

2 novembre 2022 10:44

Uber ti porta la cannabis a casa... a Toronto

di [Redazione](#)



Prima del 2018, la cannabis era illegale in Canada. Ora, a partire da metà ottobre, Uber Eats può consegnarlo a Toronto grazie ad una partnership con Leafly, un mercato online per rivenditori di cannabis autorizzati. Questa è la prima volta che Uber consegnerà cannabis in qualsiasi parte del mondo.

Questo accordo è stato pubblicizzato da Uber e Leafly come un grande balzo in avanti per il settore. Le società affermano che l'accordo fornirà numerosi vantaggi, tra cui più affari per i rivenditori, maggiore scelta e flessibilità per i consumatori, riducendo al contempo il mercato illegale e la riduzione di trasferimenti con un'auto per chi ha problemi di guida. Tuttavia, questi argomenti tengono poca acqua.

Come funzionerà

I consumatori possono utilizzare la piattaforma Uber Eats per ordinare prodotti a base di cannabis da uno qualsiasi dei tre rivenditori con sede a Toronto - Hidden Leaf Cannabis, Minerva Cannabis e Shivaa's Rose - a condizione che rientrino nell'ambito di consegna del rivenditore.

Il metodo è simile all'ordinazione di cibo a domicilio sull'app: i clienti accedono alla categoria "cannabis ricreativa", quindi al menu del rivenditore prescelto dove selezionano i prodotti desiderati, quindi dichiarano se ritireranno l'ordine o preferiranno la consegna. Uber trasmette quindi l'ordine al negozio interessato. Una volta evaso, l'ordine viene consegnato al cliente dal personale addetto alle consegne del rivenditore, come previsto dalla legge.

Le normative provinciali sulla cannabis dell'Ontario sono state modificate solo di recente per consentire la consegna, sebbene non consentano la consegna di terze parti. Gli autisti del rivenditore devono essere dipendenti del rivenditore, essere certificati CannSell e sono tenuti a verificare identità ed età al momento della consegna.

Poco da guadagnare per consumatori e rivenditori

Dal punto di vista del consumatore, l'accordo fornirà semplicemente un altro luogo online per ordinare la cannabis per la consegna, oltre all'Ontario Cannabis Store e ad altri rivenditori privati.

Tutti e tre i negozi iniziali attualmente offrono ordini online per il ritiro in negozio o la consegna gratuita in giornata in un'area designata all'interno della Greater Toronto Area (con un importo minimo di acquisto).

I consumatori possono anche ordinare questi stessi prodotti dall'Ontario Cannabis Store gestito dal governo dell'Ontario, dove possono optare per la consegna in giornata all'interno di Toronto pagando una commissione di otto dollari. Qualsiasi guadagno da parte dei consumatori è minimo.

C'è anche poco in questo per i rivenditori. Probabilmente vedranno un aumento marginale degli ordini, ma a quale prezzo? Né i rivenditori né Uber sono stati disposti a rivelare i termini commerciali di questo accordo, quindi non ci resta che provare ad indovinare. La cannabis, in questo momento, non gode del tipo di margini che possono sostenere le commissioni addebitate da Uber.

Non è difficile immaginare che anche la maggior parte dei rivenditori di cannabis vorrà unirsi a Uber Eats in futuro, quando il settore si sarà consolidato ulteriormente. Quando ciò accadrà, significherà scelte schiaccianti per i consumatori, cosa che ha dimostrato di ridurre le vendite in altre categorie.

La questione della redditività

Poiché la maggior parte dei rivenditori di cannabis sono privati, non abbiamo visibilità sulla loro redditività. Possiamo, tuttavia, approfondire la questione utilizzando la Société québécoise du cannabis di proprietà del Québec come caso di studio. Rappresenta il limite superiore della redditività, dal momento che hanno in media le vendite per negozio più alte in Canada e una presenza relativamente modesta di 90 negozi rispetto ai 1.680 attualmente autorizzati in Ontario.

La Société québécoise du cannabis è, in ogni caso, un rivenditore di cannabis "sano". Nella loro relazione trimestrale più recente, hanno registrato un utile netto di \$ 20,5 milioni su vendite di \$ 139 milioni, che si traduce in un margine di profitto netto di poco meno del 15%.

Uber addebita ai rivenditori di generi alimentari il 15% delle loro entrate totali a coloro che forniscono il proprio servizio di consegna e utilizzano la piattaforma esclusivamente per prendere gli ordini (30% se vengono utilizzati gli autisti di Uber). Supponendo che Uber prenda una parte simile dai profitti dei rivenditori di cannabis, non c'è margine sufficiente perché questo abbia senso per i rivenditori. La matematica non funziona.

Il valore offerto da Leafly in questo accordo non è specificato, ma date le recenti perdite sia negli utenti finali che negli account al dettaglio, potrebbe essere nell'accordo semplicemente per spremere il prezzo delle azioni.

Uber e Leafly sono i primi

Le argomentazioni secondo cui questa partnership aiuterà a ridurre la guida a rischio di cannabis e le dimensioni del mercato illegale semplicemente non sono difendibili. Mentre guidare quando si è sballati è un problema serio e sempre più diffuso, l'esistenza di un altro servizio di consegna di cannabis non influirà sulle statistiche attuali. Ci sono già molte opzioni di consegna per le persone che preferiscono rispettare legge ed evitare di guidare fino al negozio più vicino. Allo stesso modo, i consumatori interessati ad acquistare erba legale, non erba del mercato nero, hanno già i mezzi per farlo.

Non c'è motivo per cui un servizio di consegna specifico di Uber Eats avrà un impatto maggiore rispetto agli attuali servizi di consegna. Resta anche da vedere se le persone vorranno utilizzare Uber per acquistare la loro erba in primo luogo, considerando le opzioni già disponibili.

È chiaro che rivenditori e consumatori non saranno i vincitori di questa nuova partnership: questo onore va agli intermediari, Uber e Leafly. Al momento, quello sembra essere lo stato dell'industria canadese della cannabis: gli affari vanno a gonfie vele per i grossisti provinciali, mentre i rivenditori privati e i produttori di cannabis sono lasciati in asso.

(Brad Poulos - Lecturer and Ambassador for Cannabis Education, Entrepreneurship and Strategy Department, Toronto Metropolitan University - su The Conversation del 01/11/2022) **CHI PAGA ADUC**

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)