

Caro carburanti nelle aree interne: l'allarme di Sorrentino contro la desertificazione

16 Settembre 2026



ROMA - Caro carburanti, consumi ancora deboli e aumento dei costi sostenuti dalle imprese rischiano di produrre un effetto a catena sull'economia reale, con conseguenze particolarmente pesanti per le piccole attività e per chi opera nelle aree interne.

A richiamare l'attenzione sul fenomeno è il Segretario Generale di Confederazione Imprese Italia, Dott. Carlos A. Sorrentino, che riprende e sviluppa il tema della desertificazione economica e commerciale affrontato nelle settimane scorse dal Presidente della Confederazione, Biagio Cefalo.

«Dobbiamo cominciare a parlare del costo della distanza - afferma Sorrentino - perché l'aumento dei carburanti non rappresenta soltanto un problema per l'automobilista. Per migliaia di imprese benzina e gasolio sono veri e propri costi di esercizio: significano raggiungere clienti, trasportare merci, rifornire un'attività commerciale, lavorare nei campi, spostare uomini e mezzi».

I dati disponibili confermano una situazione che richiede attenzione. Secondo l'Osservatorio prezzi del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, al 15 settembre 2026 il prezzo medio nazionale self service sulla rete stradale ha raggiunto 2,120 euro al litro per la benzina e 2,231 euro per il gasolio.

Ma per Confederazione Imprese Italia il problema deve essere analizzato insieme all'andamento dei consumi.

Secondo l'ISTAT, a luglio 2026 le vendite al dettaglio sono diminuite dello 0,4% in valore e dello 0,5% in volume rispetto al mese precedente. Nel confronto con luglio 2025 si registra una crescita dello 0,8% in valore, accompagnata però da una diminuzione dello 0,6% dei volumi acquistati. Nell'alimentare il calo dei volumi raggiunge l'1%.

«Dietro questi numeri – sottolinea Sorrentino – c'è una realtà che le famiglie conoscono molto bene: si rischia di spendere di più per comprare meno. Se aumenta la quota di reddito destinata a carburanti, energia e spese incompressibili, inevitabilmente diminuisce quella disponibile per altri consumi. E quando le famiglie riducono gli acquisti, le conseguenze arrivano direttamente alle imprese».

A preoccupare è proprio il possibile effetto domino: maggiori costi di trasporto e produzione, compressione dei margini aziendali, possibili ripercussioni sui prezzi e ulteriore riduzione della capacità di spesa delle famiglie.

Una situazione che riguarda in maniera trasversale agricoltura, artigianato, commercio e servizi.

«Pensiamo all'artigiano che percorre ogni giorno decine di chilometri con il proprio furgone, all'impresa di manutenzione che deve raggiungere i clienti, al commerciante che sostiene maggiori costi di approvvigionamento o all'agricoltore per il quale mezzi, energia e trasporti costituiscono parte integrante del ciclo produttivo. Per una microimpresa anche pochi centesimi in più, moltiplicati per migliaia di chilometri e per mesi di attività, diventano un costo reale».

Particolare attenzione viene riservata proprio al settore agricolo. I dati ISMEA relativi ad agosto mostrano che, nonostante un recupero rispetto al mese precedente, l'indice dei prezzi all'origine dei prodotti agricoli rimane dell'8,2% inferiore rispetto ad agosto 2025.

«Se aumentano i costi di produzione e trasporto e il mercato non permette di trasferirli integralmente sul prezzo del prodotto – osserva il Segretario Generale – dobbiamo domandarci chi assorba la differenza. Molto spesso è l'impresa, e soprattutto nelle aziende più piccole i margini non sono infiniti».

Il tema diventa ancora più delicato nelle aree interne e nei piccoli comuni, dove le maggiori distanze da fornitori, clienti, mercati e servizi possono trasformare l'aumento del carburante in un ulteriore svantaggio competitivo.

È proprio su questo punto che Confederazione Imprese Italia collega il caro carburanti alla battaglia contro la desertificazione economica dei territori.

«La distanza geografica – spiega Sorrentino – rischia di diventare una vera distanza economica. Se fare impresa in un piccolo comune significa sostenere sistematicamente costi maggiori per raggiungere fornitori, clienti e servizi, quell'attività parte già con uno svantaggio».

Da qui una domanda rivolta alla politica e alle istituzioni, a tutti i livelli.

«Cosa sta facendo la politica?», chiede Sorrentino.

«Non è una domanda rivolta a uno schieramento. È una domanda rivolta a chiunque abbia responsabilità di governo e programmazione. Qual è la strategia per ridurre l'esposizione delle piccole imprese alle oscillazioni dei costi energetici? Quali strumenti vogliamo mettere a disposizione delle aziende maggiormente dipendenti dalla mobilità? E come possiamo parlare seriamente di rilancio delle aree interne se non affrontiamo anche il maggiore costo che cittadini e imprese devono sostenere per la distanza?».

Secondo Confederazione Imprese Italia servono interventi mirati per le imprese maggiormente esposte ai costi della mobilità, strumenti accessibili alle micro e piccole aziende per l'efficienza energetica e il rinnovo dei mezzi aziendali, insieme a politiche specifiche per le attività economiche delle aree interne.

«Le imprese - conclude Sorrentino - non chiedono assistenzialismo: chiedono condizioni per competere. La desertificazione economica non comincia il giorno in cui un negozio chiude. Comincia molto prima: quando un imprenditore rinuncia a investire, quando non assume, quando riduce un servizio o quando ogni consegna viene valutata in funzione dei chilometri da percorrere».

«Per questo la politica deve intervenire prima, non limitarsi a contare le serrande abbassate dopo. Dietro ogni impresa ci sono imprenditori, lavoratori e famiglie. E soprattutto nei piccoli centri, ogni impresa che rimane aperta è un presidio economico e sociale che mantiene vivo il territorio».