



privind amplasarea, însă acestea nu au nici o legătură cu realitatea.

După o atentă cercetare a raftului, realizezi că se încearcă o împărțire a vinurilor pe culori (alb și roșu, pentru că rose-urile sunt amestecate printre cele roșii), cu o grupare destul de ciudată pe regiuni și pe pro-

cele la 0,75 l. Și la Kaufland senzația de diversitate este una îndusă, mai ales la raftul de vinuri românești, deoarece în loc de o singură „față la raft” pentru un vin se regăsesc și câte 10 sticle cu aceeași etichetă.

Comparativ cu alte supermarketuri, în Kaufland nu sunt prezente insulițele sau rafturile separate cu promoții, majoritatea vinurilor având parte de același tratament în privința amplasării. Capetele de raft sunt ocupate de vinuri aflate la promoții, care pot fi luate direct de pe palet. În afara rafturilor cu vinuri românești, Kaufland mai oferă și o selecție de vinuri de import. Kaufland pare că marșează foarte mult pe semnalizarea promoțiilor și prețurilor reduse, acestea fiind marcate la raft prin etichete vizibile, de genul „Mai ieftin” și „Preț de discount”.

Vinuri albe din aproape toate regiunile

Spațiul dedicat vinurilor albe din Kaufland Colentina este, conform situației actuale de consum din România, mai mare decât cel de roșii. Un sector, destul de vast, este destinat vinurilor albe de la Cotnari, un altul, la fel de mare, vinurilor de Jidvei, restul vinurilor albe împărțind spațiul rămas dedicat acestei culori. Vinurile sunt împărțite și pe producători, gamele semnate de o anume cramă fiind expuse cam în același loc, excepție făcând Vinconul, ale

Retailerul german Kaufland a intrat pe piața din România în 2005, în prezent rețeaua deținând 85 de hipermarketuri. În 2013, Kaufland și-a consolidat poziția de lider al comerțului local, încheind anul trecut cu afaceri de 6,44 mld. lei (1,45 mld. euro), în creștere în moneda națională cu 15% comparativ cu anul anterior, potrivit datelor de pe site-ul Ministerului de Finanțe. Germanii au reușit să își păstreze în 2012, pentru al doilea an consecutiv, prima poziție în topul actorilor din comerțul modern și s-au îndepărtat de următorii clasaiți, francezii de la Carrefour (cu afaceri totale de 1,12 mld. euro) și Metro Cash&Carry (1,018 mld. euro, conform datelor din raportul oficial al companiei). În top 100 Cele mai valoroase companii din 2012, Kaufland ocupa poziția 16, având o valoare de 552 mil. euro.

ducători. Legat de criteriul preț, nu se vede nici o încercare de separare a gamelor, pe același raft stând atât vinurile economice la PET și la 1,5 litri, cât și