

Kaufland

primești cât plătești. Puțin!

Nu mai este nici un secret că dezvoltarea pieței de retail (hipermarketuri, supermarketuri sau cash & carry) a avut o pondere foarte importantă în evoluția din ultimii ani a vinului românesc. Comerțul de acest tip a contribuit într-o mare măsură la educarea consumatorilor și la „democratizarea” vinului. Pentru foarte mulți dintre consumatori, supermarketul este locul în care intră în contact direct, fără intermediar, cu vinul îmbuteliat.



Valentin Ceafalău

În luna octombrie, în cadrul rubricii de analiză a ofertei de vinuri din principalele lanțuri de magazine de retail de la noi, am „pus sub lupă” oferta de vinuri din rețeaua de hipermarketuri Kaufland. În momentul în care am realizat documentarea pentru acest material am ținut cont de modul de prezentare al rafturilor, de diversitatea selecției, de accesibilitatea ca preț a produselor, de reprezentativitatea regiunilor viticole și de promoțiile făcute de retailer. Magazinul pe care l-am ales ca obiect de analiză a fost Kaufland Colentina (Șoseaua Colentina 6, Sector 2, București).

Kaufland este în acest moment lider în topul lanțurilor de retail din România, iar acest lucru se datorează în special politicii sale de prețuri de discount și strategiei de imagine de supermarket. Și pe segmentul vinuri Kaufland reușește să facă vânzări mai mari decât ceilalți competitori, din analizele făcute de noi reieșind faptul că este locul unde vinurile românești pot fi găsite la unele dintre cele mai mici prețuri. Ca în majoritatea lanțurilor de retail, oferta de vinuri din Kaufland este formată în mare parte din etichete românești, pe palierele de preț entry-level și economic.

Sectorul de vinuri de la Kaufland Colentina se află în a doua parte a magazinului și ocupă un spațiu destul de mare, cu patru rafturi, destul de cuprinzătoare,

cu câte două fețe, de aproximativ 4-5 metri lungime, plus un raft de aceeași dimensiune, așezat la perete. Fiecare raft este împărțit în mai multe segmente, având câte cinci polițe, dintre care una înclinată, lucru ce permite o mai bună expunere a vinurilor expuse aici. Ce surprinde foarte tare la Kaufland este încercarea de împărțire a vinurilor. Deasupra fiecărei secțiuni de raft apar niște display-uri generoase cu indicații privind culoarea și locul de proveniență al vinurilor precum: „Vin alb Vrancea”, „Vin Alb Valahia”, „Vin alb Europa”, „Vin alb/roșu de masă”, „Vin roșu Banat”, „Vin roșu Spania” sau „Vin alb Lumea Nouă”. Însă această împărțire este una formală. În plus, dă o senzație de haos, deoarece, dacă te lași influențat de aceste indicații, riști să pierzi destul de mult timp căutând un vin. De exemplu, la „Vin Moldova” găsești vinurile din gama Castel Huniade de la Recaș și vinurile de la Sâmburești, la „Vin Valahia”, vinurile de la Cotnari, la „Lumea Nouă”, Jidvei, sau la „Vinuri Europa”, riști să descoperi vinuri din California, Golden Kaan și Five Climates din Africa de Sud, un vin la PET din Ungaria, Villa Vinum (Nova Zeelandă) și exemplele pot continua. Singurul raft în care găsești ceea ce este indicat este cel de spumante, dar aici se află și cocktail-uri efervescente pe bază de fructe și șampanii pentru copii. Această așezare pare să îngreuneze procesul de selecție al cumpărătorilor, lucru demonstrat și de incertitudinea cu care responsabilul de raft așeza vinurile, în momentul vizitei. Mai trebuie specificat că la fiecare segment de raft există și o „Foaie de inventar”, care cuprinde lista vinurilor din zona respectivă, cantitatea și indicații