

Raid nel Mar Rosso, spesa più cara

Le strategie delle imprese milanesi: assicurazioni e rotte alternative. «Il caffè diventerà un bene d'élite» **A.Gianni** all'interno

GUERRE E CRISI INTERNAZIONALI

Gli effetti sulla vita quotidiana

Raid nel Mar Rosso, crisi a Milano

Assicurazioni e rotte alternative

Così le imprese si proteggono

«Tempi e costi saliti alle stelle»

Da una settimana fino a un mese in più per l'import-export verso l'Asia. E le tariffe dei trasporti triplicano. Conseguenze negative per due aziende su tre. **Confcommercio**: dopo Covid e rincari, una nuova sfida

IL CLIMA NEGATIVO

Il 35% prevede un calo economico rispetto al 2023
Otto ditte su 10 non assumeranno

L'ALTRO FRONTE

Dopo due anni di guerra in Ucraina l'olio di semi costa il 38,9% in più
Per la pasta +23,2%

di **Andrea Gianni**
MILANO

Gli imprenditori milanesi che gestiscono attività di import/export con lo sguardo rivolto a Est parlano di una «tempesta perfetta», con una concatenazione di eventi che fa schizzare verso l'alto i costi per le imprese e si ripercuote sulle tasche dei consumatori. La crisi della navigazione commerciale nel Mar Rosso, con i continui attacchi alle navi dei ribelli houthi che costringono ad allungare le rotte evitando il canale di Suez, stanno facendo aumentare i costi per trasportare merci dall'Asia all'Italia o viceversa. Fino al 40% in più, secondo un'analisi Ismea, che in alcuni casi arrivano a triplicare. A questo si aggiunge il fattore tempo, con i conseguenti problemi di approvvigionamento: da 7-10 giorni fino a un mese in più, navigando intorno al Capo di Buona Speranza in Africa come alternativa alla più breve rotta egiziana. «Le imprese commerciali milanesi hanno subito in questi anni gli effetti di Covid, guerre, inflazione, rincari di materie prime ed

energia», spiega **Marco Barbieri**, segretario generale di **Confcommercio Milano**, Lodi e Monza Brianza.

«**La crisi** del Mar Rosso, con la diminuzione del traffico navale dal Canale di Suez – prosegue – sta creando ulteriori problemi alle imprese commerciali del nostro territorio. Una situazione preoccupante che appesantisce le difficoltà delle attività del commercio già penalizzate da anni di crisi e da crescenti costi su tasse e tariffe». Clima che si riflette sulle aspettative delle imprese del territorio: il 35% prevede quest'anno un calo economico rispetto all'anno scorso, che per il 78% potrebbe arrivare a un -10%. Circa l'80%, inoltre, non prevede nuove assunzioni di personale, anche a causa del clima di incertezza generato dal rischio internazionale. Ieri l'ultimo attacco dei ribelli nel Mar Rosso, con missili e droni contro la petroliera Torm Thor e navi da guerra Usa, preceduto da raid occidentali su otto località, colpendo depositi di armi.

In questo scenario le imprese milanesi non stanno a guardare, co-

me emerge da un sondaggio realizzato da **Confcommercio Milano** su un campione di 323 aziende del territorio (tra le categorie più rappresentate le attività di import/export, la ristorazione e i servizi di trasporti e logistica). Il 58% si è attivato per studiare contromisure alla crisi delle tradizionali rotte commerciali, in particolare con «soluzioni alternative logistiche» e «attenzione agli aspetti contrattuali e assicurativi». Due imprese su tre subiscono le conseguenze della grave crisi nel Mar Rosso con la forte riduzione del passaggio di navi nel Canale di Suez da dove transita, in condizioni normali, il 12% del traffico merci mondiale. I problemi maggiori riguardano in particolare i ritardi nelle consegne (29%); l'aumento del



costo delle materie prime (26%); delle merci vendute (21%); la difficoltà di approvvigionamento. Segnalato, dagli operatori più interessati, anche il calo dell'export (5%). E il futuro, per l'84% delle imprese, potrebbe portare a un «ulteriore peggioramento», mentre la maggior parte promuove la missione navale europea per garantire la sicurezza delle navi mercantili, oltre ad azioni diplomatiche.

«**Gli attacchi** dei ribelli houthi nel Mar Rosso stanno creando notevoli problemi - sottolinea Riccardo Garosci, presidente di **Aice** (**Associazione italiana commercio estero**) e vicepresidente di

Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza per l'internazionalizzazione -. Ritardi sulle consegne, aumento dei prezzi, difficoltà di approvvigionamento di materie prime e calo dell'export influenzano negativamente il business delle nostre aziende con ricadute a tutti i livelli della filiera». La richiesta è quella di «iniziative immediate», anche perché gli houthi dello Yemen hanno annunciato nuove azioni nel Mar Rosso anche con l'utilizzo di «armi sottomarine» in risposta agli attacchi dell'esercito israeliano nella Striscia di Gaza. L'operazione militare europea Aspides è pronta a fa-

re da scudo alle navi commerciali, ma quella in Medio Oriente non è l'unica crisi internazionale che impatta sul carrello della spesa. Secondo un'analisi del Centro di formazione e ricerca sui consumi, i prezzi al dettaglio in Italia di alcuni prodotti di largo consumo continuano a risentire delle conseguenze della guerra scoppiata due anni fa in Ucraina. A Milano l'olio di semi di girasole costa addirittura il 38,9% in più rispetto a due anni fa, mentre la pasta costa il 23,2% in più. Per il pane, invece, si registra un +11,7%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Analisi e proposte

LO SCENARIO



Riccardo Garosci

Presidente **Aice**

«Gli attacchi nel Mar Rosso stanno creando seri problemi. Ritardi sulle consegne, aumento dei prezzi, difficoltà di approvvigionamento di materie prime e calo dell'export influenzano negativamente il business delle nostre aziende con ricadute a tutti i livelli della filiera». È l'analisi del numero uno dell'**Associazione Italiana Commercio Estero**.



I ribelli houthi hanno annunciato nuovi attacchi anche con armi sottomarine, ieri l'ultimo raid con missili e droni

