USA, futuro e-commerce alcolici: impatto chiusura Drizly

scritto da Emanuele Fiorio | 3 Maggio 2024



L'annuncio della chiusura di Drizly, a tre anni dall'acquisizione per 1,1 miliardi di dollari da parte di Uber, ha lasciato molti sorpresi. Drizly, lanciata nel 2012, ha rappresentato una piattaforma e-commerce di successo nel settore degli alcolici, espandendosi fino a coprire 1.400 città in USA e Canada. Attraverso la sua integrazione in Uber Eats, la speranza era di potenziare ulteriormente questo servizio, ma **decisioni strategiche e problemi di cybersecurity** hanno portato alla decisione di terminare le operazioni di Drizly che **ha chiuso definitivamente i battenti già a marzo.**

Un mercato in rapida evoluzione

L’e-commerce legato alla vendita di alcolici online ha visto una crescita esponenziale durante la pandemia, con un **CAGR del 31% tra il 2019 e il 2021.** Questa crescita si è stabilizzata con la maturazione del mercato, ma l’interesse per l’e-commerce degli alcolici rimane forte, si stima una **crescita del valore del 4,5% dal 2022 al 2027.** La chiusura di Drizly lascia un vuoto significativo – corrispondente a quasi mezzo miliardo di dollari di vendite online – che sta spingendo marchi e consumatori a cercare alternative valide.

Chi prenderà il posto di Drizly?

Con la chiusura di Drizly, piattaforme come **Instacart, Uber Eats, GoPuff, ReserveBar e Doordash** sono pronte a competere per assorbire la quota di mercato libera. Instacart sta emergendo come attuale leader. Tuttavia, è probabile che vedremo una distribuzione ampia dei consumatori che sceglieranno tra diverse opzioni di acquisto, dato che queste piattaforme offrono vantaggi diversi in termini di convenienza e velocità.

L’eccellenza di Drizly e la sua eredità

Drizly ha fatto “la parte del leone” nel creare un’esperienza di acquisto focalizzata sugli alcolici, permettendo ai consumatori di confrontare prezzi e prodotti in modo efficace e ai produttori di gestire direttamente le vetrine dei loro prodotti. La chiusura di Drizly non è solo una perdita per i consumatori abituali, ma rappresenta anche un **segnale di avvertimento per i rivenditori che potrebbero ora esitare a investire** in piattaforme con alte commissioni e senza un’esperienza utente comparabile.

Il futuro dell’e-commerce di alcolici

Capire il consumatore tipo è essenziale per prevedere il futuro del settore. **Gli acquirenti online nord americani tendono ad essere uomini, Millennials, persone con redditi piuttosto elevati che vogliono spaziare** nel ventaglio di opzioni fornito dal settore delle bevande alcoliche. La ricerca gioca un ruolo cruciale nel processo di acquisto online, con le recensioni e i siti web dei brand che fungono da significative fonti di informazione nel determinare le decisioni di acquisto. **La velocità di consegna rimane un fattore decisivo**, in particolare per la consegna nel giorno stesso dell’ordine.

La chiusura di Drizly segna un punto di svolta per il settore e-commerce delle bevande alcoliche negli Stati Uniti. Nonostante questa fine rappresenti un indicatore negativo, **apre anche la porta a nuove opportunità per le piattaforme esistenti e per nuovi *players*** decisi ad entrare nel mercato. Questo potrebbe portare potenzialmente a ulteriori evoluzioni.