

Alcolici USA online, boom di vendite ma quante occasioni sprecate

scritto da Emanuele Fiorio | 10 Febbraio 2020



Le vendite di alcolici online negli Stati Uniti hanno raggiunto i 2,6 miliardi di dollari nel 2019, con una crescita del 22%. Questi i dati, in apparenza positivi, forniti da [Rabobank](#), società olandese di servizi finanziari che si occupa anche di ricerche di mercato per il settore Food & Agribusiness.

Nonostante la forte crescita dell'e-commerce, le vendite degli alcolici online rimangono basse. Rispetto al totale della spesa per alimenti e bevande, le vendite online di alcolici sono inferiori dell'88% rispetto ai negozi tradizionali, i cosiddetti "brick and mortar".

Negli Stati Uniti i rivenditori di liquori "pure-play"

(termine economico che indica investimenti concentrati su un'unica linea di business) sinora hanno dominato il mercato e-commerce degli alcolici, realizzando nel 2019 1,1 miliardi di dollari di fatturato, più di un terzo della quota totale.

Il D2C (direct to consumer, aziende che vendono direttamente i loro prodotti online, ndr) di vino nel 2019 ha realizzato online un +9% raggiungendo i 950 milioni di dollari, mentre supermercati e altri rivenditori di cibo e bevande hanno raddoppiato le vendite online di alcolici raggiungendo i 295 milioni di dollari nell'ultimo anno.

Anche i servizi di consegna a domicilio come [Drizly](#) e [Minibar](#) sono in ascesa con un +60% ed un fatturato di 265 milioni di dollari nel 2019.

Investire nell'e-commerce sarà imperativo nei prossimi anni, la spesa per gli alcolici (e non solo) si muoverà sempre più sui canali online.

Secondo Bourcard Nesin, Beverage Analyst di Rabobank **“i brands di alcolici stanno perdendo miliardi di dollari in opportunità di vendita online ogni anno, stanno sprecando occasioni per costruire relazioni digitali con milioni di consumatori “omni-channel” (consumatori che si interfacciano con più canali di vendita online ed offline, ndr). “Se le aziende produttrici di alcolici non sono in grado di inserirsi efficacemente nell'ecosistema online, l'e-commerce potrebbe diventare un cuneo che separa le marche di alcolici dai loro consumatori”.**

In sintesi, il mercato degli alcolici online risulta in forte ascesa ma l'industria degli alcolici deve affrontare in modo più incisivo le sfide che il commercio elettronico le pone di fronte. Investimenti blandi ed azioni mancate nei prossimi anni potrebbero avere conseguenze molto più profonde.