

Negli Usa si lavora alle consegne Prime in 24 ore senza costi. Utili record, ma calano le vendite

# Amazon accelera i suoi pacchi

## Per ridurre emissioni (e spese) più ordini in una spedizione

DI FRANCESCA SOTTILARO

**L'**Amazon dei record ripensa spedizioni e packaging. Il colosso fondato da Jeff Bezos che ieri ha portato a casa un utile netto pari a 3,56 miliardi di dollari, più che raddoppiato rispetto allo scorso anno (+118%), dopo essersi concentrato sui business ad alto margine (ovvero i servizi di cloud con Amazon Web Services) passa al setaccio i suoi punti deboli: la sfida, come più volte sottolineato, è il contenimento delle spese e la logistica soprattutto nei paesi con più fusi orari.

**Il fatturato del trimestre, pari a 59,7 miliardi di dollari**, scosta un indebolimento delle vendite a livello globale. Negli Usa l'incremento registra-



Jeff Bezos



to del 17% si scontra con il +46% del primo trimestre 2018. Il fatturato internazionale è cresciuto del 9% (era a +19% nello stesso periodo dello scorso anno). Le entrate pubblicitarie sono aumentate del 34% con il +60% di cinque trimestri consecutivi.

Così si studiano nuove offerte a partire da quello che è percepito come core business dai clienti,

ovvero l'e-commerce. Primo punto l'accelerazione di Prime a cominciare dagli Stati Uniti. Nel corso dell'annuncio dei risultati finanziari Amazon ha svelato che sta lavorando alla spedizione gratuita di un giorno come opzione predefinita a tutti i clienti abbonati ad Amazon Prime, che oggi possono godere della consegna in due giorni.

**Il piano partirà dal Nord America**, con un'espansione successiva a livello globale.

«Stiamo lavorando all'evoluzione delle spedizioni Prime

da due a un giorno», ha affermato il chief financial officer Brian Olsavsky durante le conferenze call sulla relazione trimestrale.

Se gli utenti possono godere della consegna in 48 ore in maniera gratuita, mentre quella in 24 ore richiede negli Usa almeno 35 dollari di spesa, la modifica cui sta lavorando il gigante di Seattle non porterà alcun sovrapprezzo per i consumatori, e la consegna in un giorno sarà inclusa nell'abbonamento Prime che in Italia ha un costo di 36 euro all'anno.

«Abbiamo già iniziato questo percorso ampliando il numero di codici postali idonei per la spedizione in un giorno», ha spiegato il cfo di Amazon, «ma ci vorrà del tempo per offrire a tutti questa opzione». Il gruppo sta anche lavorando a migliorare la logistica delle spedizioni appoggiandosi almeno negli Usa al servizio postale e ad altri partner.

**Altro punto sotto la lente è il packaging.** Il colosso di Bezos è fra le società che stanno ripensando alla propria catena di fornitura in termini di imballaggio per ridurre le emissioni (e le spese). Se dal 2017 sta usando algoritmi e machine learning per pacchi più snelli, lo sforzo per ridurre gli imballaggi è continuato con l'annuncio dell'Amazon Day. Si tratta di un'opzione di consegna che consente agli abbonati di Prime di scegliere un giorno alla settimana per la consegna di tutti gli ordini. Il piano fa parte di un programma più ampio che la società ha chiamato Shipment Zero (spedizioni zero). L'obiettivo, concentrando più ordini in una sola Amazon box, è rendere a zero impatto le spedizioni riducendo le emissioni del 50% entro il 2030.

—© Riproduzione riservata—

## Seta, San Leucio si allea con la blockchain

DI GIANFRANCO FERRONI

Le antiche seterie di San Leucio alleate con la blockchain. E visto che in terra italiana quella borbonica fu la casa reale più moderna dell'Europa, appassionata come nessun'altra di tecnologia e innovazione, il passo è obbligato.

