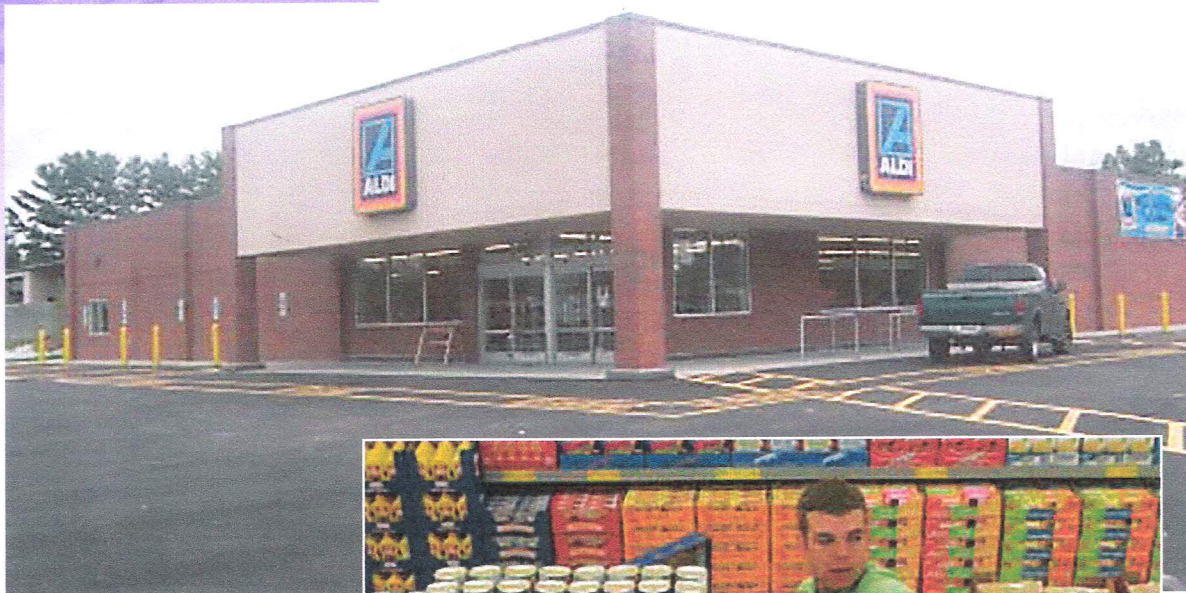


## Os alemães estão chegando



O formato alemão de "Hard Discount" conhecido por Supermercado de Desconto, ou mais tecnicamente de Loja de Sortimento Limitado, está se espalhando pela Europa e pelo mundo.

Nada tem a ver com os pequenos supermercados franceses ou as pequenas e antigas mercearias americanas, chamadas de Mom's & Papa's (tocadas por uma família). São lojas também pequenas, mas bem simples, com linha de produtos reduzida, expostas em suas caixas originais e empilhadas no chão ou em estruturas metálicas baixas.

Vocês se lembram dos Minibox, Poco Preço e Balaio, da década de 80, no Brasil? Conheçam os atuais Econ e Dia?

As estruturas são baixas, mas as vendas são bem altas.

No começo eram localizadas em bairros mais pobres e hoje estão espalhadas pelos de classe média também.

Costumam vender, na Europa, a preços 30% mais baixos que os supermercados tradicionais.

As redes mais conhecidas do país são: Aldi, Lidl, Netto, Plus, Kondi e Penny.



As duas maiores redes alemãs e mundiais, Aldi e Lidl (Grupo Schwarz), estão ganhando muito market share (participação de mercado).

As redes supermercadistas tradicionais, na Europa, estão reduzindo seus preços e começando uma forte guerra de preços contra eles.

Mas ganhar espaço é outra coisa.

Os Discounters já têm, na Alemanha, mais de 30% do mercado alimentício.

Seu sucesso está baseado em:

- Baixo nível de investimento
- Baixo nível de estoque
- Poucos fornecedores e melhores barganhas
- Grande volume de compras e de vendas
- Forte economia de escala.

O Aldi já está em 17 países e o Lidl em 14, e as vendas das duas redes, só na Alemanha, ultrapassam 70 bilhões de dólares.

Para você comparar, em 2008 todos os supermercados no Brasil venderam 75 bilhões de dólares.