later, other tapes would concern controversial situations such as the involvement in war support for Saddam Hussein's Iraq.

The consequence is a departure of Ukraine from the United States, and a strengthening with Russia. The tension with the USA is then eased by sending military contingents during the occupation of Iraq in 2003.

2004 is the year of the presidential elections to replace Kuchma, charged with many scandals. The clash, on 21 November 2004, is between Prime Minister Viktor Janukovyč, supported by Putin, and opposition leader Viktor Juščenko, backed by the European Union and the United States. The outcome is favourable to Janukovyč, especially with the support of the Donetsk oblast and the eastern regions of the Donbass and Crimea, but there are strong suspicions of fraud, also in the light of *exit polls* that gave Juščenko as the sure winner.

Against this backdrop, protesters in Kiev marched peacefully to the streets, waving banners and orange scarves: it is the start of the Orange Revolution, the first in Ukraine.

The desire is to remove corruption and repression of the press, but at the same time, join with NATO and the European Union who are knocking on the country's doors. The parties agree to repeat the runoff and Juščenko wins with 52% of the vote against his opponent's 44%, becoming the new president.

Following the election of Juščenko and Ukraine's rapprochement with Europe, relations with Russia cooled down. Since the country has obtained market economy status from the European Union, Russia on 1 January 2006 revoked the concession of gas at a preferential price and, through the company Gazprom, applied the ordinary tariffs, which Kiev found unacceptable. Ukraine invokes the Budapest Agreements signed in 1994, which, however, concern threats to sovereignty and territorial integrity and were not trade agreements.

The problem takes on international interest because the gas that flows from Russia to Ukraine constitutes 25% of the EU countries' imports. On 1 January, Austria, France, Germany and Italy, along with the other EU countries, formally asked Ukraine not to prevent the flow of gas. A long chess game at the table with Russia began, which also included charges by Gazprom against Ukraine of illegally taking 100 million cubic metres of gas destined for the European market.

An agreement was reached to purchase gas from Russia and destined for the European market at a fixed price for the next five years, but also to purchase it at favourable prices from Kazakhstan and Turkmenistan through a Swiss company with Russian and Ukrainian holdings.

In 2010, Janukovyč became president. In the aftermath of the suspension of a free trade agreement with the European Union, a series of violent demonstrations began on the night of 21-22 November 2013 that would continue until the revolution the following year. The Euromaidan movement, in favour of Ukraine's entry into the European Union, is born. It is inspired by the Orange Revolution but, unlike this, it takes on a violent character and is supported by nationalist and paramilitary groups that become the protagonists of bloody actions such as the massacre in Odessa on 2 May 2014.

Euromaidan continues the protests, while the European Union calls for the release of Julija Tymoshenko, protagonist of the Orange Revolution and now in prison on charges of embezzling public funds. The unrest culminates with clashes in Kiev's Independence

Square and the storming of the presidential palace and government offices. The demonstrations also spread to other areas of Ukraine, especially to the west where the Lviv oblast declared itself independent of the government.

Euromaidan succeeds in taking control and appoints Oleksandr Turčynov as the new president, voted into parliament by those present and supported by all oppositions. Among the new government's priorities are joining the European Union and joining NATO. Janukovyč is deposed, flees the country and is later convicted of high treason by the Kiev Tribunal.

While the Euromaidan demonstrations are going on in Kiev, on 20 February 2014, Russia begins its occupation of Crimea, bringing troops into Sevastopol. These are Russian soldiers fighting without official banners, the so-called 'little green men', acting in support of local pro-Russian independentists. The fighting against the Ukrainian forces continued and within a few days, the Russians managed to occupy strategic positions on the peninsula.

On 11 March, Crimea and Sevastopol declared themselves independent and parliament appointed Sergei Aksënov as prime minister. On 15 May, the referendum for the annexation of Crimea to Russia is voted, on the basis of the principle of the self-determination of peoples and in front of a population with a large majority of Russian origins. Over 95% vote in favour. The Ukrainian government, the OECD, the United States, and the European Union consider the referendum illegal and submit a resolution to the UN Security Council, but this is overridden by Russia's veto.

One month after Crimea's declaration of independence, on 6 April 2014, the war began in Donbass, an eastern region of Ukraine very rich in coal deposits and with a large Russian majority population. The separatists, supported by Russian armed forces, seize a number of government buildings and manage to take over important cities, despite opposition from the Ukrainian army and Euromaidan allies, which sometimes results in bloody clashes such as the Odessa massacre.

On 11 May, a referendum was held that was not recognised by Kiev, and on 6 April, the Donetsk People's Republic and the Lugansk People's Republic proclaimed their independence. The conflict continues to this day, with increasing tensions between Russia,

the United States and the European Union. On 21 February 2022, Putin officially recognised the independence of the two Donbass republics.

In February 2022, the chess game between Putin's Russia and Biden's US with NATO support begins. Diplomacy fails and negotiations break down. The Russians reinforce their military presence on the border and in Belarus, while NATO forces deploy their contingents to defend themselves against an attack.

The war in Ukraine began on 24 February 2022 at 6 a.m. Moscow time.

According to testimonies of Russian military personnel, more than 5,937 Russians have died in the conflict until today, more than 61,200 Ukrainian and about 49,400 injured.

## **2.2: The Macroeconomic Effects of the Conflict in Western Europe**

To counter the invasion on Ukrainian soil, the West has decided to impose economic sanctions on the Russian state, in a disconcerting method.

The embargo applied to Moscow, since before against certain product categories, while still saving GAS and oil-derived products, has since it was instituted generated such a disruption in the Western energy bill as to force drastic austerity choices on the part of most of the Central Governments of enlightened Europe.

Adding up the total value of imports of mining and steel products alone, our country paid the sum of 13.5 billion Euro to Moscow's coffers in 2021.

Because of the effects of the embargo, on the other hand, Italy has been deprived of the opportunity to export 7.7 billion in goods and at the same time is forced to pay quadruple the energy bill in order to guarantee a mild winter in the homes of its citizens. The rebound on the energy bill of the National Production System has seen the bills borne by the entire national industrial fabric double in just under three months.

The disruption caused in the real economy, particularly in the building sector, which in Italy accounts for 5.5% of GDP, triggered by the vertical increase in the prices of semi-finished steel products (i.e. all the metal components used to construct or adapt buildings to earthquake-proof standards, regulated by the 2018 Technical Regulations for Construction) stands at 40%, higher costs that weigh on the household budget of all

citizens who have signed up for the Tax Credit provided for with the institution of the so-called Superbonus, a shining beacon of the policies of the last two governments.

The appreciation of the rouble on the currency markets, due to the increase in prices on the international markets of raw materials produced by Moscow, is due to a disproportionate increase in precious currency travelling in the coffers of Russian banks by disproportionate margins.

But the most devastating effect that the West will soon have to suffer, due to the political choices so far imposed on national economies, will be appreciated in the next two or three years. It will be generated by the fact that China and India, as well as Turkey and Pakistan, are buying raw materials from Russia at a price 90% lower than the price paid by the EU industry!

Oil, Methane, Timber, Fertilisers, Urea, Plastics, Cement, Mining Products, Grain, Cereals, Vegetable Oils are now being channelled to Eastern markets and from there destined for ever increasing domestic consumption.

If in the last decade Europe has attempted to safeguard, to protect domestic production on a qualitative as well as legislative basis, it will be the markets that will sanction the cancellation of European industrial enterprises, precisely because of the assumptions linked to the Russian invasion in Ukraine, of this we can be more than certain.

A faint hope, an even ephemeral horizon that is less obscure with respect to the fate of the continental economies, as can be glimpsed by reasoning around the arguments and facts outlined so far, only materialises in the hypothesis, remote as it is today, that Europe takes back the ownership of its own choices, ceasing to be prone to the wishes of the overseas countries, taking geopolitical decisions that are truly representative of the needs of its own populations and of the Community's public finances. As long as this historical dependence with Washington is not freed from the decision-making tables, the West is destined, in the short term, to succumb.

### **2.3: The damage of the conflict on the National and Community tourist economy**

How much is Russian tourism worth in Italy?

Nearly 6 out of 10 foreigners (58%) had to give up coming to Italy in 2021, with the spending of travellers from abroad halved and a 22.5 billion euros gap compared to 2019, the last year before the pandemic.

The absence of foreigners in Italy is weighing on tourist hospitality in the most popular destinations, which suffer greatly from their absence also because visitors from European countries traditionally have a high spending capacity.

With the warm season approaching, the main tourist resorts are beginning to reckon with the lack of Russian tourism. In Rimini, Russians accounted for 50 per cent of foreigners! Russians love Rimini and the Romagna Riviera: in 2019, 97,000 had arrived and accounted for more than 50% of foreign tourism, surpassing even the Germans, for almost half a century the engines of the hotel hospitality economy.

Even the Rimini airport had to revise its plans, considering that the agreements signed with some airlines and tour operators planned to bring 300,000 tourists this summer not only from the former Soviet Union but also from Ukraine with more direct flights from Kiev.

For a decade, the Campanian archipelago has been a popular stopover for Russian oligarchs, with their hyper-technological and luxurious yachts.

Russian tourism alone was worth 300,000 presences on Ischia, 275,000 on Capri, and no less than 100,000 on Procida and Vivara.

In 2019, Russian tourists in Ischia numbered approximately 300,000. Their turnover accounted for 60% of total non-EU spending. With very high average receipts and receipts that had prompted the islanders to set up a dedicated reception, with Russian-speaking staff and tour operators. The war caused 100 % of bookings to be cancelled. The collapse of Russian tourism has also had very serious consequences in the coastal areas and on Capri, with a loss of over 450,000 presences in the two months of July and August alone.

Tuscany is also reckoning without Russians, especially between Forte dei Marmi, Marina di Pietrasanta and Castiglioncello, as well as Punta Ala and the Argentario peninsula. Russian tourism in Tuscany used to be synonymous with millionaire real estate deals and fabulous shopping. Now, as the yachts moored in the most prestigious ports are seized and the service personnel in the Russian villas and on the boats lose their jobs, the region is reckoning with a summer season without Russian VIPs.

The impact of the absence of Russian tourism will therefore be felt throughout Italy, but it will weigh particularly heavily in two specific geographical areas. Sardinia and Tuscany, which are historically the regions that most welcome Russian tourists. On the island, 220,000 Russians were expected to arrive in 2022, and revenues linked to their presence of around 80 million euro.

The war will keep them away with heavy consequences: the mayor of Arzachena, heart of the Costa Smeralda, spoke of hundreds of jobs at risk and opened a crisis table to seek solutions. The workers destined for the internal services of the residences, the bar services of the yachts, the agri-food consumption of excellence, the entire sector of catering companies in essence lost 90% of the seasonal market.

It is no different in Tuscany, where Russians are at home, especially in Versilia. Forte dei Marmi alone welcomed 31,000 in 2019, but the numbers do not give an idea of a strong bond, born in the 1990s and grown to the point where many Russians have integrated into the local social fabric and decided to move their residence to Forte and have their children study in Tuscany. And now?

The deputy mayor and councillor for tourism of the municipality of Versilia Graziella Polacci tells how the bond between Russia and Forte dei Marmi came about: 'The bond was born in the 1990s with the arrival in Forte dei Marmi of the great Russian director Andrej Konchalowsky, who stayed in our country for several years, creating around him a cluster of intellectuals who particularly loved Tuscany, our way of life, and our cuisine,' she explains. 'Konchalowsky himself donated the vision of the film 'The House of the Madmen' to the town.

In his retinue was the famous father Sergej Vladimirovic Michalkov, Soviet writer-poet and librettist, author of children's books, who had the opportunity to write the text of his



country's national anthem on three occasions. Also during this period, Forte dei Marmi was visited by famous Russian opera singers, national television stars and journalists. An intellectual tourism.

Then in the 2000s, the turn towards a tourism that was rich and sometimes excessive in its outbursts, soon replaced, however, by a new approach. This led to a sedentary, different kind of tourism, made up of middle-class Russian and even Ukrainian families, previously frequent on the Côte d'Azur, who decided to invest in Forte dei Marmi, buying property and spending long periods in the town. In recent years, normal families can be seen renting even medium-sized houses and frequenting our hotels.

Today's tourism is no longer that of the early years, when the news stories told of stratospheric tips and Ferraris, Rolls Royces and bodyguards, but of people who prefer our town precisely for its tranquillity, the beach, and the beauty of cycling in absolute serenity.

It is difficult to identify with certainty how many villas and hotels in Forte dei Marmi and the surrounding area are of Russian property. There are some estimates that give the idea: there are eight Russian-owned hotels, at least 500 Russian families, but also Ukrainian ones, who permanently frequent or even live in Versilia. Even the Ukrainian president Volodymyr Zelensky fifteen years ago bought a villa in Vittoria Apuana, a hamlet of Forte dei Marmi, for almost 4 million euro. In short, a strong bond whose absence is bound to be felt.

Certainly, one of the sectors most affected will be rents. In the summer, it was in fact the Russians who covered a large part of the luxury housing market, with prices that often reached as much as 250 thousand euro per season.

The pandemic has reduced the presence of Russian tourists by 90%, from more than 31 thousand in 2019 to 3 thousand in 2020; a situation of armed conflict only prolongs in time a situation from which we hoped to be able to get out by next summer.

Russian tourism also has a direct effect on excellent agri-food consumption.

The conflict is putting Italian agri-food exports to Russia and Ukraine at risk. According to Coldiretti estimates, we are talking about a turnover that exceeded one billion euro in the year just ended.

Russia is leading the way, where sales in 2021 reached 670 million, an increase of 14% compared to 2020. An important slice of profit is also guaranteed by Ukraine, with 350 million euro. For Made in Italy these are important numbers, but they could be severely affected by the war, which adds to an already difficult picture.

In 2014, in fact, Russian President Vladimir Putin, with a decree in response to the sanctions decided by the European Union and the United States, blocked agrifood exports to Russia of certain products, with a catastrophic effect for Italy. In fact, an overall loss of 1.5 billion is estimated over seven and a half years.

