

Amazon One, un'icona del gigantismo finanziario della new new economy



É sul Financial Times di questa mattina la notizia che Jeff Bezos, capo e fondatore di [Amazon.com](https://www.amazon.com), anche per celebrare il successo commerciale raggiunto a vent'anni dalla nascita, ha annunciato l'imminente consegna del suo nuovo aereo cargo-icona chiamato (nientemeno) che "Amazon One".

La sua matricola nei cieli: N1997A, è infatti un fin troppo esplicito riferimento all'anno di fondazione della internet company che ha letteralmente rivoluzionato il commercio elettronico e che sta ancora lavorando a cambiare le regole del gioco a livello planetario per aver investito più di ogni altro concorrente in una imponente organizzazione logistica direttamente controllata in buona parte dei Paesi OCSE.

Così, tanto per fare il verso anche dal punto di vista estetico a quell'altrettanto iconico aereo presidenziale americano denominato "Air Force One" che il Presidente Eletto ha giusto iniziato a mettere in discussione per l'eccesso di costi che si porta dietro. Le fasce blu e oro sui fianchi dell'aereo-icona tolgono infatti ogni residuo dubbio alle caratteristiche pubblicitarie dell'operazione.

L'aver Jeff Bezos investito così pesantemente in una propria capacità di trasporto, logistica e distribuzione sino all'ultimo miglio (è nota l'altra iniziativa iconica che risale a pochi mesi fa denominata "Amazon Prime Air" con la quale sfida i cieli pubblicando i primi test di consegna in tempo reale -per mezzo di una flotta di droni volanti- dei prodotti venduti attraverso la propria catena commerciale online) è stata giudicata da molti analisti come una via di mezzo tra una strategia di lunghissimo termine, una trovata pubblicitaria e una sbruffonata, dal momento che è noto il risultato ancora pesantemente negativo (esattamente per 6,4 miliardi di dollari negli ultimi 12 mesi) della divisione logistica della sua organizzazione. Una perdita economica che anzi, il Financial Times fa notare, cresce per Amazon più velocemente delle proprie vendite.

Non più tardi di qualche mese fa infatti era stato pubblicato un articolo dall'autorevole

Forbes, di cui riporto qui il link:

<http://www.forbes.com/.../amazon-is-using-logistics-to-lead.../...>

nel quale si faceva notare quanto fosse fortemente perseguito l'intento originario del gigante del commercio elettronico: quello di poter controllare più o meno direttamente la propria logistica per arrivare a promettere di effettuare le consegne addirittura in un'ora nei maggiori centri abitati e sbaragliare così la concorrenza.

Intento comprensibile, dal momento che essere il più grande dei commerci mondiali al dettaglio senza avere propri punti vendita può destare, nel tempo, qualche perplessità.

Per lo stesso motivo Amazon ha addirittura aperto lungo le strade cittadine i suoi primi punti vendita di cibo e generi di prima necessità, ovviamente supportati dall'organizzazione logistica di consegne a domicilio più possente del mondo.

Ma quella dell'Amazon One è forse un'iniziativa che va oltre gli intenti originari del poter battere sul tempo (e dunque non sul prezzo) la propria concorrenza: il gigantismo finanziario del colosso americano le cui azioni in Borsa capitalizzano 160 volte i profitti attesi per il 2016 (cioè volgarmente tradotto, i cui titoli sono quotati per un prezzo pari agli utili dei prossimi 160 anni qualora essi non dovessero crescere) ha questa volta inteso celebrare sé stesso!

Un articolo di ieri su un importante blog americano:

<http://seekingalpha.com/.../4030587-todays-amazon-facebook-go...>

ricorda che il problema del possibile scoppio della nuova bolla speculativa riguardante i titoli azionari dei giganti della new new economy riguarda anche molti altri campioni quotati.

Un difetto -quello dell'autoreferenzialità- comune a molti tycoon e dittatori nel corso della storia dell'umanità, quasi sempre corrispondente all'inizio di una loro parabola discendente...

Stefano di Tommaso