La vera forza di Amazon si sta palesando via mare

Che **Amazon** sia un gigante capace di alterare l'intero settore del commercio è evidente. La sua portata va a influenzare, lecitamente e non, i costumi d'acquisto di moltissimi clienti nonché le dinamiche di vendita degli esercenti, tuttavia in queste settimane la Big Tech ha messo in mostra una forza disarmante anche in un contesto che è tradizionalmente lontano dall'occhio pubblico, quello della **distribuzione navale di merci**: non solo la sua logistica è estesa su scala globale, ma è anche particolarmente agile nel circumnavigare gli ostacoli.

Non tutti sanno che Amazon ha iniziato nel 2018 a commissionare **container** brandizzati, che poi sono stati adoperati da **un network sempre più esteso di navi cargo** ricavate da mezzi che non erano inizialmente pensati per il trasporto merci. In breve tempo, il gigante dell'e-commerce è riuscito a crearsi una rete tanto affidabile da essere quasi del tutto indipendente dagli spedizionieri esterni: **si autogestisce il 72% dei trasporti** e sta ormai facendo concorrenza anche a FedEx, almeno negli Stati Uniti. Non solo, la Big Tech ha iniziato progressivamente a mettere a disposizione navi e aerei alle aziende appartenenti al portale di vendita, ovviamente previa la sottoscrizione di un contratto di servizio.

Un'immensa influenza che nell'ultimo week-end ha rivelato inediti risvolti. Gli analisti della CNBC hanno infatti evidenziato che le forze di Amazon non siano solamente vaste, ma anche particolarmente efficienti. Mentre la distribuzione globale è costretta a rallentamenti, i bastimenti dell'e-commerce sembrano graziati dalle criticità della filiera e si dimostrano resistenti alle situazioni avverse. Mentre i normali vascelli sono costretti ad aspettare fino a 45 giorni per entrare in un porto, la flotta di Amazon si trova nelle condizioni di cambiare agilmente rotta così da potersi incanalare verso gli attracchi meno trafficati, con il risultato che i tempi di attesa si contraggono in appena **un paio di giorni**. Una volta scaricate le merci sulle banchine di questi porti fuori mano, l'azienda si premura di caricarle su camion e di proseguire il trasporto direttamente su gomma.

Imbastire un simile sistema non è stato semplice né tanto meno economico – tra il 2019 e il 2020, Amazon ha investito in questa strategia circa **99 miliardi di dollari** -, tuttavia i sacrifici sono fioriti in una struttura capace di essere altamente competitiva e quasi autonoma. Alla concorrenza e ai Governi non resta che guardare dal basso all'esempio della Big Tech, consapevoli che le possibilità di emulare le dinamiche di un simile approccio sono magrissime, se non altro perché i costi dell'acquisto e del noleggio dei container ha subito un'impennata in periodo pandemico.

La creatura fondata da Jeff Bezos si è dunque accattivata un vantaggio significativo, un vantaggio che non può che concedere all'azienda una maggiore incisività finanziaria e politica che la rete di distribuzione tradizionale dovrà presto imparare a emulare o contrastare, pena il rischio che il mondo del commercio smetta di guardare ai Governi per

ottenere le risposte ai propri problemi, preferendo interfacciarsi direttamente con Amazon.

[di Walter Ferri]