The embargo is still in place, despite numerous attempts at mediation, and prohibits the entry of fruit and vegetables, cheese, meat and cold cuts, as well as fish, from the EU, the USA, Canada, Norway and Australia. On the blacklist there are very high-quality products, symbols of Made in Italy, from Parmigiano Reggiano to Grana Padano, from Parma ham to San Daniele ham, but also fruit and vegetables.

Wine is the riskiest sector.

In a critical context, wine appears to be the product most at risk. In fact, the numbers of exports from Italy to Russia are staggering. In 2021, Russians purchased Italian wines worth 375 million dollars. Italy is the leading supplier country with a market share of around 30%, ahead of France and Spain. 2021 was a year of growth for the sector (+11% compared to 2020) and saw a boom for sparkling wines (+25%) and an increase for bottled still wines (+2%).

The most popular appellations are Prosecco, Lambrusco and Asti Docg. In the wine sector, Ukraine is also an important market. Italy is, like Russia, the market leader and recorded incredible growth in 2021, driven once again by bubbles (+78%).

The issues jeopardising the immediate future of Italian wine in Russia are twofold: the difficulties in shipping (there are already long queues of lorries at the Latvian-Russian border, as well as goods that have not been collected at customs) and those in payments. As a result of the sanctions on Russian banks, payments from Moscow are expected to be suspended, in a state of war scenario that will result in the loss of insurance protection on goods payments.

"We find ourselves forced to give up a strategic marketplace for Italy, which is the leading supplier of wine to Russia, precisely at a time when orders are rising sharply," stressed the secretary general of the Italian Wine Union, Paolo Castelletti. "While waiting to shed light on the hypothesis of a halt to exports, we advise Italian wine companies to make deliveries to Russia only after obtaining adequate guarantees on payments.

Last but not least, there is the pasta sector. Here the critical issues go in both directions. On the one hand, there is the problem of the supply of corn and wheat.

Ukraine also has an important role on the agricultural front, with the production of about 36 million tons of maize for animal feed (5<sup>th</sup> place in the world) and 25 million tons of soft wheat for bread production (7<sup>th</sup> place in the world) Russia is the world's largest grain exporter. The war has already led to a surge in raw material costs and could soon lead to increases in the cost of bread and pasta on the shelves of Italian supermarkets.

Conversely, Italy has a central market in Russia for the export of pasta. Even because in Putin's country the consumption of pasta increases at a dizzying pace from year to year. Many Italian pasta brands have entered this market trend, while Barilla has built two factories on Ukrainian soil with over 2,500 production workers for the domestic market, both currently closed due to the conflict.

## **Chapter III: Changing social habits during the pandemic: cultural fruition, online commerce and the evolution of access to virtual reality.**

### **3.1: Cultural fruition in Italy during lockdown**

In order to be able to examine the effect on cultural and artistic heritage during the COVID 19 pandemic, it is good to give the perception of the heritage that is included in the mere statement 'Cultural Heritage', only in the artistic, monumental and architectural sphere.

The census survey conducted annually by ISTAT offers an updated and detailed description of all the in Italy.

The data collected document an Italian heritage quantifiable in almost 5,000 institutions open to the public in 2019, spread throughout the country and able to mobilise a total of over 128 million visitors.

There are 4,908 museums and similar institutions, public and private, state and non-state, open to the public in 2018. This heritage is made up of 3,882 museums and collections (79.1%), 630 monuments (12.8%), 327 archaeological sites (6.7%) and 69 ecomuseums (1.4%). These structures are scattered throughout the country. One in three Italian municipalities has at least one museum structure and there is approximately 1 for every 50 km<sup>2</sup> and 1 for every 12,000 inhabitants.

Among museums, archaeological sites and monuments, the regions with the highest concentration of facilities are Tuscany (553), Emilia-Romagna (454), Lombardy (433), Piedmont (411), Lazio (357) and Veneto (304). Rome (121), Florence (69), Turin (49), Milan (47), Bologna (46), Trieste (41), Genoa (40), Naples (38), Venice (37) and Siena (34) are the top 10 cities with the highest number of testimonies to Italy's cultural-historical, architectural and archaeological wealth.

In addition to the most attractive poles, there is no shortage of places of cultural interest in small and very small Italian municipalities: 16.1% of museum facilities are located in municipalities with less than 2,000 inhabitants, some of which number up to 5-6 facilities, while 30% are located in municipalities with 2,000 to 10,000 inhabitants.

There is a wide spread of archaeological museums displaying evidence of prehistoric and ancient civilisations, archaeological areas and parks, and archaeological artefacts (20 per cent), particularly in Sardinia, Basilicata, Molise, Sicily and Lazio. This is followed by museums exhibiting collections and artefacts of ancient, modern and contemporary art (17.8%), found mainly in Umbria, Tuscany, Marche and Lombardy, and museums that tell of the customs and traditions of local communities through ethno-anthropological collections (11.7%), found mainly in Basilicata, the Province of Bolzano, Calabria, Valle d'Aosta and Piedmont. Museums of sacred art and churches and monuments with a religious character are 10.3% of the total, located mostly in the South of Italy, in Apulia, Campania, Calabria and Sicily.

Although still limited in number (1.4%), ecomuseum institutions are an emerging reality - to date present above all in Valle d'Aosta, Piedmont, the province of Trento, Calabria and Veneto - testifying to the richness spread throughout the territory and not containable in a physical structure, and to the growing willingness also of small local realities to preserve and promote the historical memory, cultural identity and artistic resources of places through projects involving local communities.<sup>[11]</sup> From 2006 to 2018<sup>[5]</sup> the public of Italy's cultural heritage increased by almost a third (32.2%), growing at an average rate of over 2.5 million visitors per year. In particular, the number of visitors to state-owned museums, monuments and archaeological sites almost doubled, from 34.6 million to 54.1 million, and the number of visitors to non-state facilities also grew, albeit more slowly: from 62.7 million in 2006 to 74.5 million.

In recent years, the expansion of the number of visitors has accelerated significantly: in just one year, visitors to Italian museums increased by almost 10 million. In 2018 the record number of 128.6 million admissions was thus recorded (+8% compared to 2017)<sup>5</sup> : 63.4 million in museums, 51.1 million in monuments, 13.7 in archaeological areas and 488 thousand in ecomuseum structures.

The state-owned facilities, 460 including museums, archaeological areas and musealised monuments, attracted, in 2019 alone, about 54 million visitors (or 42% of the total), with an average number of visitors four times higher than the non-state-owned ones (an average of almost 120 thousand people per state-owned institution against 19 thousand per non-state-owned institution).

The 4,448 non-state facilities (largely represented by municipal-owned institutions, amounting to 2,037, 41.5% of the total) do not exceed 2 thousand admissions per year in almost half of the cases (46.5%), performing a cultural presidium service often aimed mainly at the local community. Alongside the extreme diffusion and variety, further characteristics that distinguish the national cultural heritage are the polarisation in size and concentration of visitor flows. Topping the list of the most visited places are the Pantheon, the Flavian Amphitheatre (Colosseum), the Archaeological Area of Pompeii and the Museum and Park of Capodimonte, all state institutions that recorded more than

three million visitors each in 2019 and that together total 21.5 million, or 17% of the total audience of the entire Italian cultural heritage.

On average, it is possible to calculate around 29 thousand visitors per exhibition structure, but the territorial differences and by type of structure are significant. Attracting the largest numbers of visitors (100 thousand admissions per structure) are mainly villas, palaces and monuments of historical and artistic interest, particularly in Friuli-Venezia Giulia and Lazio.

For museums, on the other hand, those of ancient art and modern and contemporary art in Veneto, Tuscany, Campania and Piedmont recorded an average of more than 40,000 visitors per exhibition facility. On the other hand, the museum institutes of Abruzzo, Molise and Marche did not exceed the average threshold of 6 thousand visitors per year. Except for a few places of national and international importance, visitors to archaeological sites are declining. Overall, 58.6 million foreigners are estimated to visit our museum heritage in 2019 (46% of the total public); almost half visit museums (45.9%), 42% monuments and 12% archaeological areas.

However, not all facilities are adequately equipped to welcome foreign visitors: only 53.5% of museums offer panels, captions and cards in languages other than Italian and in less than two thirds of cases (63.7%) they can count on staff able to provide the foreign public with information in English (the share drops to 29.9% for French, 11.6% for German and 10.5% for Spanish) even though 73.1% make available printed information material translated into several languages and 73.4% offer multilingual audio guides for a better enjoyment of exhibitions.

The top 10 Italian cities with the highest concentration of visitors (55.5%) are in this order: Rome, Florence, Naples, Venice, Milan, Turin, Pisa, Pompeii, Siena and Verona. Whereas Florence offers mainly museums of ancient and medieval art, monuments of historical and artistic interest, and important religious buildings and monumental complexes, Milan stands out in particular for its facilities exhibiting modern and contemporary art, theme museums and industrial archaeology artefacts.

In Naples the range of museums is decidedly more varied: art and science museums, natural history and archaeology museums, industrial museums and monumental

complexes of a religious character. In Rome, on the other hand, the museums, archaeological areas and monuments stand out in terms of numbers. Started but incomplete digitisation of cultural heritage Despite the progressive spread and application of digital technologies in the museum world, in Italy only one museum in ten (10.4%) has digitally catalogued its heritage.

Of these, about one third (37.4%) have already completed the digitisation process, two thirds have started digitisation activities but have covered about 50% of the available holdings and collections. The use by Italian museums of interactive technologies and digital tools to enrich the visiting experience and the engagement of the public still appears to be limited: only half of the structures surveyed (44.7%) make available at least one device among smartphones, tablets, touch screens, visit aids such as video and/or multimedia rooms, QR Code technology and augmented reality paths.

While onsite communication and information has wide margins for development, online communication involves an increasing number of facilities: half of the establishments have a dedicated website (51.1%) and 53.4% have an account on the most important social media (such as Facebook, Twitter, Instagram, etc.). The number of establishments offering the possibility of buying tickets online has doubled in three years - from 6.6% in 2015 to 14% in 2019 - while the number of establishments offering free Wi-Fi to their users has grown (from 18.6% in 2015 to 25.1% in 2019).

38.4% of museum institutes publish on the web links to digital maps and/or geographical coordinates useful for the geo-location of the facility, and one museum in ten (9.9%) offers the possibility of a virtual visit to their institute.

Despite the fact that our country boasts some absolute excellences - such as "Pompeii for All", the largest facilitated visit itinerary ever set up within an archaeological area - the Italian museum heritage still presents physical and sensorial barriers that prevent people with disabilities from fully accessing the available cultural resources.

Only half of the Italian museums (53%) are adequately equipped to guarantee the accessibility of spaces and usability of collections to users with disabilities; most of these are in Umbria (64.2%), Emilia-Romagna (61.8%), Lombardy and Latium (both 60.7%). The museums in the province of Bolzano (39.6%), as well as those in Emilia-Romagna

(36.9%), Lombardy (34.5%) and Tuscany (33.5%) provide more than others specialised assistance to users with disabilities, while there are still too few museums equipped with devices and solutions dedicated to people with sensory disabilities (visually impaired and blind): only 12.6% of the structures surveyed, located mainly in Latium (16.6%), Apulia (16.5%), Veneto (16.4%) and Sardinia (15.9%).

In the last two years, however, a strong impulse has been given to the realisation of services of fruition by means of Augmented Reality: hardware and software supports that allow the user to virtually immerse himself, with a "live" rendering, along museum routes while remaining comfortably seated at home. A tool that was strongly needed to enable 48 million people worldwide to access the riches preserved in Italian museums, whether for study or pleasure. A push for the development of virtual dissemination techniques in the last two years has been promoting the creation of interactive virtual platforms for the most important national science museums, from the Museum of Archaeology to the Museum of Roman Art, the Museum of Palaeontology and Science in Rome, as well as the Museum of Modern Art and the Museum of Contemporary Art.

The world's best known monumental structures, namely the Colosseum, the Pantheon, the Ara Pacis and the entire complex of the Baths of Caracalla, will soon be able to be 'visited' with an internet connection.

Despite the loss of 300 million visitors in the museum and archaeological centres, the possibility for citizens of the world to visit our cultural heritage without having to move from their homes or countries has not been interrupted.

### **3.2 E-commerce between the pandemic and the Russian-Ukrainian conflict**

The Covid-19 global pandemic has turned the world upside down. Within a few weeks, all habits changed dramatically: dinners at restaurants, aperitifs with friends, concerts, cinema, physical activity at the gym, shopping, the way of life at work, at school, everything was turned upside down. A change to which we had to adapt as quickly as possible.



We have witnessed, in the year we are about to leave behind us, a boom in e-commerce and online sales. Clearly, businesses have to be flexible and meet the new needs of the public.

A privileged view of the effects of this geometric expansion was summarised by Michele Urbano, Sole Director of ITLAB Srl, a 'historic' Apulian web agency that has been building websites since there were 56k modems, some thirty years ago.

"We are witnessing a remarkable process of growth in the use of information systems by everyone and, at the same time, an awareness on the part of the entrepreneur that he can no longer give up an online presence. For a professional or a business not to be present online today is to be out of touch with the world. The current emergency has changed everyone's habits and lifestyles. Today, shopping is mainly done online.

Any user with his mobile phone always has the Internet in his pocket, sleeps next to it and cannot move freely has started to buy online, discovering unimaginable advantages. All this translates into a very strong demand for websites and ecommerce systems. Entrepreneurs who believed in these technologies in the past have been rewarded.

Those who did not, are trying to adapt to the change taking place.

It is the annual E-commerce Covid Report that documents how consumer choices have changed.

The United Nations Conference on Trade and Development conducted a survey of some 3,700 consumers in nine economies, both emerging and developed, including Italy, to better understand the impact of the pandemic on online shopping.

It was found that, as a result of the pandemic, more than half of the respondents shopped via e-commerce more frequently than before the Covid.