Tutto è nato creando il marchio San Leucio Silk, istituito dalla Camera di commercio di Caserta per valorizzare, tutelando la specificità, la famosissima e prestigiosa tradizione serica della real colonia borbonica e il sistema produttivo che ancora oggi ne rinnova l'esperienza. Nel 1789 re Ferdinando IV trasformò il Belvedere di San Leucio, riserva di caccia, in un esperimento sociale e produttivo insediandovi la Real Colonia della Seta. Il sovrano fece realizzare le «case dei tessitori», ovvero gli alloggi degli artigiani che diedero vita a una comunità autosufficiente direttamente dipendente dal re e retta da uno statuto speciale. Detto «codice Leuciano», è considerato il primo esempio socialismo utopico: assicurava a tutti gli abitanti della colonia, senza distinzione di sesso, gli stessi diritti su lavoro, salario, istruzione, assistenza sanitaria e sociale. Ora c'è il marchio esclusivo, con una vincolante componente etica: tutela il consumatore sulla qualità del prodotto e sul rispetto dell'ambiente, del lavoro e del territorio. E la blockchain.

Per il presidente della Camera di commercio di Caserta e vicepresidente Unioncamere nazionale Tommaso De Simone, «le sete di San Leucio rappresentano uno dei più grandi tesori del nostro

territorio. Si tratta di un tessuto di lusso che ha scritto la storia, nato dalla visione utopica e illuminata di Ferdinando IV, ma che in questi ultimi decenni stava rischiando di scomparire. L'idea è stata quella di tutelare e valorizzare gli ultimi produttori di seta del territorio casertano e per farlo abbiamo cercato un aiuto anche nelle tecnologie 4.0».

La Camera di commercio ha così avviato la sperimentazione della tecnologia blockchain ai manufatti serici a marchio, al fine di certificare la filiera dell'originalità dei tessuti e della lavorazione artigianale, contrastando in questo modo il pericolo della contraffazione di un prodotto storico d'eccellenza, emblema del made in Italy.

L'idea innovativa non risiede soltanto nell'utilizzo della tecnologia ma anche nella metodologia applicativa capace di tracciare tutte le fasi della filiera: tutti sono coinvolti nel progetto, il produttore, il trasformatore e il commerciante al dettaglio. Questa progettualità è il connubio di due obiettivi dell'istituzione camerale a favore del territorio: assistere e supportare le piccole e medie imprese verso la trasformazione digitale, evidenziando i diversi vantaggi derivanti dagli investimenti in tecnologie 4.0 e favorire la crescita dei comparti strategici di Terra di lavoro. Ancora oggi le produzioni di San Leucio si possono ritrovare in Vaticano, al Quirinale, in numerose dimore d'epoca in Europa, oltre che alla Casa Bianca, a Washington, dove le bandiere americane presidenziali sono realizzate con i preziosi tessuti italiani.

—© Riproduzione riservata—

## Xbox reinventa i videogiochi come destinazione turistica

DI FRANCESCA SOTTILARO

Xbox sta reinventando i videogame come destinazioni di viaggio in una nuova campagna basata sull'idea del viaggio virtuale ed esplorando il gioco oltre i suoi mezzi tradizionali. Si chiama «Visit Xbox» la piattaforma globale creata da McCann London e promuoverà le destinazioni turistiche nei diversi videogiochi, parlando e comportandosi allo stesso modo del settore dei viaggi. Sarà lanciata con un film in

stile cartone animato da 70 secondi e un sito web dedicato, che presenta ambientazioni (nella foto) scattate da fotografi giocatori. L'obiettivo è consentire ai turisti virtuali di trovare la loro prossima destinazione e acquistare un viaggio assieme al gioco preferito. C'è anche un generatore di cartoline e pacchetti a tema natalizio e una guida ai mondi dei videogiochi.

«Con Visit Xbox vogliamo ispirare tutti a diventare un turista di gioco ed esplorare mondi mozzafiato di Xbox One X Enhanced», afferma Michael Flatt, global gaming marcom lead per Xbox. «La nostra campagna offre destinazioni dal passato, presente e futuro, sul nostro mondo e oltre. Assieme alla comunità Xbox continueremo a trovare, curare e catturare le location più belle dei giochi».

«Questo nuovo tipo di turismo offre alla gente incredibili nuovi mondi da esplorare, dalle città alle terre esotiche», ha aggiunto Laurence Thomson, cco di McCann UK e co-president di McCann London.

—© Riproduzione riservata—

