

# Il forum i distributori: la gente usa meno l'auto

# I costi della guerra in hotel e tra gli scaffali

di **Elisabetta Andreis**

**L**a guerra in Medio Oriente è lontana sulle mappe, molto meno nei conti delle imprese. Tra turismo, energia e logistica il timore è lo stesso: rincari, prenotazioni che evaporano, stop agli investimenti e gelata ai consumi. Le tensioni internazionali dureranno almeno altre sei settimane e lungo le rotte commerciali si sente: «Le aziende

milanesi che operano nel commercio internazionale stanno affrontando situazioni molto critiche a causa del blocco dei trasporti via mare e via aerea che coinvolge molti Paesi dell'area», spiega David Aice, dell'associazione commercio estero di **Confcommercio**.  
a pagina 5

## Gli effetti della guerra sul carovita

a cura di **Elisabetta Andreis**

### I grandi alberghi

## «Il nostro settore risente dell'attuale rischio viaggi»



**L**e guerre entrano anche nelle reception. Edoardo Bernardelli (foto), amministratore delegato del gruppo «Hotel dei Cavalieri» e della «Dei Cavalieri Collection», guarda a Pasqua e al medio periodo. «Oltre ai prevedibili aumenti dei costi delle materie prime e dell'energia, che per ora abbiamo appena iniziato a vedere, il nostro settore risente direttamente anche del peggioramento delle condizioni di viaggio: aumentano rischi e incertezze negli spostamenti internazionali». Poi c'è un fattore più sottile. «Esiste quello che chiamiamo rischio di appartenenza. Gli alberghi, per la loro vocazione internazionale, vengono spesso percepiti come rappresentativi del Paese o del gruppo a cui appartengono. In particolare per le catene: diventano una sorta di bandiera nazionale». Il risultato può essere immediato. «Alcune nazionalità escludono determinate strutture dalle proprie scelte di soggiorno quando non c'è sintonia con il Paese di riferimento». Per questo, dice Bernardelli, la regola è una sola: «Mantenere una posizione il più possibile neutrale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La guerra in Medio Oriente è lontana sulle mappe, molto meno nei conti delle imprese. Tra turismo, energia e logistica il timore è lo stesso: rincari, prenotazioni che evaporano, stop agli investimenti e gelata ai consumi. Le tensioni internazionali dureranno almeno altre sei settimane e lungo le rotte commerciali si sente: «Le aziende milanesi che operano nel commercio internazionale stanno affrontando situazioni molto critiche a causa del blocco dei trasporti via mare e via aerea che coinvolge molti Paesi dell'area», spiega David Aice, dell'associazione commercio estero di **Confcommercio**. Moda, food, cosmetica e forniture per l'industria petrolifera faticano a consegnare ai clienti finali: crescono i costi di trasporto e assicurativi e scattano le penali previste dai contratti. Le compagnie di navigazione deviano le rotte verso porti sicuri ma più lontani. Intanto container e merci restano fermi nei porti e negli aeroporti del Golfo, nodo strategico delle catene globali. E la tensione geopolitica si riflette già sui prezzi: secondo il Codacons, verso Pasqua uova e colombe segnano rincari fino al 10%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## La ristorazione di lusso

### «L'Olimpiade ci ha aiutati ma ora perdiamo gli arabi»

«**C**i stavamo preparando a vedere il flusso di arabi che normalmente arrivano dopo il Ramadan. Nel nostro caso arrivano anche a un terzo della clientela, come per tanti ristoranti di pregio nel centro. Dovremo rinunciarci e l'unica consolazione è che per le Olimpiadi avevamo messo via un po' d'ossigeno».

**Pier Galli** (foto), titolare del ristorante Galleria e consigliere delegato dell'associazione **Salotto di Milano**, guarda le prenotazioni per le prossime settimane. Il primo effetto della crisi è già arrivato. «Per ora abbiamo notato la difficoltà di far tornare alcuni dipendenti — in tutto, 50 persone che lavorano a turno 364 giorni all'anno —: per la limitazione degli scali in Medio Oriente, i loro voli sono stati molto più cari e lunghi». L'attenzione ora si sposta sui costi. «Ci aspettiamo rincari sulle materie prime». Altri ristoranti lamentano il rincaro di prodotti tipici del Medio Oriente. **Lino Stoppani**, presidente **Epam Confcommercio**: «La guerra, con i danni che produce — umanitari ed economici — abbatte l'indice di fiducia di imprese e famiglie, prerequisito per investimenti e consumi».



© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La distribuzione di carburante

### «Meno gente a fare il pieno Si ridurrà l'uso dell'auto»

**L**a pistola del gasolio pesa più del solito quando scatta il contatore. In piazzale Baracca Agnese Galli (foto), 54 anni, riempie il serbatoio di un tir. Le pompe sono quelle dei genitori. Le gestisce da anni. «I nostri prezzi sono già piuttosto alti perché non abbiamo il self-service ma solo il "servito". Però li abbiamo alzati un poco per l'aumento dei costi: 2,2 la verde, 2,3 il gasolio. La gente viene lo stesso a fare benzina, ma nota il cambio. Se rincara ancora diventa un problema: ci serve più cassa per fare rifornimento e forse la gente userà meno l'auto».



Il cambiamento si vede già. Nelle stazioni di servizio milanesi, secondo **Figisc Milano** — il sindacato gestori carburanti di **Confcommercio** — dopo una prima corsa al pieno per anticipare i rincari ora succede il contrario: gli erogati scendono. «Molti automobilisti stanno riducendo l'uso dell'auto e limitano gli spostamenti urbani a quelli necessari», spiega il direttore Paolo Uniti. Il calo più forte riguarda il diesel: in alcuni impianti le vendite risultano quasi dimezzate. Alla pompa la guerra si misura in litri. E nei pieni che non si fanno più.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La filiera del pane

### «Energia e logistica, intervenga il Governo»

«L'ombra della guerra in Iran spegne i forni italiani?». È la domanda che si pone l'Associazione fornai di Milano. «Ci aspettiamo costi energetici e di logistica alle stelle. Intervenga il Governo», dice Roberto Ticozzi (nella foto), terza generazione di uno storico forno in via Amadeo. «Il prezzo di una pagnotta potrebbe superare soglie critiche per i nostri clienti». Il grano resta agganciato ai mercati internazionali, ma il



vero peso, oggi, è altrove: «Il costo di trasformazione — energia e lavoro — vale ormai oltre il 60% del prezzo finale del pane». La richiesta è chiara. «Servono interventi d'urgenza: crediti d'imposta sull'energia e calmieri sui carburanti agricoli». Il pane

nasce in laboratorio ma dipende dalla strada. «Tutto ciò che entra nel mio forno arriva su gomma», sottolinea Ticozzi. Invita all'equilibrio Matteo Cunsolo, presidente dell'Associazione panettieri di [Confcommercio](#): «Abbiamo imparato dalla crisi del 2022 con la guerra in Ucraina. All'epoca il pane arrivò anche al 20% in più, ma è una partita tutta da giocare e oggi non ne mangiamo più tanto come una volta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Gli Ncc

### «Rincaro di 2.800 euro solo per il costo del diesel»

Marco Cartiglieri (foto) guida da 40 anni nel traffico milanese. Quattro vetture in flotta, chilometri su chilometri tra centro città e aeroporti. È presidente dell'associazione Apac [Confcommercio](#) che rappresenta i noleggi con conducente. «Calcolando indicativamente 70 mila chilometri all'anno, stimiamo circa 2.800 euro di rincaro solo per l'aumento del diesel. E dobbiamo guardare a Pasqua e all'estate:



non ci aspettiamo che gli effetti della guerra si esauriscano in breve tempo». Il problema è doppio. Da una parte il carburante. Dall'altra i contratti. «Con alcune aziende lavoriamo a prezzo fisso, tarato sulla disponibilità oraria. In questi casi

l'aumento dei costi ricade direttamente su di noi». Poi c'è il nodo aeroporti. «Gran parte delle nostre entrate arriva dai transfer da e per gli scali. Se i voli si riducono o cresce la paura di volare, il lavoro cala subito». Il rischio riguarda anche i viaggi d'affari. «Le aziende potrebbero preferire le videocall alle trasferte. L'aeroporto invece è il nostro pane quotidiano».

© RIPRODUZIONE RISERVATA