Online shopping has increased by at least 10 percentage points in most product categories, notably electronics, DIY, education, cosmetics, household products and pharmaceuticals. Despite the increasing use of e-commerce to make purchases, the average monthly expenditure per buyer decreased, because in a period of uncertainty people preferred to postpone major purchases and concentrated more on everyday products.

The biggest drop was, predictably, in the tourism and travel sector: around 75 per cent less per online shopper. But the online sales boom also has differences with respect to generational response

The average monthly expenditure per buyer did not fall evenly and had different impacts depending on the age of the buyers. Different age groups had a different response to shopping during the pandemic.

It should be remembered that reports are evolving, as behaviour changes as the situation changes.

However, in general, Generation Z and the millennials are those who have felt the crisis and concern for the future the most and have drastically reduced their purchases.

On the other hand, only a small percentage of Generation X people were concerned about the situation and more inclined to save at this economically sensitive time, most of those born in the 60s-70s did not change their spending and habits.

However, E-commerce after the emergency Covid continues to maintain a rather steady growth curve, despite the fact that traditional shopping centres are now free.

It is not possible to make realistic predictions at this time, but it is quite evident that one must adapt one's business activities to the changing conditions, anticipating people's needs, and creating e-commerce sites capable of accompanying one's customers in this delicate phase.

It is reasonable to assume that what has become a purchasing habit during the pandemic will continue in the future, directing an ever-widening public to turn to e-commerce.

Covid-19 caused mixed dynamics in the E-Commerce landscape. On the one hand, the online sale of services collapsed as a result of the crisis in the tourism and transport sector, on the other hand, the sale of products soared. Since the first months of the lockdown, Italians have used E-Commerce to purchase various goods, from food to clothing. But one year after the pandemic, 2021 marks a change of course that is affecting the entire world of commerce. So, let's take a detailed look at how retailers are continuing to react, between new digital initiatives and new ways of communicating with consumers.

Among retailers, there have been different responses to the health emergency, but one thing is certain: E-Commerce has become the protagonist and the integration between

online and offline is increasingly concrete. There have been those who have closed or slowed down their online business and then restarted with new sales methods, those who have enhanced their service through new partnerships, and those who have approached online commerce for the first time. From all this, already during the various lockdowns, came changes that could lead to a new era for B2c eCommerce in Italy:

- enhancement and emergence of new eCommerce initiatives (e.g. by hiring new employees);
- innovation and enhancement of deliveries (e.g. with click & collect or drive & collect services);
- experimentation with new sales methods (e.g. orders through Instagram);
- customised digital consulting;
- social communications for entertainment (e.g. live streaming).

And after lockdowns? The re-opening phase of physical shops did not stop retailers' push towards digital innovation, which brought to light initiatives aimed at making the in-store experience more and more similar to the online one, e.g. new ways of trying out products (e.g. sending shopping boxes to your home) or new ways of managing orders and payments (e.g. QR code payments).

Food & Grocery was one of the main sectors driving B2c eCommerce product growth in 2020, with a much higher than average growth rate (+70% compared to 2019) and a value of €2.7bn. The peaks in demand for food products and the inability to satisfy them made it clear to Food & Grocery retailers how necessary it was to develop more structured strategies.

If we look at the individual segments - Food Grocery, Food & Grocery and Food Delivery - there are numerous initiatives that were activated to cope with the health emergency and that could also be an inspiration for other segments:

#### Grocery

- Enhancement of eCommerce operational capability;
- Innovation and enhancement of deliveries (e.g. contactless deliveries);
- Collaborations with third-party operators or service providers to increase operational capacity;

- Limitations on the number of orders per customer;
- Online queue management systems.

#### Food and wine

- Small producers and, in general, players who had not yet established an online presence, started digital initiatives (e.g. orders via WhatsApp);
- Merchants already online, having to cope with the surge in demand, have invested to increase capacity and efficiency in the warehouse, optimise deliveries and act on demand (e.g. by increasing the spending limit).

#### Food Delivery

- New delivery methods in compliance with health regulations;
- Partnerships between chains and delivery services;
- Omnichannel integration (e.g. payments via app);
- New sales and communication methods (e.g. messaging apps, email).

The overall balance of Italian eCommerce in 2021 was positive but takes into account two opposing trends. On the one hand, product segments such as Food & Grocery achieved a strong acceleration, on the other hand, historical service segments such as travel and Transport eCommerce suffered a drastic and inevitable decline due to severe mobility restrictions. Without the negative impact of the health emergency on the latter sector, the online market would probably have ended 2021 with higher figures.

In more detail, post-pandemic eCommerce in Italy can be said to have returned to growth in 2021 at a pace comparable to pre-pandemic - although the gap to 2019 still remains significant. If eCommerce was already playing an increasingly relevant role in Italian retail, the restrictions due to the pandemic have pushed towards an extraordinary evolution in favour of digital, which has involved the entire world of commerce: on the one hand the mindset of retailers has changed, who are increasingly aware of the integration between physical and online channels, and on the other the preferences of consumers have changed.

And these changes have not only involved large realities, but also small and medium-sized enterprises, which have started to realise the potential of eCommerce. In many cases, initiatives are still in an embryonic state, with elementary approaches that sometimes

cannot be considered true eCommerce (e.g. order acquisition models through social and/or instant messaging platforms), but certainly a first step towards digital can already be seen. The health emergency has not only forced people to completely change their daily lives, but has also made digital a key player in our lives. In this context, eCommerce has taken on a fundamental role for Italians, with positive impacts on the future of the market in our country.

It is therefore necessary to believe in and invest in this channel, overcoming fears and no longer making the mistake of underestimating the benefits of omnichanneling. Only in this way will it be possible to improve initiatives that are still experimental, increase territorial coverage - which at the moment is still fragmented - and offer a level of service suited to the growing needs of the FMCG industry, if we want to anticipate the effect that the Russian-Ukrainian conflict will sooner or later dump on us.

And what do consumers think? eCommerce is no longer a niche phenomenon and has greatly changed their consumption habits. Even the digitally unfamiliar have become more familiar with online commerce, but there is still a long way to go: in order to further popularise eCommerce, merchants need to invest in digital solutions that incentivise users, such as chatbots or virtual assistants that can guide the user through the purchase process or digital and biometric payment systems.

## **Conclusions**

For what has been deduced, documented, analysed and compared so far, it is, in my humble opinion, possible to summarise a forecast scenario, with respect to the near future of national economies, at least within the tourism sector, that is or may have the dignity to be taken as a guideline for interventions to safeguard and protect the economic realities comprised in the sector of hotel accommodation, catering, transport, goods traffic, international trade, and the enjoyment of historical-artistic-monumental and ethno-anthropological deposits, in this country or elsewhere.

As a citizen of Italic soil, a cultural depository that holds well over half of the West's historical, monumental, artistic and archaeological heritage, it is difficult only to imagine what could be a model of valorisation of such a vast unicum that would be compatible with the current geopolitical and pandemic situation that weighs down on a territory equal to the exact extension, in terms of land area, of the entire globe.

The indeterminacy of choices and impositions with respect to everyday behaviour, the reduced mobility of people, the fears now embedded in the flesh and souls of those who have had to bury one of their relatives and if they did not bury him or her, have kept the ashes, the uncertainty now entrenched in the near future of our nation's government, which is prodromal to the almost total absence of long-term investment, all contribute to a status quo that is not at all stimulating.

It is therefore a question of being able to imagine some virtuous, innovative, even creative strategy that could find asylum in the dynamics of the macro-economy on a national basis: a sort of presidium to safeguard the capacity for widespread enjoyment of the "Italian heritage" that is totally unrelated to the events that are by now sadly known.

To be sure, the enhancement of multimedia libraries and the use of Augmented Reality could contribute to the access, if not physical then certainly visual, to most of the existing museum areas in our country, just as it could be by means of the same technologies to be able to visit the archaeological and monumental areas of interest scattered throughout the Peninsula and most of the Major Islands. But the lack of perception, the reduced sensorial effect experienced by physically immersing oneself along the Decumanus of Pompeii or Ostia Antica can never, under any circumstances, be replaced by the use of virtual reality. The deficit of the experience thus experienced may trigger in the virtual user the desire to rectify the gap in normal times, but it is not enough.

It has already been written about the importance of tourism on the structure of economies related to quality agro-industrial production. In this case, in my opinion, the Institute of Foreign Trade, together with the diplomatic representations of the Farnesina in third countries, could and should equip itself with autonomous structures for the promotion of Made in Italy, which can be used by consumers of all latitudes, through the Commercial Attachés of our diplomatic offices, becoming an engine for the promotion of trade at the

disposal of all Italian production realities that do not have the opportunity to establish their own commercial structures in other states.

In essence, the convergence between the activities of diplomatic representation for political issues and the need to promote Made in Italy must be able to find a synergy, share structures, facilitate contacts and exchanges, between companies and importers, between producers and consumers, in short, a strategy that does not involve investments in buildings, but in resources and communication skills.

If it is true that over the last 50 years, Commercial Attachés have been dedicated to mediating between large State enterprises (especially for contracts concerning strategic assets, i.e. weapons systems, oil derivatives, and little else), I believe it is right, not just necessary, that diplomatic legations should become an Diligent Party to the promotion and development of Italian excellence with at least seasonal cadence in the territories where they are established.

A minimum investment in communication, logistics and organisation on the spot would allow every single company producing semi-durable consumer goods to access markets that would otherwise never be approached with their own investments.

As an exception to all this, free enterprise, in the appropriate trade union forums of Confindustria, Confesercenti, Assoagricoltura, Coldiretti, should try to share a market development model that on the one hand imposes the same dignity on the products of each member in terms of visibility and opportunities to compete, and on the other hand the state should provide the companies of the individual production sectors with a tax structure that is beneficial to those economic entities that decide to open their commercial horizons in territories not yet explored.

## **SECCIÓN ESPAÑOLA**



## **Introducción**

Desde finales de la segunda década del siglo XXI hasta el año en curso, la confluencia de un evento pandémico que afectó globalmente a la comunidad humana y la concomitancia con el conflicto ruso-ucraiano, encontró a la Europa de la UE cada vez más dividida con respecto a cómo intervenir para contrarrestar los efectos del COVID 19 y nada unida en el intento de reprimir las actividades bélicas desencadenadas por el Kremlin en detrimento de Ucrania.

Mi tesis analiza las formas de tratar las pandemias y los acontecimientos que marcaron sus hábitos globales en las distintas épocas, las diferentes formas de actuar de los varios gobiernos y las distorsiones de la profilaxis de la vacunación que ahora son tristemente conocidas, y que se han confirmado con la pérdida temporal de los derechos constitucionales en algunos países occidentales.

Utilizando el mismo método de investigación, se intentará comprender las razones históricas que han lastrado las relaciones entre Rusia y Ucrania durante casi un siglo y las causas que desencadenaron la última agresión armada en suelo ucraniano.

A partir del análisis de los fenómenos pandémicos y bélicos, pasaremos a analizar los efectos en la economía continental y nacional y, en consecuencia, en el mercado turístico italiano, que, según las estimaciones del Banco de Italia de 2018, genera directamente más del 5% del Producto Interior Bruto nacional y aporta más del 6% del empleo.

Si por una parte analizamos las dificultades encontradas en Italia en la pandemia de Covid-19 y la concomitancia con el conflicto ruso-ucraniano (circunstancias que paralizaron notablemente el sector turístico, estrictamente supeditado a la libre circulación de personas, mercancías y dinero), me pareció interesante estudiar también las oportunidades que ofrecen algunas formas no convencionales de "turismo", que pueden disfrutarse en línea. Sin embargo, he documentado tipos de turismo que son viables, dentro de ciertos límites, destacando la utilidad de crear un mejor posicionamiento de mercado para ellos, dado que a menudo son sectores de nicho. Teniendo en cuenta el contexto en el que nos encontramos, la razón que me ha llevado a centrarme en este tema es la triste actualidad que lo caracteriza y que ha marcado, de un modo u otro, la vida de todos nosotros.

Ginevra Colacci

# **Capítulo I: Los fenómenos pandémicos, la legislación de emergencia y los efectos en el tejido socioeconómico y productivo a nivel nacional y supranacional.**

## **1.1 El Covid 19.**

El final de la segunda década del siglo XXI ha minado todas nuestras certezas, tanto por el fenómeno pandémico como por su gestión.

Por eso es importante delimitar los límites del análisis del comportamiento con respecto al fenómeno de la salud en Occidente.

Una fecha, un nombre, un número.

29 de marzo de 2003, Carlo Urbani, 8.000.

Ese día, hace casi veinte años, un médico italiano murió en Tailandia, adonde se había trasladado desde Vietnam, donde había conseguido aislar al primer paciente de SARS.

Urbani, licenciado en Ancona y especializado en Messina, presidente de "Médicos sin Fronteras Italia", que recibió el Premio Nobel de la Paz concedido a la asociación internacional en 1999, fue el primero en identificar y clasificar la neumonía atípica.

En febrero de 2003, como coordinador de la OMS para las políticas sanitarias contra las enfermedades parasitarias en el sudeste asiático, se ocupó en Vietnam del caso de un empresario al que nadie sabía cómo tratar y que estaba infectando al personal médico.

Se dio cuenta de que estaba ante una nueva enfermedad y dio la alarma al gobierno vietnamita y a la OMS.

La necesidad de aislar inmediatamente a los pacientes y de vigilar a todos los viajeros iba contra a los intereses económicos y de imagen del país, pero "después de la reunión decisiva con el Ministerio de Sanidad local", continúa el Sr. Urbani, "lo he conseguido, como si hubiera alcanzado la meta de la vida".

El precio de esa acción de emergencia, Urbani lo descubre durante un vuelo a Bangkok, cuando a partir de los primeros síntomas -fiebre, tos, debilidad- se da cuenta de que ha contraído el virus del SARS.

El infectólogo alertó a la OMS, advirtió a todos los médicos que le asistían que se mantuvieran alejados de él, y colaboró con los funcionarios de salud explicando el curso

de la enfermedad tal y como había podido observarla y documentarla durante su estancia en Ciudad Ho chi Min.

