Будущее продуктовых магазинов может быть просто 100-летней продуктовой сетью с культовыми последователями.

Несколько недель назад друг опубликовал историю в Instagram из Aldi, первого продуктового магазина со скидками, который должен был стать третьей по величине сетью супермаркетов в Соединенных Штатах. Они упомянули, что часто посещают местный Aldi в городе Канзас в любое время, когда они хотят поднять себе настроение.

Я прекрасно понимаю такое поведение. Продуктовый магазин стал для меня источником утешения, когда я переехала в Нью-Йорк после окончания колледжа в Чикаго в 2009 году. Я помню, как ходила на рынок Вестсайда на 110-й улице и на Бродвее в Верхнем Вест-Сайде и глазела на их холодильник с приготовленными десертами. Я часами пялилась на отдельные кусочки чизкейка (с разными вкусами — шоколадный, клубничный, манго — набор, который я когда-либо видела только в меню Cheesecake Factory), пироги и пирожные, осознавая чудовищность моей недавно обретенной свободы и независимости: я взрослый человек, у меня есть работа и деньги, и я могу покупать продукты, которые хочу. Я могу съесть целый торт на ужин, если захочу. Проходы продуктового магазина были похожи на красную ковровую дорожку, ведущую меня к лучшим частям взрослой жизни.

С тех пор я уехала из Нью-Йорка, но привычка осталась: когда мне нужно разобраться с чем-то, когда я в стрессе или когда мне просто нужно напоминание о моей независимости, я иду в продуктовый магазин. Сам продуктовый магазин не имеет значения, и в особенно дождливый день накануне Дня святого Валентина я решила провести бесцельный и не интересный день, бродя по проходам Aldi. А потом все стало происходить как нельзя лучше.

Aldi имеет огромное количество поклонников, с растущим присутствием в Соединенных Штатах, где в 38 штатах действуют 2100 магазинов, но его популярность растет во всем мире. От сотен фан-аккаунтов в Instagram до сообществ Facebook, посвященных отслеживанию ограниченных и порой бессмысленных акций сети по продаже продуктов питания и товаров (так называемые «Aldi Deals» или «Aldi Finds», мелкие товары на полках в средних проходах магазина, которые суперфанаты в

просторечии называют Согласно веб-сайту Aldi, “конкуренция была жесткой, поэтому им пришлось держать цены на низком уровне”. Тема скидок продолжалась, когда два сына Анны, Карл и Тео Альбрехт, взяли на себя управление магазином после призыва в немецкую армию во время Второй мировой войны. “Нехватка капитала, они запаслись только ограниченным выбором основных товаров для дома и кухни, таких как макароны и мыло, планируя расширить ассортимент позже”, – пишет Ксан Райс в статье Тео был похищен и содержался в шкафу в течение 17 дней во время переговоров о выкупе. Но мы знаем, что их случайная деловая практика хранения всего нескольких предметов и поддержания низких цен позволила им расшириться по всей Германии в 1950-х годах, пока братья не разделили компанию, работающую в отдельных регионах мира, в начале 1960-х годов. Предположительно, перерыв был из-за спора о том, продавать сигареты или нет.

Братья разделили свои магазины географически: Тео взял Aldi Nord, расширяясь в Северной Германии и Европе, в то время как Карл взял Aldi Süd, расширяясь в Южной Германии и странах за пределами нынешнего ЕС, таких как Великобритания, Китай и Австралия. У них нет мест в одной и той же стране, за исключением двух заметных исключений: Германии, конечно, и Соединенных Штатах. В Соединенных Штатах “Алди Юг” известен под названием “Альди”, и первый магазин открылся в Айове в 1976 году. Aldi Nord расширилась в страну в 1979 году, приобретя небольшую калифорнийскую продуктовую сеть под названием Trader Joe’s. Таким образом, технически, если вы делаете покупки в Aldi в Соединенных Штатах, вы наслаждаетесь магазином, как его представлял Карл (он якобы возражал против продажи сигарет). Theo’s Trader Joe’s похож на узнаваемого, но дальнего брата Aldi, хотя и явно отличается, мелкие детали каждого магазина, такие как их собственные бренды и ограниченный выбор, раскрывают общую историю.

