

Valore e-commerce: +66% entro il 2025

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Febbraio 2022



Nel quinquennio 2020-2025 grazie al ruolo trainante degli Stati Uniti, il **valore dell'e-commerce di alcolici dovrebbe crescere del 66% nei mercati chiave**, raggiungendo la cifra di 42 miliardi di dollari.

Come evidenzia IWSR, il valore dell'e-commerce è aumentato di circa **+12% nel 2019 e del +43% nel 2020**, durante l'apice della pandemia.

Guardando al 2025, si prevede che l'e-commerce rappresenterà circa il 6% di tutti i volumi off-trade di alcolici, rispetto a meno del 2% nel 2018.

IWSR ha analizzato 16 mercati chiave: Australia, Brasile, Canada, Cina, Colombia, Francia, Germania, Italia, Giappone, Messico, Paesi Bassi, Nigeria, Sudafrica, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti.

Nella maggior parte dei mercati, **il vino è la principale categoria di alcolici acquistata tramite e-commerce** (rappresenta circa il 40% del valore totale), con notevoli

eccezioni in Cina, Colombia, Messico e Nigeria, dove i distillati guidano le vendite online per valore.

La maggiore crescita di valore dell'e-commerce prevista nel periodo 2020-2025 verrà dagli **Stati Uniti**.

La crescita media annua prevista si attesta sul **+20%**, questo incremento proietterà il Paese al primo posto tra i mercati degli alcolici online.

La Cina che attualmente rappresenta un terzo del valore totale dell'e-commerce, dovrebbe espandersi meno rapidamente ma contribuirà comunque ad un valore sostanziale.

I modelli di business legati alle vendite online stanno diventando più diversificati, ciò spinge i consumatori a spostarsi sempre più tra i canali e i rivenditori in base alle esigenze specifiche.

In generale l'**e-commerce di alcolici si suddivide in due tipologie** che spesso si sovrappongono:

- un ecommerce più “tradizionale” – spesso omnichannel – a cui si accede tramite siti web e utilizzato da consumatori più anziani che cercano buoni prezzi e brand conosciuti e che sono pronti ad aspettare la consegna;
- un ecommerce più “moderno” basato su app – spesso on-demand o marketplace – utilizzato da consumatori più giovani, disposti a pagare per una consegna più rapida e alla ricerca di brand interessanti/premium.