Los responsables médicos de la OMS reconocen que, si no fuera por la rápida acción de Urbani, el SARS habría infectado más lejos y más rápido.

Volvemos necesariamente a la Verdad, a la Historia.

Diez, otro número importante para recordar, para contar, para razonar.

Diez fechas marcan lo que ha afectado a la comunidad humana durante la Pandemia.

### 31 DE DICIEMBRE DE 2019: LA ADMISIÓN DE LOS PRIMEROS CASOS

El 31 de diciembre de 2019, la Comisión Municipal de Salud de Wuhan (China) informó a la Organización Mundial de la Salud (OMS) de un grupo de casos de neumonía de etiología desconocida en la ciudad de Wuhan. La mayoría de los casos tenían una relación epidemiológica con el mercado de marisco y animales vivos de Huanan.

### 10 DE ENERO DE 2020: SE IDENTIFICA UN NUEVO VIRUS

Unos días después del anuncio del grupo de casos en Wuhan, los investigadores chinos depositan el "documento de identidad" del virus, es decir, la secuencia del ARN viral, en la base de datos internacional virological.org. A diferencia de todos los virus conocidos hasta el momento, el conocimiento de la secuencia es el primer paso en la lucha contra el coronavirus.

### 20 DE ENERO DE 2020: EL VIRUS SE TRANSMITE DE PERSONA A PERSONA

En la conferencia de la Comisión Nacional de Salud de China, se confirma lo que ya se sospechaba desde hace días. El nuevo coronavirus se transmite de persona a persona. Es la confirmación de la aparición de una nueva enfermedad vírica que será identificada como COVID-19, hija del SARS vietnamita pero con mayor capacidad de agresión y propagación entre humanos.

### 23 DE ENERO DE 2020: WUHAN COMIENZA EL CONFINAMIENTO

Comienza el primer confinamiento masivo de la historia. 60 millones de personas de la provincia de Hubei -11 millones de ellas sólo en la ciudad de Wuhan- entran en un estricto confinamiento. Calles desiertas y servicios reducidos al mínimo. Las imágenes que llegan de China parecen sacadas de una película. Nadie se imagina que las mismas medidas se promulgarán en nuestro país poco más de un mes y medio después. En las semanas siguientes, el virus tiene un nombre, Sar-Cov-2. Las primeras investigaciones indican que el virus es idéntico en un 96,2% al coronavirus típico de los murciélagos.

### 21 DE FEBRERO DE 2020: LOS PRIMEROS CASOS ITALIANOS

Aunque a finales de enero se identificaron dos casos de coronavirus en turistas chinos que visitaban Roma, el 21 de febrero se identificó por error el paciente cero, un hombre de 38 años de Codogno. Hay varios brotes en partes del norte de Italia, como en Vo' Euganeo y en la provincia de Bérgamo. Comenzando a buscar activamente el virus - anteriormente la investigación con hisopos moleculares sólo se dirigía a las personas que regresaban de China-, en 3 días hay 325 casos confirmados. Este es el principio de la primera ola devastadora para Italia. Una ola a la que se pone remedio con un confinamiento nacional a partir del 8 de marzo.

### 11 DE MARZO DE 2020: LA OMS DECLARA EL ESTADO DE PANDEMIA

El virus se está extendiendo rápidamente y en un territorio cada vez más amplio. La epidemia está fuera de control. La Organización Mundial de la Salud declara oficialmente el estado de pandemia. Las palabras del director de la OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesu, son emblemáticas: "En las últimas dos semanas, el número de casos de COVID-19 fuera de China se ha multiplicado por 13 y el número de países afectados se ha triplicado, hay más de 118.000 casos en 114 países y 4.291 personas han perdido la vida. Otros miles luchan por su vida en los hospitales. En los próximos días y semanas, esperamos que el número de casos, el número de muertes y el número de países afectados aumenten aún más. La OMS está profundamente preocupada tanto por los alarmantes

niveles de propagación y gravedad como por los alarmantes niveles de inacción. Por lo tanto, hemos evaluado que el COVID-19 puede caracterizarse como una “pandemia”.

#### 16 DE MARZO DE 2020: COMIENZAN ENSAYOS DE LAS PRIMERAS VACUNAS

Poco más de dos meses después de la identificación de la secuencia vírica del Sars-Cov-2, comienzan los primeros ensayos de la vacuna Covid-19. Han comenzado los ensayos clínicos Moderna -con la primera vacuna de ARNm- y CanSino -vacuna con vector viral-. Desde entonces, se han investigado 69 vacunas en humanos.

#### 16 DE JUNIO DE 2020: LA DEXAMETASONA REDUCE EL NÚMERO DE MUERTES

A pesar de varios intentos en la búsqueda de fármacos eficaces contra el virus, la única molécula que ha demostrado tener un gran efecto en la reducción del número de muertes en los casos más graves de Covid-19 es la dexametasona. Esta molécula, un antiguo antiinflamatorio, ha demostrado su utilidad para reducir en más de un tercio las muertes de los pacientes más graves sometidos a ventilación mecánica. Así lo ha anunciado la Universidad de Oxford a partir de los datos recogidos en el estudio RECOVERY (Randomised Evaluation of COVid-19 thERapY).

#### 11 DE OCTUBRE DE 2020: COMIENZA LA SEGUNDA OLA EN EUROPA

Tras un verano en el que los casos en Europa se redujeron al mínimo, Francia, España, Alemania y luego Italia están experimentando una subida en el número de contagios. Aparte del número total de casos -que no es comparable entre la primera y la segunda ola-, en Italia estamos asistiendo a una infección generalizada en todo el país. Una situación diferente a la de marzo, cuando la mayoría de los casos y muertes se registraron en el norte.

## 14 DE DICIEMBRE DE 2020: SE APRUEBA LA PRIMERA VACUNA CONTRA EL COVID-19

Tras los anuncios de noviembre, la primera vacuna de la historia contra el Covid-19 fue aprobada oficialmente por la FDA el 14 de diciembre -y posteriormente por la EMA el 21 de diciembre-. Se trata de la BNT162b2 creado por Pfizer BioNTech, la primera vacuna con tecnología de ARNm. Una aprobación seguida por la FDA del ARNm-1273 creado por Moderna. El 27 de diciembre marca una fecha histórica para la Unión Europea: por la mañana comienzan las primeras inyecciones de la vacuna simultáneamente en todos los Estados miembros. El principio de una nueva era en la lucha contra la pandemia.

Mientras que en el planeta hay 607 millones de casos constatados y más de 6,5 millones de muertes, sólo en Italia el número de muertos ha superado los 122.000.

Números que no tienen culpa, ni color, ni olor.

Números que deben recordarnos seis millones y medio de miradas, de sueños, de esperanzas, de proyectos, de deseos cancelados.

### **1.2 Legislación sobre la gestión de la emergencia sanitaria.**

Cuarentena. Palabra infame que indica la imposición de una interrupción de la circulación de personas, obligadas a vivir dentro de un perímetro físico bien definido durante un periodo de tiempo variable.

Es un periodo de segregación y observación, al que se someten las personas y las cosas consideradas capaces de portar los gérmenes de enfermedades infecciosas exóticas.

El 30 de enero de 2020, tras el informe de China (31 de diciembre de 2019) de un grupo de casos de neumonía desconocida en la ciudad de Wuhan, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el estado de emergencia de salud pública de preocupación internacional, identificando esa neumonía como un nuevo coronavirus Sars- Cov-2).

El día siguiente, el gobierno italiano proclamó el estado de emergencia y aplicó las primeras medidas de confinamiento.

El Consejo de Ministro prorrogó el estado de emergencia hasta el 31 de marzo de 2022.

De las estrategias políticas adoptadas analizaremos principalmente las que tuvieron un impacto considerable en el sector turístico italiano, sin duda uno de los más comprometidos por la situación epidémica.

Al declararse el estado de emergencia, el punto de partida sobre el que operar fue, por tanto, la movilidad, de modo que la Farnesina, en alianza con el ENAC, el Ministerio de Infraestructuras, la Unidad de Crisis y el Ministerio de Defensa, formó una coalición para regular la repatriación de ciudadanos italianos en el extranjero y viceversa.

Mientras tanto, los vuelos hacia y desde China han comenzado a sufrir cancelaciones y una parada inesperada pero debida, en todo el territorio nacional.

Sin embargo, algunos aviones siguieron despegando y aterrizando en los principales aeropuertos italianos, creando el desconcierto y los malentendidos típicos del inicio de una emergencia sanitaria.

Intentaremos resumir los efectos cronológicos de las decisiones del CdM sólo en el año 2021.

- Interrupción de la libre movilidad del ciudadano, asociada a la obligación de autocertificación en el caso de los desplazamientos autónomos por motivos de trabajo.
- Cierre de las fronteras interiores del espacio Schengen (Europa comunitaria con Suiza y Gran Bretaña)
- Cierre total: escuelas, oficinas públicas, empresas privadas, fábricas, restaurantes, bares, pizzerías, empresas manufactureras, hoteles, museos, teatros, sitios arqueológicos, bloqueo del tráfico aéreo desde el Este.
- Máscara y distancia social, que varía entre 1 metro y 3 metros.
- Transformación con reducción drástica de la capacidad de acogida de los establecimientos de hostelería: paneles de plexiglás, separación de mesas, difusión de termoscáneres en las entradas de los pocos comercios autorizados (supermercados con colas indescriptibles), farmacias, tiendas de comestibles.
- Reducción del 50% de las aglomeraciones máximas en autobuses, autocares y trenes.
- Aprendizaje a distancia

Muchas de las decisiones tomadas por el Estado italiano han sido cuestionadas, tanto por la pluralidad de información que no proviene de una sola voz, como por la falta de participación de la opinión ciudadana, que ha sido desatendida en lo que respecta a ciertas clases de empresarios, lo que socava el principio básico que rige nuestro país, según el cual el Estado debe representar a la ciudadanía. Desgraciadamente, los efectos devastadores de estas decisiones gubernamentales han provocado tantos daños a la economía nacional que sólo podremos resumir en el próximo capítulo.

### **1.3: La relación entre la economía continental, el turismo y la salud en el contexto pandémico.**

El bloqueo impuesto por los gobiernos nacionales a más de la mitad de la población mundial para aplanar la curva de contagio, golpeó al mundo como un meteorito, empujando a la economía mundial a la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial. A continuación, se registró una recuperación a partir de la segunda mitad del año, con la reapertura de las economías mundiales y de los distintos sectores a medida que se relajaban las medidas de restricción.

El desafío actual es el éxito de la campaña de vacunación: cuanto más rápido se inmunice la parte de la población más expuesta al riesgo de infección o más débil a los efectos del virus, más rápido se recuperarán las economías nacionales.

Pero, ¿cuál será el impacto final en el crecimiento de nuestro país?

Italia ha sufrido una pérdida de PIB del 8,8% en 2020 y del 8,9% en 2021.

Las causas son el bloqueo de las actividades sociales y productivas nacionales, pero también la mayor dependencia de nuestra economía de los servicios en comparación con Alemania, por ejemplo.

El turismo es el sector más afectado por las medidas de restricción.

En el primer trimestre de 2022, se observó una nueva caída de la producción económica del -1,25% en términos trimestrales.



Mientras tanto, la tendencia de la vacunación sigue siendo demasiado lenta para permitir una relajación significativa de las restricciones.

La crisis provocada por Covid-19 llevó a la deuda pública italiana al 168% del PIB. En el mejor de los casos, esta cifra podría estabilizarse en los próximos dos años.

Los sectores más afectados por este bloqueo son el turismo y el transporte: la propagación del virus ha provocado una importante reducción de los turistas hacia y desde Italia y Europa en general, además de una importante ralentización de los servicios relacionados con el transporte.

Baste considerar lo que **Federalberghi** atestigua en su informe anual, hecho público en diciembre de 2021, en el que atestigua y certifica el cierre definitivo del 25% de los hoteles existentes Ante Covid, lo que representa 1/4 de las 90.000 empresas que tuvieron que declararse en quiebra sólo en 2021.

La desaparición total del público en museos y yacimientos arqueológicos durante el periodo de emergencia, el cierre de teatros, la cancelación de conciertos, la imposibilidad de viajar en avión o en barco, todo ha contribuido a una pérdida global del PIB de más de 30.000 millones de euros a escala nacional y a una tensión en el sistema crediticio, incapaz de absorber los créditos ahora incobrables, que rebota en las empresas en crecimiento que sufren los efectos de la crisis crediticia.

Un correcto análisis económico del sistema de alojamiento turístico de Italia, generado por informes superpuestos de ENIT, Federalberghi y Confesercenti lleva a una conclusión sobre los efectos de la COVID 19 en la economía real de este sector fundamental del tejido productivo del país: sólo en 2020, Italia perdió 146.000.000 de presencias turísticas del extranjero, lo que equivale al 70% de las presencias registradas en el año anterior, y un déficit de 203 millones de presencias en el mercado turístico nacional.

Por el contrario, sólo en el sector de la restauración doméstica se registraron 232.730.000 presencias menos para el año 2021.

Una catástrofe mucho peor ha sido la de las actividades culturales, es decir, los museos, los teatros, los conciertos, la ópera. Todo el sector ha puesto a cero sus actividades económicas durante todo un año.

## **Capítulo II: El conflicto ruso-ucraniano y sus efectos en el turismo interno**

### **2.1: Orígenes históricos y razones geopolíticas.**

Febrero de 2022 será recordado como el mes en el que nos enfrentamos a la posibilidad real de una Tercera Guerra Mundial. De una grave crisis política se ha pasado al borde de una guerra en Ucrania entre superpotencias, un conflicto que enfrenta a la OTAN y a los EE.UU. de Biden con la Rusia de Putin y que también podría tener repercusiones catastróficas en la economía internacional de los países de la Unión Europea.

