

[Detroit]

Qualche giorno fa ho comprato, attraverso Amazon, non un libro, ma un bricco di acciaio

per scaldare il latte per il mio cappuccino. Otto dollari. In due giorni mi è stato recapitato a casa. All'inizio, non è stato facile, per me, assimilare mentalmente che si può comprare tutto, ma proprio tutto, attraverso un sito conosciuto per gli acquisti librari. Trovandomi in America, però, poi la cosa è diventata semplice, quasi "naturale".

Ovviamente parlo come utente, come consumatore, non come un esperto del settore, e neppure come uno dei tantissimi americani che acquistano on line da tempo. Vivendo per un periodo in America, vedo che ogni giorno, i miei vicini ricevono ogni genere di pacco, di diverse grandezze, attraverso Ups, FedEx, DHL, Us Post. Il commercio elettronico è ormai nella realtà quotidiana di molte famiglie americane.

E in Italia? In Europa? La trasformazione degli stili d'acquisto in senso "americano" avviene molto più rapidamente di quanto immaginassi (di nuovo, parlo come consumatore *old style*).



Leggo che, lo scorso anno, le imprese che hanno venduto sui siti europei di Amazon hanno generato un fatturato record di 2,8 miliardi di euro dalle esportazioni nei diversi paesi dell'Unione Europea. Questo risultato si aggiunge ai miliardi di euro generati dalle vendite verso clienti Amazon residenti nel paese in cui il venditore ha la propria sede (es. vendite da venditore italiano a cliente italiano) e al di fuori dell'UE (es. vendite da venditore italiano a cliente americano).

Il numero di imprese europee che, attraverso **Amazon Marketplace**, esportano i loro prodotti al di fuori del loro paese d'origine è aumentato di quasi il cinquanta per cento negli ultimi dodici mesi. «Amazon ha considerato l'Europa come un mercato unico sin dal lancio in questo continente più di quindici anni fa. La piattaforma *marketplace* è disponibile in cinque lingue con oltre cento milioni di prodotti. E spediamo i prodotti ai clienti in Europa da 28 centri di distribuzione sia per Amazon, sia per conto dei nostri venditori», ha affermato Francois Saugier, Amazon EU Seller Services Director. «Le aziende europee possono vendere su ciascuno dei nostri siti web, a qualsiasi cliente, ovunque in Europa. Inoltre, molte di queste aziende utilizzano Logistica di Amazon; ciò significa

che devono semplicemente inviare i prodotti a uno dei nostri centri di distribuzione in Europa e noi ci prendiamo cura del resto, garantendo consegne veloci ai clienti in Europa e nel mondo». È un bene, è un male, lo sviluppo crescente degli acquisti via Amazon, tanto per citare il più importante degli operatori?

In America, gli acquisti on line non hanno finora avuto effetti negativi sulle abitudini di consumo tradizionali, nei negozi, negli shopping center. In città dove è alto il consumo culturale, le librerie continuano a funzionare bene, a essere frequentate. Anche all'apparenza non sembra esservi contrasto tra la crescita dell'e-commerce e i consumi tradizionali. E i dati finora lo confermano. Ma il contesto americano e quello europeo sono sempre stati abbastanza diversi tra loro per quanto riguarda le abitudini dei consumatori. In America la vendita per corrispondenza ha una lunga e solida tradizione, che precede l'avvento del commercio on line. Inoltre, a parte alcune realtà urbane particolari, non c'è, diversamente dall'Europa, la disseminazione territoriale delle piccole attività commerciali nei centri delle città, mentre nell'America dei sobborghi residenziali la presenza dei grandi shopping center è sempre stato un tratto caratteristico. Peraltro anche la vecchia Europa sta andando in quella direzione, con i centri storici sempre più sprovvisti di negozi per i residenti.

Intanto, però, dal punto di vista delle imprese, la "novità" dell'e-commerce offre numeri rilevanti, e sono ormai dati importanti su cui ragionare per capire se e come questa trasformazione possa - come i dati di Amazon fanno pensare - aiutare l'Italia e l'Europa a uscire dalla lunga stagnazione economica.