



Nord Ovest - Caro gasolio, 2,1 miliardi di extracosti per l'autotrasporto

Il caro gasolio continua a pesare sull'economia italiana: secondo la CGIA, l'Associazione Artigiani e Piccole Imprese, nei primi tre mesi della crisi del Golfo l'autotrasporto ha sostenuto 2,1 miliardi di euro di extracosti, mentre il prezzo del diesel è aumentato del 18,5%

Il tema è tornato al centro dell'agenda del Governo, che il 22 ottobre ha approvato nuove misure di sostegno per il settore, stanziando ulteriori 105,2 milioni di euro a favore dell'autotrasporto

Valentina Mellano, CEO di Nord Ovest S.p.A. analizza le ricadute dei rincari sulla filiera logistica e le difficoltà delle imprese di autotrasporto:

Il trasporto delle merci è una componente essenziale del sistema produttivo, eppure continua a essere considerato da molte aziende soprattutto una voce di costo da comprimere, scegliendo l'offerta più conveniente. L'attuale aumento del gasolio rende evidente la fragilità di questo approccio: quando crescono i costi necessari per garantire il servizio, non è sempre possibile mantenere le stesse tariffe senza mettere sotto pressione chi effettua materialmente il trasporto.

Secondo ASSOTIR, l'associazione italiana delle imprese di autotrasporto, prima della crisi il gasolio rappresentava circa il **27% dei costi aziendali**, mentre oggi la sua incidenza è **salita al 35-40%**. Una dinamica che si inserisce in una struttura di costi più ampia, che comprende manutenzione dei mezzi, pedaggi autostradali, personale e gestione operativa. La CGIA di Mestre, associazione che rappresenta artigiani e piccole imprese, ha stimato in **circa 2,1 miliardi di euro** gli extracosti sostenuti dall'autotrasporto italiano nei primi tre mesi della crisi del Golfo. Sono cifre che mostrano la dimensione della pressione economica sul settore e la difficoltà di assorbirla quando le tariffe non si adeguano con la stessa rapidità.

Il problema è particolarmente rilevante per le imprese più piccole, spesso con uno o pochi mezzi, che costituiscono una parte importante del tessuto dell'autotrasporto italiano. Queste realtà hanno **margini limitati** per assorbire rincari improvvisi e

minore forza contrattuale quando si trovano a competere con operatori disposti ad accettare tariffe inferiori. Se il **prezzo** diventa l'unico criterio di scelta, il rischio è che la pressione commerciale finisca per compromettere la sostenibilità economica del servizio.

A incidere sulla sostenibilità del trasporto sono anche le modalità con cui viene organizzato il lavoro lungo la filiera. Tempi di attesa prolungati nei luoghi di carico e scarico, procedure complesse e consegne pianificate in modo inefficiente impegnano mezzi e autisti senza generare valore aggiunto, aumentando i costi operativi. Si tratta di inefficienze che non possono essere ricondotte esclusivamente al trasportatore, perché dipendono anche dall'organizzazione dei committenti, dei magazzini e delle infrastrutture. Per questo, migliorare la competitività richiede un impegno condiviso: non è sufficiente chiedere tariffe più basse se le condizioni operative continuano a generare costi che qualcuno deve comunque sostenere.

È necessario, quindi, un confronto strutturato tra istituzioni, associazioni di categoria, trasportatori, spedizionieri e aziende committenti. L'obiettivo deve essere individuare condizioni più equilibrate per affrontare le variazioni dei costi, rendere più trasparenti gli adeguamenti tariffari e migliorare l'organizzazione delle attività logistiche. La sostenibilità del trasporto non può essere responsabilità di un solo anello della catena, soprattutto quando gli aumenti riguardano fattori che incidono sull'intero sistema.

Il trasporto non è un servizio accessorio né una semplice voce da acquistare al prezzo più basso. È una componente essenziale della competitività delle imprese, perché consente alle merci di raggiungere gli stabilimenti produttivi, i punti vendita e i mercati internazionali. Riconoscere il valore significa garantire condizioni economiche e operative che permettano agli operatori di continuare a investire e a offrire un servizio affidabile. Comprare il costo del trasporto senza considerarne le condizioni di sostenibilità può produrre un risparmio immediato, tuttavia indebolire nel tempo l'intera filiera.