La crisis tiene orígenes lejanos: hablamos de 1991, el año de la disolución de la Unión Soviética y la independencia de Ucrania. Como en el caso de otras antiguas repúblicas soviéticas, la transición no fue fácil y las heridas y las cuestiones políticas y de identidad, pero también las relaciones económicas con Rusia, siguen abiertas hasta hoy.

Esto ha llevado al conflicto diplomático al que asistimos hoy.

El 24 de agosto de 1991 es el Día de la Independencia de Ucrania, un aniversario que aún hoy se celebra con un desfile militar en Kiev. El contexto es la disolución de la Unión Soviética y esta declaración de independencia se produce tras la revuelta de agosto, un golpe de Estado fallido que tuvo lugar entre el 19 y el 21 de agosto para deponer al presidente Mijaíl Gorbachov.

El 1 de diciembre, un referéndum popular confirmó la independencia con más del 90% de los votos y Leonid Kravčuk fue elegido primer presidente.

El 8 de diciembre, Ucrania entró en la Comunidad de Estados Independientes (CEI) como miembro fundador junto con Rusia y Bielorrusia. Ese mismo mes obtuvo el reconocimiento internacional de varios países.

Estados Unidos reconoció oficialmente la independencia de Ucrania el 25 de agosto de 1991, Rusia el 26 de agosto e Italia el 28 de diciembre.

El segundo presidente de Ucrania fue Leonid Kuchma, desde 1994 hasta 2005.

Este periodo es recordado por varios episodios de corrupción y severas restricciones a la libertad de prensa.

Todo comenzó con la publicación de una grabación de Kuchma supuestamente relacionada con el secuestro y la muerte del periodista Georgiy Gongadze.

Más tarde, otras grabaciones se referirían a situaciones controvertidas, como la participación en el apoyo a la guerra del Irak de Saddam Hussein. La consecuencia es un distanciamiento de la Ucrania de Kuchma de Estados Unidos, entre los estados acusadores, y un fortalecimiento de las relaciones con la Rusia del recién elegido presidente Putin, que propugna su defensa.

La tensión con los estadounidenses se alivia entonces con el envío de contingentes militares durante la ocupación de Irak en 2003.

2004 fue el año de las elecciones presidenciales para sustituir al saliente Kuchma, acusado por varios escándalos.

El enfrentamiento, en la segunda vuelta del 21 de noviembre de 2004, es entre el primer ministro Viktor Janukovyč, apoyado por Putin, y el líder de la oposición Viktor Juščenko, respaldado por la Unión Europea y Estados Unidos.

El resultado es favorable a Janukovyč, especialmente con el apoyo del oblast de Donetsk y las regiones orientales del Donbass y Crimea, pero hay fuertes sospechas de fraude, también a la luz de los sondeos a pie de urna que daban a Juščenko como seguro ganador. En este contexto, los manifestantes de Kiev salen a la calle pacíficamente: es el inicio de la Revolución Naranja, la primera en Ucrania. El deseo es cambiar el rumbo tras años de corrupción y represión de la prensa, pero al mismo tiempo abrirse a la OTAN y a la Unión Europea, que llaman a las puertas del país. Los partidos acuerdan repetir la votación y Juščenko gana con el 52% de los votos frente al 44% de su oponente, convirtiéndose así en el nuevo presidente.

Tras la elección de Juščenko y el acercamiento de Ucrania a Europa, las relaciones con Rusia se enfriaron. Desde que la Unión Europea concedió al país el estatus de economía de mercado, el 1 de enero de 2006 Rusia revocó la concesión de gas a precio preferencial y, a través de la empresa Gazprom, aplicó tarifas ordinarias, que Kiev consideró inaceptables. Ucrania apela a los Acuerdos de Budapest firmados en 1994, que, sin embargo, se refieren a las amenazas a la soberanía y la integridad territorial y no eran acuerdos comerciales.

El problema adquiere interés internacional porque el gas que fluye de Rusia a Ucrania constituye el 25% de las importaciones de los países de la UE. El 1 de enero, Austria, Francia, Alemania e Italia, junto con los demás países de la UE, piden formalmente a Ucrania que no impida el flujo de gas. Empieza una larga partida de ajedrez en la mesa con Rusia, que también incluye las acusaciones de Gazprom contra Ucrania de retirar ilegalmente 100 millones de metros cúbicos de gas destinados al mercado europeo.

Se llegó a un acuerdo para comprar gas a Rusia destinado al mercado europeo a un precio fijo durante los próximos cinco años, pero también la posibilidad de comprarlo a precios favorables desde Kazajistán y Turkmenistán a través de una empresa suiza con participaciones rusas y ucranianas.

En 2010 Janukovyč se convirtió en presidente. La noche del 21 de noviembre de 2013 se iniciaron una serie de manifestaciones violentas que se prolongarían hasta la revolución del año siguiente. Nace el movimiento Euromaidán, a favor de la entrada de Ucrania en la Unión Europea. Se inspira en la Revolución Naranja pero, a diferencia de ésta, adquiere un carácter violento y se apoya en grupos nacionalistas, de extrema derecha y paramilitares que se convierten en protagonistas de acciones sangrientas como la masacre de Odessa del 2 de mayo de 2014.

Las protestas de Euromaidán siguen, mientras la Unión Europea pide la liberación de Julija Timoshenko, protagonista de la Revolución Naranja y ahora encarcelada acusada de malversación de fondos públicos. Los problemas culminaron con los choques en la Plaza de la Independencia de Kiev y el asalto al palacio presidencial y a las oficinas del gobierno. Las manifestaciones se extienden también a otras zonas de Ucrania, especialmente al oeste, donde el oblast de Lviv se declara independiente del gobierno.

Euromaidán consigue tomar el control y nombra a Oleksandr Turčynov como nuevo presidente, votado por los presentes en el Parlamento y apoyado por toda la oposición. Entre las prioridades del nuevo gobierno están la adhesión a la Unión Europea y el ingreso en la OTAN. Janukovyč es depuesto, huye del país y posteriormente es condenado por alta traición por el Tribunal de Kiev.

Mientras se desarrollan las manifestaciones del Euromaidán en Kiev, el 20 de febrero de 2014, Rusia comienza su ocupación de Crimea, llevando tropas a Sebastopol. Se trata de

soldados rusos que luchan sin estandartes oficiales, los llamados "hombrecillos verdes", que actúan en apoyo de los independentistas prorrusos locales. Los choques contra las fuerzas ucranianas continuaron y, en pocos días, los rusos consiguieron ocupar posiciones estratégicas en la península.

El 11 de marzo, Crimea y Sebastopol se declaran independientes y el Parlamento nombra a Serguéi Aksénov primer ministro.

El 15 de mayo se vota el referéndum para la anexión de Crimea a Rusia, sobre la base del principio de la autodeterminación de los pueblos y frente a una población en gran mayoría de origen ruso. Más del 95% vota a favor. El Gobierno de Ucrania, la OCDE, los Estados Unidos, la Unión Europea consideran el referéndum ilegal y presentan una resolución al Consejo de Seguridad de la ONU, pero esto es rechazado por el derecho de veto de Rusia. Un mes después de la declaración de independencia de Crimea, el 6 de abril de 2014 empieza la guerra en Donbass, región oriental de Ucrania muy rica en yacimientos de carbón y con una gran población rusa.

Los separatistas, apoyados por las fuerzas armadas rusas, se apoderan de algunos palacios gubernamentales y logran conquistar importantes ciudades, a pesar de la oposición del ejército ucraniano y de los aliados Euromaidán que a veces desemboca en choques sangrientos como la masacre de Odesa.

El 11 de mayo se convocó un referéndum no reconocido por Kiev y el 6 de abril la República Popular de Donetsk y la República Popular de Lugansk proclamaron su independencia. El conflicto continúa hasta hoy, con tensiones crecientes entre Rusia, Estados Unidos y la Unión Europea. El 21 de febrero de 2022, Putin reconoció oficialmente la independencia de las dos repúblicas de Donbass.

En febrero de 2022 comienza la partida de ajedrez entre la Rusia de Putin y los Estados Unidos de Biden con el apoyo de la OTAN. La diplomacia fracasa y las negociaciones se interrumpen. Los rusos refuerzan la presencia militar en la frontera y en Belarús, mientras que las fuerzas de la OTAN disponen de sus tropas para defenderse de un posible ataque. La guerra en Ucrania comenzó el 24 de febrero de 2022 a las 6 de la mañana.

Rusia bombardea las ciudades de Odessa, Kharvik, Mariupol, Lviv y la capital Kiev.

Los objetivos son aeropuertos y bases militares; la motivación de la intervención es la protección de la población del Donbass.

Según testimonios de militares rusos, hasta hoy han muerto más de 5.937 rusos en el conflicto, más de 61.200 ucranianos y unos 49.400 han resultado heridos.

## **2.2 Los efectos macroeconómicos del conflicto en Europa Occidental.**

Para contrarrestar la invasión en suelo ucraniano, el Occidente ha decidido imponer sanciones económicas al Estado ruso, en un método desconcertante.

El embargo aplicado a Moscú ha generado un trastorno en la factura energética occidental que ha obligado a tomar decisiones drásticas a la mayoría de los gobiernos centrales de la Europa ilustrada.

Sumando solo el valor total de las importaciones de productos mineros y siderúrgicos, nuestro país pagó la suma de 13.500 millones de euros a las arcas de Moscú en 2021.

Por otra parte, debido a los efectos del embargo, Italia se ha visto privada de la posibilidad de exportar 7.700 millones en mercancías y, al mismo tiempo, tiene que pagar el cuádruple de la factura energética para garantizar un invierno benigno en los hogares de sus ciudadanos.

El rebote en la factura energética del Sistema Nacional de Producción ha hecho que las facturas cargadas a todo el tejido industrial nacional se dupliquen en poco menos de tres meses.

El trastorno causado en la economía real, en particular en el sector de la construcción, que en Italia representa el 5,5% del PIB, desencadenado por el aumento vertical de los precios de los productos semielaborados de acero (es decir, todos los componentes metálicos utilizados para construir o adaptar los edificios a las normas antisísmicas, reguladas por el Reglamento Técnico de la Construcción de 2018) se sitúa en el 40%, unos costes más elevados que pesan sobre el presupuesto familiar de todos los ciudadanos que se han acogido al crédito fiscal previsto con la institución del llamado Superbonus, faro luminoso de las políticas de los dos últimos gobiernos.

La apreciación del rublo en los mercados monetarios, debido al aumento de los precios en los mercados internacionales de las materias primas producidas por Moscú, se debe a un aumento desproporcionado de las divisas preciosas que viajan en las arcas de los bancos rusos por márgenes desproporcionados.

Pero el efecto más devastador que Occidente tendrá que sufrir pronto, debido a las opciones políticas hasta ahora impuestas a las economías nacionales, se apreciará en los próximos dos o tres años. Se generará por el hecho de que China e India, así como Turquía y Pakistán, están comprando materias primas a Rusia a un precio 90% inferior al que paga la industria de la UE.

El petróleo, el metano, la madera, los fertilizantes, la urea, los plásticos, el cemento, los productos mineros, el grano, los cereales y los aceites vegetales se transportan ahora a los mercados orientales y desde allí se destinan al consumo interno, cada vez mayor.

Si en la última década Europa ha intentado salvaguardar, proteger la producción nacional sobre una base cualitativa, además de legislativa, serán los mercados los que sancionen la cancelación de las empresas industriales europeas, precisamente por los supuestos vinculados a la invasión rusa en Ucrania, de esto podemos estar más que seguros.

Una tenue esperanza, un horizonte incluso efímero y menos oscuro respecto a la suerte de las economías continentales, como se puede ver razonando en torno a los argumentos y hechos expuestos hasta ahora, sólo puede realizarse en la hipótesis, tan remota como hoy, de que Europa vuelva a ser dueña de sus propias opciones, tomando decisiones geopolíticas verdaderamente representativas de las necesidades de sus propias poblaciones y de las finanzas públicas comunitarias.

Mientras esta dependencia histórica con Washington no se libere de las mesas de decisión, Occidente está destinado, a corto plazo, a sucumbir.

## **2.3: Los daños del conflicto en la economía turística nacional y de la UE**

¿Cuánto vale el turismo ruso en Italia?

Casi 6 de cada 10 extranjeros (58%) han tenido que renunciar a venir a Italia en 2021, con el gasto de los viajeros del extranjero reducido a la mitad y una pérdida de 22.500 millones de euros respecto a 2019, el último año antes de la pandemia.

La ausencia de extranjeros en Italia está afectando a la hospitalidad turística, que sufre mucho porque los visitantes de países europeos tienen tradicionalmente una gran capacidad de gasto.

Con la llegada del verano, los principales centros turísticos empiezan a contar con la falta de turismo ruso. En Rímini, los rusos representaban el 50% de los turistas.

Los rusos adoran Rímini: en 2019 habían llegado 97.000 y representaban más del 50% del turismo extranjero, superando incluso a los alemanes, durante casi medio siglo representaban los motores de la economía hotelera.

Incluso el aeropuerto de Rímini tuvo que revisar sus planes, teniendo en cuenta que los acuerdos firmados con algunas compañías aéreas y operadores turísticos preveían traer este verano 300.000 turistas no sólo de la antigua Unión Soviética, sino también de Ucrania, con más vuelos directos desde Kiev.

Desde hace una década, el archipiélago de Campania es una escala popular para los oligarcas rusos, con sus yates lujosos.

Sólo el turismo ruso ha supuesto 300.000 presencias en Ischia, 275.000 en Capri y no menos de 100.000 en Procida y Vivara.

Con una media de ingresos muy alta, los isleños se han visto obligados a crear una recepción específica, con personal que hablaba ruso y operadores turísticos.



La guerra provocó la cancelación del 100% de las reservas.

La caída del turismo ruso también ha tenido consecuencias muy graves en las zonas costeras y en Capri, con una pérdida de más de 450.000 presencias sólo en los dos meses de julio y agosto.

La Toscana también se ha encontrado en dificultad sin los rusos, especialmente entre Forte dei Marmi, Marina di Pietrasanta y Castiglioncello, así como Punta Ala y la península del Argentario.

El turismo ruso en Toscana solía ser sinónimo de negocios inmobiliarios millonarios y compras fabulosas. Ahora, mientras se embargan los yates amarrados en los puertos más prestigiosos y el personal de servicio de las villas rusas y de los barcos pierde su empleo, la región se enfrenta a una temporada de verano sin rusos.

El impacto de la ausencia del turismo ruso se dejará sentir, por tanto, en toda Italia, pero pesará especialmente en dos zonas geográficas concretas. Cerdeña y Toscana, que son históricamente las regiones que más acogen a los turistas rusos.

En la isla se esperaba la llegada de 220.000 rusos en 2022 y unos ingresos por su presencia de unos 80 millones de euros.

La guerra los mantendrá alejados con graves consecuencias: el alcalde de Arzachena, corazón de la Costa Esmeralda, habló de cientos de puestos de trabajo en peligro y abrió una mesa de crisis para buscar soluciones.

Los trabajadores destinados a los servicios internos de las residencias, los servicios de bardo de los yates, el consumo agroalimentario de excelencia, todo el sector de las empresas de restauración, en esencia, perdieron el 90% del mercado estacional.

No es diferente en la Toscana, donde los rusos se sienten como en casa, especialmente en la Versilia.

Solo Forte dei Marmi acogió a 31.000 personas en 2019, pero las cifras no dan una idea de un fuerte vínculo, nacido en los años 90 y crecido hasta el punto de que muchos rusos se han integrado en el tejido social local y han decidido trasladar su residencia a Forte y que sus hijos estudien en la Toscana. ¿Y ahora?

El alcalde del turismo del municipio de Versilia, Graziella Polacci, cuenta cómo surgió la relación entre Rusia y Forte dei Marmi: "La relación nació en los años noventa con la llegada a Forte dei Marmi del gran director ruso Andrej Konchalowsky, que permaneció en nuestro país durante varios años, creando a su alrededor un grupo de intelectuales que amaban especialmente la Toscana, nuestra forma de vida y nuestra cocina", explica. "Konchalowsky donó a la ciudad el visionado de la película "La casa de los locos".

También durante este periodo, Forte dei Marmi recibió la visita de famosos cantantes de ópera rusos, estrellas de la televisión nacional y periodistas. Un turismo intelectual.

Luego, en la década de 2000, el giro hacia un turismo rico y a veces excesivo, pronto sustituido, sin embargo, por un nuevo enfoque. Esto dio lugar a un turismo sedentario y diferente, formado por familias rusas e incluso ucranianas de clase media, antes frecuentes en la Costa Azul, que decidieron invertir en Forte dei Marmi, comprando propiedades y pasando largas temporadas en la localidad. En los últimos años, se pueden ver familias normales alquilando incluso casas de tamaño medio y frecuentando nuestros hoteles.

El turismo de hoy ya no es el de los primeros años, cuando las noticias hablaban de propinas estratosféricas y de Ferraris, Rolls Royce y guardaespaldas, sino de gente que prefiere nuestra ciudad precisamente por la tranquilidad, la playa y la belleza del ciclismo en absoluta serenidad".

Es difícil identificar con certeza cuántas villas y hoteles de Forte dei Marmi y sus alrededores son de propiedad rusa. Sin embargo, hay algunas estimaciones que dan una idea: hay ocho hoteles de propiedad rusa, y al menos 500 familias rusas, pero

también ucranianas, que frecuentan permanentemente o incluso viven en Versilia. Incluso el presidente ucraniano Volodymyr Zelensky compró hace quince años una villa en Vittoria Apuana, una aldea de Forte dei Marmi, por casi 4 millones de euros. En definitiva, un fuerte vínculo cuya ausencia se hará notar.

Sin duda, uno de los sectores más afectados será el de los alquileres. De hecho, en verano fueron los rusos los que cubrieron gran parte del mercado de viviendas de lujo, con precios que a menudo alcanzaban los 250 mil euros por temporada.

La pandemia ha reducido la presencia de turistas rusos en un 90%, pasando de más de 31 mil en 2019 a 3 mil en 2020; una situación de conflicto armado no hace sino prolongar en el tiempo una situación de la que esperábamos poder salir para el próximo verano.

El turismo ruso también tiene un efecto directo en el excelente consumo agroalimentario.

El conflicto pone en peligro las exportaciones agroalimentarias italianas a Rusia y Ucrania. Según las estimaciones de Coldiretti, estamos hablando de una facturación que superó los mil millones de euros en el año que acaba de terminar.

Rusia está al frente, donde las ventas en 2021 alcanzaron los 670 millones, un aumento del 14% respecto a 2020. Una parte importante de los beneficios también está garantizada por Ucrania, con 350 millones de euros. Para el *Made in Italy* son cifras importantes, pero podrían verse gravemente afectadas por la guerra, lo que se suma a un panorama ya difícil.

En 2014, de hecho, el presidente ruso Vladimir Putin, con un decreto en respuesta a las sanciones decididas por la Unión Europea y Estados Unidos, bloqueó las exportaciones agroalimentarias a Rusia de determinados productos, con un efecto catastrófico para Italia. De hecho, se estima una pérdida global de 1.500 millones en siete años y medio.

El embargo sigue vigente, a pesar de los numerosos intentos de mediación, y prohíbe la entrada de frutas y verduras, queso, carne y embutidos, así como pescado, procedentes de la UE, Estados Unidos, Canadá, Noruega y Australia.

En la lista negra hay productos de muy alta calidad, símbolos del *Made in Italy*, desde el Parmigiano Reggiano hasta el Grana Padano, desde el jamón de Parma hasta el de San Daniele, pero también frutas y verduras.

El vino es el sector más afectado.

En un contexto crítico, el vino parece ser el producto de mayor riesgo.

En 2021, los rusos compraron vinos italianos por valor de 375 millones de dólares. Italia es el primer país proveedor, con una cuota de mercado cercana al 30%, por delante de Francia y España. 2021 ha sido un año de crecimiento para el sector (+11% respecto a 2020) y ha visto un auge de los vinos espumosos (+25%) y un aumento de los vinos embotellados (+2%).

Las denominaciones más populares son Prosecco, Lambrusco y Asti Docg.

En el sector del vino, Ucrania también es un mercado importante. Italia es, al igual que Rusia, el líder del mercado y registró un increíble crecimiento en 2021 gracias a sus burbujas (+78%).

Los problemas que ponen en peligro el futuro inmediato del vino italiano en Rusia son dos: las dificultades de envío y las de pago.

Como consecuencia de las sanciones impuestas a los bancos rusos, se espera que se suspendan los pagos procedentes de Moscú, en un escenario de estado de guerra que provocará la pérdida de la protección del seguro en los pagos de mercancías.

Por último, pero no menos importante, está el sector de la pasta. Aquí los puntos críticos van en ambas direcciones. Por un lado, está el problema del suministro de maíz y trigo.

De hecho, Ucrania también desempeña un papel importante en el frente agrícola, ya que produce alrededor de 36 millones de toneladas de maíz para la alimentación animal (5º puesto del mundo) y 25 millones de toneladas de trigo para la producción de pan (7º puesto del mundo), mientras que Rusia es el primer exportador mundial de trigo. La guerra ya ha provocado un aumento del coste de las materias primas y pronto podría suponer un incremento del coste del pan y la pasta en los supermercados italianos.

Por el contrario, Italia tiene en Rusia un mercado central para las exportaciones de pasta. Entre otras cosas, porque el consumo de pasta en el país de Putin aumenta a un ritmo vertiginoso año tras año. Numerosas marcas italianas de pasta han entrado en esta tendencia de mercado, mientras que Barilla ha construido dos fábricas en suelo ucraniano con más de 2.500 trabajadores de producción para el mercado nacional, y ambas están actualmente cerradas debido al conflicto.

### **Capítulo III: Cambio de hábitos sociales durante la pandemia, fruición cultural virtual, comercio online.**

#### **3.1 La fruición cultural en Italia durante la cuarentena.**

Para poder examinar cuál ha sido el efecto sobre el patrimonio cultural y artístico durante la pandemia de COVID 19, es bueno dar la percepción del patrimonio que se incluye en el mero enunciado "Patrimonio Cultural", sólo en el ámbito artístico, monumental y arquitectónico.

El informe que realiza anualmente el ISTAT ofrece una descripción detallada de todos los museos y otras estructuras de tipo museístico existentes en Italia, es decir, todas aquellas estructuras permanentes abiertas al público que adquieren, conservan, comunican y exponen, con fines de estudio, educación y disfrute, bienes y/o colecciones de interés cultural, ya sean públicos o privados, estatales o no, siempre que estén dotados de servicios organizados para su uso.

Los datos recogidos documentan un patrimonio italiano cuantificable en casi 5.000 instituciones abiertas al público en 2019, repartidas por todo el país y capaces de movilizar un total de más de 128 millones de visitantes.

Hay 4.908 museos e instituciones similares, públicas y privadas, estatales y no estatales, abiertas al público en 2018. Este patrimonio está formado por 3.882 museos y colecciones (79,1%), 630 monumentos (12,8%), 327 yacimientos arqueológicos (6,7%) y 69 ecomuseos (1,4%). Estas estructuras están repartidas por todo el país.

Entre los museos, sitios arqueológicos y monumentos, las regiones con mayor concentración de instalaciones son Toscana (553), Emilia-Romaña (454), Lombardía (433), Piamonte (411), Lacio (357) y Véneto (304). Roma (121), Florencia (69), Turín (49), Milán (47), Bolonia (46), Trieste (41), Génova (40), Nápoles (38), Venecia (37) y Siena (34) son las 10 ciudades con mayor número de testimonios de la riqueza cultural-histórica, arquitectónica y arqueológica de Italia.

Además de los polos más atractivos, no faltan lugares de interés cultural en los municipios italianos pequeños y muy pequeños: el 16,1% de las instalaciones museísticas se encuentran en municipios de menos de 2 mil habitantes, algunos de los cuales cuentan con hasta 5-6 instalaciones, mientras que el 30% se encuentran en municipios de 2 mil a 10 mil habitantes.

Hay una gran cantidad de museos arqueológicos que muestran testimonios de civilizaciones prehistóricas y antiguas, zonas y parques arqueológicos y objetos arqueológicos (20%), sobre todo en Cerdeña, Basilicata, Molise, Sicilia y Lacio. Le siguen los museos que exponen colecciones y objetos de arte antiguo, moderno y contemporáneo (17,8%), que se encuentran sobre todo en Umbría, Toscana, Las Marcas y Lombardía, y los museos que cuentan las costumbres y tradiciones de las comunidades locales a través de colecciones etnoantropológicas (11,7%), que se encuentran sobre todo en Basilicata, Bolzano, Calabria, Valle de Aosta y Piamonte. Los museos de arte sacro y las iglesias y monumentos de carácter religioso son el 10,3% del total, localizados sobre todo en el sur de Italia, en Apulia, Campania, Calabria y Sicilia.

Aunque todavía son limitadas en número (1,4%), las instituciones ecomuseales son una realidad emergente que da testimonio de la riqueza extendida por todo el territorio y no

contenible en una estructura física, y de la creciente voluntad también de las pequeñas realidades locales de preservar y promover la memoria histórica, la identidad cultural y los recursos artísticos de los lugares a través de proyectos que implican a las comunidades locales.

De 2006 a 2018 el público del patrimonio cultural italiano aumentó en casi un tercio (32,2%), creciendo a un ritmo medio de más de 2,5 millones de visitantes al año. En concreto, el número de visitantes a los museos, monumentos y yacimientos arqueológicos de titularidad estatal casi se ha duplicado, pasando de 34,6 a 54,1 millones, y el número de visitantes a las instalaciones no estatales también ha crecido, aunque más lentamente: de 62,7 millones en 2006 a 74,5 millones.

En los últimos años, la expansión del número de visitantes se ha acelerado notablemente: en sólo un año, los visitantes de los museos italianos aumentaron en casi 10 millones. Así, en 2018 se registró un récord de 128,6 millones de entradas (+8% respecto a 2017): 63,4 millones en museos, 51,1 millones en monumentos, 13,7 en zonas arqueológicas y 488 mil en estructuras de ecomuseos.

Las instalaciones de titularidad estatal, 460 que incluyen museos, zonas arqueológicas y monumentos musealizados, atraeron, solo en 2019, a unos 54 millones de visitantes (o el 42% del total), con una media de visitantes cuatro veces superior a las no estatales (una media de casi 120 mil personas por institución estatal frente a 19 mil por institución no estatal).

Los 4.448 establecimientos no estatales (representados en su mayoría por instituciones de propiedad municipal, que ascienden a 2.037, el 41,5% del total) no superan las 2 mil admisiones al año en casi la mitad de los casos (46,5%), realizando un servicio de presidio cultural a menudo dirigido principalmente a la comunidad local. Junto a la extrema difusión y variedad, otras características que distinguen al patrimonio cultural nacional son la polarización en tamaño y la concentración de los flujos de visitantes. El Panteón, el Anfiteatro Flavio (Coliseo), el Área Arqueológica de Pompeya y el Museo y Parque de Capodimonte encabezan la lista de los lugares más visitados, todas instituciones estatales que registraron más de tres millones de visitantes cada una en 2019 y que en conjunto

suman 21,5 millones, es decir, el 17% de la audiencia total de todo el patrimonio cultural italiano.

Por término medio, es posible calcular unos 29 mil visitantes por estructura de exposición, pero las diferencias territoriales y por tipo de estructura son significativas. Las villas, los palacios y los monumentos de interés histórico y artístico son los que atraen a un mayor número de visitantes (100 mil entradas por estructura), sobre todo en Friuli-Venecia Julia y el Lacio.

En cambio, los museos de arte antiguo y de arte moderno y contemporáneo del Véneto, Toscana, Campania y Piemonte registraron una media de más de 40.000 visitantes por instalación de exposición. En cambio, los institutos museísticos de los Abruzzos, Molise y Las Marcas no superaron el umbral medio de 6 mil visitantes al año.

Con la excepción de algunos lugares de importancia nacional e internacional, los visitantes de los yacimientos arqueológicos están disminuyendo. En conjunto, se estima que 58,6 millones de extranjeros visitarán nuestro patrimonio museístico en 2019 (el 46% del total del público); casi la mitad visita museos (45,9%), el 42% monumentos y el 12% zonas arqueológicas.

Sin embargo, no todas las instalaciones están adecuadamente equipadas para recibir a los visitantes extranjeros: Sólo el 53,5% de los museos ofrecen paneles, leyendas y fichas en idiomas distintos del italiano y en menos de dos tercios de los casos (63,7%) pueden contar con personal capaz de proporcionar a los visitantes extranjeros información en inglés (el porcentaje desciende al 29,9% en el caso del francés, al 11,6% en el del alemán y al 10,5% en el del español), aunque el 73,1% pone a disposición material informativo impreso traducido a varios idiomas y el 73,4% ofrece audioguías multilingües para un mejor disfrute de las exposiciones.

Las 10 ciudades italianas con mayor concentración de visitantes (55,5%) son, por este orden: Roma, Florencia, Nápoles, Venecia, Milán, Turín, Pisa, Pompeya, Siena y Verona. Mientras que Florencia ofrece sobre todo museos de arte antiguo y medieval, monumentos de interés histórico-artístico e importantes edificios religiosos y conjuntos monumentales, Milán destaca sobre todo por sus instalaciones que exponen arte moderno y contemporáneo, museos temáticos y piezas de arqueología industrial.



En Nápoles la oferta de museos es decididamente más variada: museos de arte y ciencia, de historia natural y arqueología, museos industriales y complejos monumentales de carácter religioso. En Roma, en cambio, los museos, las zonas arqueológicas y los monumentos destacan por su número. Digitalización iniciada pero incompleta del patrimonio cultural A pesar de la progresiva difusión y aplicación de las tecnologías digitales en el mundo de los museos, en Italia sólo uno de cada diez (10,4%) ha catalogado digitalmente su patrimonio.

De ellas, alrededor de un tercio (37,4%) ya ha completado el proceso de digitalización, dos tercios han comenzado las actividades de digitalización pero han cubierto alrededor del 50% de los fondos y colecciones disponibles. El uso por parte de los museos italianos de tecnologías interactivas y herramientas digitales para enriquecer la experiencia de la visita y el compromiso del público parece todavía limitado: sólo la mitad de las estructuras encuestadas (44,7%) ponen a disposición al menos un dispositivo entre smartphones, tabletas, pantallas táctiles, ayudas a la visita como salas de vídeo y/o multimedia, tecnología de códigos QR y recorridos de realidad aumentada.

Mientras que la comunicación e información in situ tiene amplios márgenes de desarrollo, la comunicación en línea implica un número creciente de facilidades: la mitad de los institutos tienen un sitio web dedicado (51,1%) y el 53,4% tiene una cuenta en los medios sociales más importantes (como Facebook, Twitter, Instagram, etc.). El número de instalaciones que ofrecen la posibilidad de comprar entradas online se ha duplicado en tres años -del 6,6% en 2015 al 14% en 2019-, mientras que ha crecido el número de instalaciones que ponen a disposición de sus usuarios Wi-Fi gratuito (del 18,6% en 2015 al 25,1% en 2019).

El 38,4% de las instituciones museísticas publican en la web enlaces a mapas digitales y/o coordenadas geográficas útiles para la geolocalización de la estructura y un museo de cada diez (9,9%) ofrece la posibilidad de realizar una visita virtual a su institución.

A pesar de que nuestro país cuenta con algunas excelencias absolutas -como "Pompeya para todos", el mayor itinerario de visita facilitada jamás creado en una zona arqueológica-, el patrimonio museístico italiano sigue presentando barreras físicas y sensoriales que

impiden a las personas con discapacidad acceder plenamente a los recursos culturales disponibles.

Sólo la mitad de los museos italianos (53%) están adecuadamente equipados para garantizar la accesibilidad de los espacios y la usabilidad de las colecciones a los usuarios con discapacidad; la mayoría de ellos se encuentran en Umbría (64,2%), Emilia-Romaña (61,8%), Lombardía y Lacio (ambos 60,7%). Los museos de la provincia de Bolzano (39,6%), así como los de Emilia-Romaña (36,9%), Lombardía (34,5%) y Toscana (33,5%) ofrecen más que otros asistencia especializada a los usuarios con discapacidades, mientras que todavía son demasiado pocos los museos equipados con dispositivos y soluciones dedicados a las personas con discapacidades sensoriales (deficientes visuales e invidentes): sólo el 12,6% de las estructuras encuestadas, situadas principalmente en el Lacio (16,6%), Apulia (16,5%), Véneto (16,4%) y Cerdeña (15,9%).

En los dos últimos años, sin embargo, se ha dado un fuerte impulso a la realización de servicios de fruición mediante la Realidad Aumentada: soportes de hardware y software que permiten al usuario sumergirse virtualmente, con una renderización "en vivo", a lo largo de las rutas de los museos mientras permanece cómodamente sentado en su casa. Una herramienta muy necesaria para que 48 millones de personas de todo el mundo puedan acceder a las riquezas conservadas en los museos italianos, ya sea por estudio o por placer. El impulso al desarrollo de las técnicas de difusión virtual en los dos últimos años está promoviendo la creación de plataformas virtuales interactivas para los más importantes museos nacionales de ciencia, desde el Museo de Arqueología hasta el de Arte Romano, pasando por el de Paleontología y Ciencias de Roma, así como el de Arte Moderno y el de Arte Contemporáneo.

Las estructuras monumentales más conocidas del mundo, es decir, el Coliseo, el Panteón, el Ara Pacis y todo el complejo de las Termas de Caracalla, pronto podrán "visitarse" mediante una elemental conexión a Internet con una representación gráfica igual a la vida. Si la pérdida de más de 300 millones de entradas a museos y yacimientos arqueológicos en los dos últimos años ha hecho naufragar las ya míseras arcas del Ministerio de Cultura, no se ha interrumpido la posibilidad de que los ciudadanos del mundo puedan al menos visitar nuestro patrimonio cultural sin tener que desplazarse de su casa o de su propio país.

### **3.2 Comercio online entre la pandemia y el conflicto ruso-ucraniano**

A causa de la Pandemia todos los hábitos cambiaron drásticamente: las cenas en restaurantes, los aperitivos con amigos, los conciertos, el cine, la actividad física en el gimnasio, las compras, el modo de vida en el trabajo, en la escuela.

Un cambio al que debíamos adaptarnos lo más rápidamente posible.

Hemos sido testigos, en el año que estamos a punto de dejar atrás, de un auge del comercio electrónico y de las ventas *online*. Está claro que las empresas tienen que adaptarse, ser flexibles y satisfacer las nuevas necesidades del público.

Una visión privilegiada de los efectos de esta expansión geométrica la resumió Michele Urbano, Director Único de ITLAB Srl, una agencia web "histórica" de Apulia que lleva construyendo sitios web hace unos treinta años.

"Estamos asistiendo a un notable proceso de crecimiento en el uso de los sistemas de información por parte de todos y, al mismo tiempo, a una toma de conciencia por parte del empresario de que ya no puede renunciar a la presencia *online*. Para una empresa no estar presente en Internet hoy en día es estar fuera del mundo. La emergencia actual ha cambiado los hábitos y el estilo de vida de todos. Hoy en día, las compras se realizan principalmente por Internet.

Cualquier usuario con su teléfono móvil siempre tiene Internet, duerme junto a él y no puede moverse libremente, ha empezado a comprar online, descubriendo ventajas inimaginables. Todo esto se traduce en una demanda muy fuerte de sitios web y sistemas de comercio electrónico.

Los empresarios que creyeron en estas tecnologías en el pasado han sido recompensados. Los que no lo hicieron, están tratando de adaptarse al cambio que se está produciendo".

Se trata del informe anual de Covid sobre el comercio electrónico, que documenta con gran detalle cómo han cambiado las opciones de los consumidores.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo realizó una encuesta entre unos 3.700 consumidores de nueve economías, tanto emergentes como desarrolladas, entre ellas Italia, para comprender el impacto de la pandemia en las compras por Internet.

Se descubrió que, como resultado de la pandemia, más de la mitad de los encuestados compraron a través del comercio electrónico con más frecuencia que antes del Covid.

De hecho, las compras en línea aumentaron en al menos 10 puntos porcentuales en la mayoría de las categorías de productos, en particular la electrónica, el bricolaje, la educación, los cosméticos, los productos del hogar y los productos farmacéuticos.

A pesar del creciente uso del comercio electrónico para realizar compras, el gasto medio mensual por comprador disminuyó, porque en un periodo de incertidumbre la gente prefirió posponer las compras importantes y se concentró más en los productos de uso diario.

El mayor descenso se produjo, como era de esperar, en el sector del turismo y los viajes: alrededor de un 75% menos por comprador en línea. Pero el auge de las ventas online también presenta diferencias en cuanto a la respuesta generacional.

El gasto medio mensual por comprador no se redujo de manera uniforme y tuvo distintas repercusiones según la edad de los compradores. Los distintos grupos de edad tuvieron una respuesta diferente a las compras durante la pandemia.

Hay que recordar que los informes evolucionan, ya que el comportamiento cambia según la situación.

Sin embargo, en general, la Generación Z y los millennials son los que más han sentido la crisis y la preocupación por el futuro y han reducido drásticamente sus compras.

Por otro lado, sólo un pequeño porcentaje de personas de la Generación X se preocuparon por la situación y se inclinaron más por el ahorro en este momento económicamente delicado, la mayoría de los nacidos en los años 60-70 no cambiaron sus gastos y hábitos.

Sin embargo, el comercio electrónico después de la emergencia de Covid sigue manteniendo una curva de crecimiento bastante constante, a pesar de que los centros comerciales tradicionales están ahora libres.

No es posible hacer predicciones realistas en este momento, pero es bastante evidente que hay que adaptar las actividades comerciales a las condiciones cambiantes, anticipando las necesidades de la gente, y creando sitios de comercio electrónico que sean capaces de acompañar a los clientes en esta delicada fase.

Es razonable pensar que lo que se ha convertido en un hábito de compra durante la pandemia continuará en el futuro, dirigiendo a un público cada vez más amplio hacia el comercio electrónico.

El Covid-19 provocó una dinámica mixta en el panorama del comercio electrónico. Por un lado, la venta de servicios en línea se desplomó como consecuencia de la crisis en el sector del turismo y el transporte; por otro, la venta de productos se disparó. Desde los primeros meses del cierre, los italianos han utilizado el comercio electrónico para adquirir diversos productos, desde alimentos hasta ropa. Pero un año después de la pandemia, 2021 marca un cambio de rumbo que afecta a todo el mundo del comercio. Así que veamos en detalle cómo siguen reaccionando los minoristas, entre nuevas iniciativas digitales y nuevas formas de comunicarse con los consumidores.

Entre los minoristas ha habido diferentes respuestas a la emergencia sanitaria, pero una cosa es cierta: el comercio electrónico ha tomado el protagonismo y la integración de lo online y lo offline es cada vez más concreta. Ha habido quienes han cerrado o ralentizado su negocio en línea y luego lo han reiniciado con nuevos métodos de venta, quienes han mejorado su servicio mediante nuevas asociaciones y quienes se han acercado al comercio en línea por primera vez. De todo esto, ya durante los diversos cierres, surgieron cambios que podrían conducir a una nueva era para el comercio electrónico B2c en Italia:

- mejora y aparición de nuevas iniciativas de comercio electrónico (por ejemplo, mediante la contratación de nuevos empleados);
- innovación y mejora de las entregas (por ejemplo, con servicios de click & collect o drive & collect);
- Experimentación de nuevos métodos de venta (por ejemplo, pedidos a través de Instagram);
- asesoramiento digital a medida;
- las comunicaciones sociales para el entretenimiento (por ejemplo, la transmisión en directo).

¿Y después del confinamiento? La fase de reapertura de las tiendas físicas no frenó el empuje de los minoristas hacia la innovación digital, que sacó a la luz iniciativas destinadas a hacer que la experiencia en la tienda sea cada vez más parecida a la online,

por ejemplo, nuevas formas de probar los productos (como el envío de cajas de compra a domicilio) o nuevas formas de gestionar los pedidos y los pagos (como los pagos con códigos QR).

La alimentación y los comestibles fueron uno de los principales sectores que impulsaron el crecimiento de los productos de comercio electrónico B2c en 2020, con una tasa de crecimiento muy superior a la media (+70% en comparación con 2019) y un valor de 2.700 millones de euros. Los picos de demanda de productos alimentarios y la incapacidad de satisfacerlos hicieron ver a los minoristas de alimentación y ultramarinos la necesidad de desarrollar estrategias más estructuradas.

Si nos fijamos en los segmentos individuales -Alimentación, Alimentación y Bebidas y Reparto de Alimentos- hay numerosas iniciativas que se han activado para hacer frente a la emergencia sanitaria y que también podrían servir de inspiración para otros segmentos:

Tienda de comestibles

- Mejora de la capacidad operativa del comercio electrónico;
- Innovación y mejora de las entregas (por ejemplo, entregas sin contacto);
- Colaboraciones con terceros operadores o proveedores de servicios para aumentar la capacidad operativa;
- Limitación del número de pedidos por cliente;
- Sistemas de gestión de colas en línea.

Comida y vino

- Los pequeños productores y, en general, los agentes que aún no habían establecido una presencia en línea, pusieron en marcha iniciativas digitales (por ejemplo, pedidos a través de WhatsApp);
- Los comerciantes que ya están en línea, al tener que hacer frente al aumento de la demanda, han invertido para aumentar la capacidad y la eficiencia en el almacén, optimizar las entregas y actuar en función de la demanda (por ejemplo, aumentando el límite de gasto).

Entrega de alimentos

- Nuevos métodos de entrega en cumplimiento de la normativa sanitaria;
- Asociaciones entre cadenas y servicios de entrega;

- Integración omnicanal (por ejemplo, pagos a través de una aplicación);
- Nuevos métodos de venta y comunicación (por ejemplo, aplicaciones de mensajería, correo electrónico).

El balance global del comercio electrónico italiano en 2021 fue positivo, pero tiene en cuenta dos tendencias opuestas. Por un lado, los segmentos de productos como la alimentación y los comestibles lograron una fuerte aceleración; por otro lado, los segmentos de servicios históricos como el comercio electrónico de viajes y transportes sufrieron un drástico e inevitable descenso debido a las graves restricciones de movilidad. Sin el impacto negativo de la emergencia sanitaria en este último sector, el mercado online probablemente habría terminado 2021 con cifras más altas.

En más detalle, se puede decir que el eCommerce post-pandémico en Italia ha vuelto a crecer en 2021 a un ritmo comparable al pre-pandémico - aunque la brecha con respecto a 2019 sigue siendo significativa. Si el comercio electrónico ya desempeñaba un papel cada vez más relevante en la distribución italiana, las restricciones debidas a la pandemia han impulsado una extraordinaria evolución a favor de lo digital que ha implicado a todo el mundo del comercio: por un lado, ha cambiado la mentalidad de los minoristas, que son cada vez más conscientes de la integración entre los canales físicos y online, y por otro, han cambiado las preferencias de los consumidores.

Y estos cambios no sólo han afectado a las grandes empresas, sino también a las pequeñas y medianas, que han empezado a darse cuenta del potencial del comercio electrónico. En muchos casos, las iniciativas se encuentran todavía en estado embrionario, con planteamientos básicos que a veces no pueden considerarse verdadero eCommerce (por ejemplo, modelos de adquisición de pedidos a través de plataformas sociales y/o de mensajería instantánea), pero ciertamente ya puede verse un primer paso hacia lo digital. La emergencia sanitaria no sólo ha obligado a las personas a cambiar por completo su vida cotidiana, sino que también ha convertido lo digital en un elemento clave en nuestras vidas. En este contexto, el comercio electrónico ha adquirido un papel fundamental para los italianos, con repercusiones positivas en el futuro del mercado en nuestro país.

Por lo tanto, es necesario creer e invertir en este canal, superando los miedos y dejando de cometer el error de subestimar los beneficios de la omnicanalidad. Sólo así será posible

mejorar las iniciativas que aún son experimentales, aumentar la cobertura territorial -que de momento sigue siendo fragmentada- y ofrecer un nivel de servicio adecuado a las crecientes necesidades de la industria de bienes de consumo, si queremos anticiparnos al efecto que tarde o temprano tendrá el conflicto ruso-ucraniano.

¿Y qué piensan los consumidores? Sin duda, para ellos el comercio electrónico ha dejado de ser un fenómeno de nicho y ha cambiado mucho sus hábitos de consumo. Incluso los que no están familiarizados con el mundo digital se han familiarizado con el comercio online, pero aún queda mucho camino por recorrer: para seguir popularizando el eCommerce, los comerciantes deben invertir en soluciones digitales que incentiven a los usuarios, como chatbots o asistentes virtuales que puedan guiar al usuario en el proceso de compra o sistemas de pago digitales y biométricos.

## **Conclusiones**

Por lo que se ha deducido, documentado, analizado y comparado hasta ahora, se trata, en mi opinión, de poder resumir un escenario de previsión, respecto al futuro próximo de las economías nacionales, al menos dentro del sector turístico, que que pueda ser una guía para salvaguardar y proteger las realidades económicas comprendidas en el sector de la hostelería, la restauración, el transporte, el tráfico de mercancías, el comercio internacional y el disfrute de los yacimientos histórico-artísticos-monumentales y etno-antropológicos, en este país o en otros.

Como ciudadana itálica, depositario cultural que alberga bastante más de la mitad del patrimonio histórico, monumental, artístico y arqueológico de Occidente, sólo cabe imaginar cuál podría ser un modelo de valorización de tan vasto unicum que fuera compatible con la actual situación geopolítica y pandémica que pesa sobre un territorio igual a la extensión exacta, en términos de superficie terrestre, de todo el globo.



La indeterminación de las opciones y de las imposiciones con respecto a los comportamientos cotidianos, la reducida movilidad de las personas, los temores ahora incrustados en la carne y en el alma de quienes han tenido que enterrar a uno de sus familiares y, si no lo han enterrado, se han quedado con las cenizas, y la incertidumbre ahora enquistada en el futuro próximo del gobierno de nuestra nación, pródromo de la ausencia casi total de inversiones a largo plazo, contribuyen a un statu quo nada estimulante.

Se trata, por tanto, de ser capaces de imaginar alguna estrategia virtuosa, innovadora, incluso creativa, que pueda encontrar asilo en la dinámica de la macroeconomía a nivel nacional: una especie de presidio para salvaguardar la capacidad de disfrute generalizado del "patrimonio italiano" totalmente ajeno a los acontecimientos ya tristemente conocidos.

Sin duda, la potenciación de las bibliotecas multimedia y el uso de la Realidad Aumentada podrían contribuir al acceso, si no físico sí ciertamente visual, a la mayoría de los espacios museísticos existentes en nuestro país, al igual que podría ser mediante las mismas tecnologías para poder visitar las zonas de interés arqueológico y monumental repartidas por la Península y la mayoría de las Islas Mayores. Pero la falta de percepción, el reducido efecto sensorial que se experimenta al sumergirse físicamente a lo largo del Decumanus de Pompeya o de Ostia Antica no puede ser sustituido, bajo ningún concepto, por el uso de la realidad virtual.

El déficit de la experiencia así vivida puede desencadenar en el usuario virtual el deseo de suplir la carencia en tiempos normales, pero no es suficiente.

Ya se ha escrito sobre la importancia del turismo en la estructura de las economías relacionadas con la producción agroindustrial de calidad. En este caso, en mi opinión, el Instituto de Comercio Exterior, junto con las representaciones diplomáticas de la Farnesina en terceros países, podría y debería dotarse de estructuras autónomas para la promoción del Made in Italy, que puedan ser utilizadas por los consumidores de todas las latitudes, a través de los Agregados Comerciales de nuestras sedes

diplomáticas, convirtiéndose en un motor de promoción comercial a disposición de todas las realidades productivas italianas que no tienen la oportunidad de establecer sus propias estructuras comerciales en otros estados.

En esencia, la convergencia entre las actividades de representación diplomática para cuestiones políticas y la necesidad de promover el "Made in Italy" debe ser capaz de encontrar una sinergia, compartir estructuras, facilitar contactos e intercambios, entre empresas e importadores, entre productores y consumidores, en definitiva, una estrategia que no implique inversiones en edificios, sino en recursos y capacidades de comunicación.

Si bien es cierto que en los últimos 50 años los Agregados Comerciales se han dedicado a mediar entre las grandes empresas del Estado (sobre todo para los contratos relativos a los activos estratégicos, es decir, sistemas de armas, derivados del petróleo, y poco más), creo que es justo, no sólo necesario, que las legaciones diplomáticas se conviertan en una parte diligente para la promoción y el desarrollo de la excelencia italiana con una cadencia al menos estacional en los territorios en los que se establecen.

Una mínima inversión en comunicación, logística y organización sobre el terreno permitiría a todas las empresas productoras de bienes de consumo semiduradero acceder a mercados a los que, de otro modo, nunca se acercarían con sus propias inversiones.

Como excepción a todo esto, la libre empresa, en los foros sindicales adecuados de Confindustria, Confesercenti, Assoagricoltura, Coldiretti, debería intentar compartir un modelo de desarrollo de mercado que, por un lado, imponga la misma dignidad a los productos de cada miembro en términos de visibilidad y oportunidades para competir, y por otro lado, el Estado debería proporcionar a las empresas de los distintos sectores productivos una estructura fiscal que sea beneficiosa para aquellas entidades económicas que decidan abrir sus horizontes comerciales en territorios aún no explorados.

## **Bibliografia**

### **- Sezione Holodomor-conflitto russo-ucraino**

Giuseppe D'Amato, Ukrajina, in *Il Diario del Cambiamento (Urss 1990 - Russia 1993)*, Milano, Greco & Greco, 1998, pp. 130–136.

L'inferno ucraino nel febbraio 1993, in *Il Diario del Cambiamento*, pp. 235–259, ISBN 88-7980-187-2.

Giuseppe D'Amato, Ucraina. Il Paese dalle due anime, in *L'eurosogno e i nuovi muri ad est*, Milano, Greco & Greco, 2008, pp. 77–160, ISBN 978-88-7980-456-1.

Almerico Di Meglio, L'Ucraina. Culla della cultura slava orientale, in *Viaggio tra le rovine dell'ex impero sovietico (ottobre-dicembre 1991)*, Napoli, edizioni Athena, 2002, p. 169–196, ISBN 88-87665-16-8.

Massimiliano Di Pasquale, Ucraina terra di confine. Viaggi nell'Europa sconosciuta, *Inchieste*, n. 3, Fagnano Alto (AQ), il Sirente, 2012, ISBN 978-88-87847-29-1.

Giulio Vignoli, Ucraina indipendente, futuro incerto, in *Scritti politici*, ECIG, Genova, 2000, p. 110.

Giulia Giacchetti Boiko e Giulio Vignoli, L'olocausto sconosciuto. Lo sterminio degli italiani di Crimea, *Settimo Sigillo*, Roma, 2008 (storia della minoranza italiana di Crimea).

Oxana Pachlovska, *Civiltà letteraria ucraina*, Roma: Carocci Editore, 1998.

Boeckh K., Völkl E., *Ucraina. Dalla rivoluzione rossa alla rivoluzione arancione*, Trieste: Beit, 2009.

Brogi G., Lami G. (eds.), *The Re-Integration of Ukraine in Europe: A Historical, Historiographical and Political Urgent Issue*, Alessandria: Edizioni dell'Orso, 2005.

Lami G., *La Questione Ucraina fra '800 e '900*, Milano: CUEM, 2005.

Lami G., *Ucraina 1921-1956*, Milano: CUEM, 2008.

William Henry Chamberlin, *L'età del ferro della Russia*, traduzione di Sergio Feno Altea, *Collana Problemi contemporanei n.12*, Torino, Einaudi, 1937.

Robert Conquest, Raccolto di dolore. Collettivizzazione sovietica e carestia terroristica, Roma, Fondazione Liberal, 2004, ISBN 88-88835-08-3.

De Rosa G., Lomastro F., La morte della terra. La grande «carestia» in Ucraina nel 1932-33. Atti del Convegno (Vicenza, 16-18 ottobre 2003), Viella, 2005, ISBN 88-8334-135-X.

Andrea Graziosi, Lettere da Kharkov. La carestia in Ucraina e nel Caucaso del nord nei rapporti diplomatici italiani 1932-33, Collana Gli struzzi, Torino, Einaudi, 1991, ISBN 88-06-12182-0.

Vasilij Grossman, Tutto scorre, Collana Biblioteca, Milano, Adelphi, 1987.

François Furet, Il passato di un'illusione. L'idea comunista nel XX secolo, Collezione Le Scie, Milano, Arnoldo Mondadori Editore, 1995.

Stéphane Courtois, Il libro nero del comunismo, Collezione Le Scie, Milano, Mondadori, 1998.

Ettore Cinnella, Ucraina. Il genocidio dimenticato, Collana Sentieri, Della Porta, 2015, ISBN 978-88-96209-17-2.

### **Bibliografia - Sezione vaccini e pandemia -**

Debre, P.; Forster, E.: "Louis Pasteur". Johns Hopkins University Press, October 2000; ISBN 0-8018-6529-8. Biografia in inglese.

Tiner, John Hudson: "Louis Pasteur: Founder of Modern Medicine". Mott Media, 1990; ISBN 0-88062-159-1 (paperback). Biografia in inglese.

Antonio Saltini Storia delle Scienze Agrarie vol. IV, "L'agricoltura al tornante della scoperta dei microbi" Edagricole, Bologna, 1989, ISBN 88-206-2415-X, pagg. 1-97, 387-404

Vallery Radot René Vie de Pasteur, Flammarion 1937

Abdul K. Abbas, Andrew H. Lichtman e Shiv Pillai, Immunologia cellulare e molecolare, traduzione di Chiara Barattieri di San Pietro, Alessandra Brocco, Marta Castano e Eleonora Servalli, 8ª ed., Milano, Elsevier, 2012, ISBN 978-88-214-3270-5.

Salvatore Barbuti, Igiene, medicina preventiva, sanità pubblica, Edises, 2014, ISBN 978-88-7959-827-9.

(EN) Carlo Di Pietrantonj, Alessandro Rivetti, Pasquale Marchione, Maria Grazia Debalini e Vittorio Demicheli, Vaccines for measles, mumps, rubella, and varicella in children, The Cochrane database of systematic reviews, agg. 2020, DOI:10.1002/14651858.CD004407.pub4, PMID 32309885.

Thomas J. Kindt, Richard A. Goldsby e Barbara A. Osborne, Kuby immunologia, 3<sup>a</sup> ed., UTET, 2007, ISBN 978-88-02-07774-1.

David Male, Jonathan Brostoff, David Roth e Ivan Roitt, Immunologia, 7<sup>a</sup> ed., Milano, Elsevier, 2007, ISBN 978-88-214-2970-5.

(EN) Kenneth Murphy, Janeway's Immunobiology, 8<sup>a</sup> ed., Garland Science, 2012, ISBN 978-0-8153-4243-4.

### **Sitografia**

<https://www.enit.it/wwwenit/images/amministrazionetrasparenteepe/Bilancio2021/vi.%20Rapporto%20sui%20Risultati%202020.pdf>

<https://www.federalberghi.it/barometro/all-barometro.aspx>

[https://www.infomercatiesteri.it/scambi\\_commerciali.php?id\\_paesi=88](https://www.infomercatiesteri.it/scambi_commerciali.php?id_paesi=88)