> Непреодолимое множество вариантов выбора может оказаться утомительным, и компания Aldi активно борется с этим с помощью своих собственных брендов.

Формат Aldi заметно отличается от большинства крупных магазинов, которые мы привыкли видеть в Соединенных Штатах. Нет музыки; посетители должны

«арендовать» свои корзины, внеся четверть на депозит; а ограниченный выбор магазина (их магазины в среднем около 1800 SKU или отдельных предметов по сравнению со многими американскими магазинами, которые имеют от 15 000 до 60 000 SKU) означает, что разнообразия гораздо меньше. Отказ от дорогого строительства и исключение посредника в некоторых случаях означает, что Aldi может предлагать товары со значительными скидками. Та площадь, используемая для обеспечения безопасности тележки, означает, что люди с большей вероятностью вернут их, а не оставят их на парковке для сбора сотрудником – явная экономия рабочей силы, которая наблюдается снова и снова в более чем 2000 магазинах по всей стране.

“Моя мама ходила за покупками в Aldi, когда это еще не было популярно”, – говорит Жанетт Херт, автор *кулинарной книги Aldi: Вкусные рецепты, приготовленные с любимыми фанатами из отмеченного наградами продуктового магазина*. Версия ALDI Hurt, известная в детстве в начале 80-х годов, отличалась от той, что суперфанат – Херт говорит, что они называют себя “ботаниками ALDI” – собираются в Интернете для обсуждения. “Он был тускло освещен. Продукт был немного отвратительным, но для таких основ, как томатная паста, где вам не нужен фирменный бренд, это было совершенно нормально”. Без десятка брендов, из которых нужно выбирать, легко быстро подобрать нужные товары и уйти, что экономит драгоценное время и энергию таких людей, как Херт, у которой есть дети и которая совмещает несколько заданий для фрилансеров.

Для Aldi такой подход всегда был намеренным. “Мы делаем все по-другому в Aldi, и все это специально”, – говорит Кейт Киркпатрик, директор по коммуникациям Aldi USA. Большинство продуктов Aldi – это товары под частными торговыми марками, такими как Clancy’s (их линия чипсов), Savoritz (крекеры), Vista Bay (крепкий сельтерский напиток) и Chef’s Cupboard (супы и бульоны).

Почти у всех этих товаров под частной маркой есть узнаваемый аналог под известным брендом. Например, “Clancy’s Stackerz” продается в длинной круглой трубочке, напоминающей “Pringles”, но стоит значительно дешевле. В моем местном магазине Aldi Stackerz стоят 1,09 доллара за 5,5-унцевый батончик. (Согласно сайту
адаптировать или даже опускать некоторые ингредиенты, сейчас как никогда легко выйти из Aldi с (почти) всем необходимым, будучи уверенным, что то, что вы приготовите, будет вкусным.

Но разве Соединенные Штаты не являются страной бесконечных возможностей? Разве продуктовый магазин с 30 различными вариантами томатной пасты не является нашим Богом данным правом? Когда я бродил по отделу с холодильниками в Aldi, я решил купить бутылку комбучи и почувствовал легкое разочарование, потому что на полке было только два разных вкуса. Но я не уверен, что наличие 20 вариантов помогло бы мне чувствовать себя лучше.

В своей популярной книге 2004 года Стефани Гравалезе, внештатный писатель, фотограф и маркетолог из Западного Массачусетса. Гравалезе работала в большом магазине во время учебы в школе и колледже, и она говорит, что на протяжении всего своего рабочего времени наблюдала, как покупатели пытались разобраться в количестве брендов и вариантов. “Там может быть пять или шесть полок с одним товаром, в зависимости от категории, а они говорят: “Мне нужна только банка помидоров””.

Подавляющее множество вариантов выбора может показаться утомительным, с чем Aldi активно борется с помощью своих собственных брендов. “Когда я прихожу в такое место, как Aldi, идея лояльности к брендам, когда брендам приходится конкурировать за мое внимание, уходит в прошлое. Я почти с облегчением выдыхаю”, – говорит Гравалезе. “Мне не нужно смотреть на восемь разных брендов и сравнивать, чем они отличаются друг от друга. Почему этот на два цента дороже?”. Мне нравится, что все решения принимают за меня”.

Если радость от покупок в Aldi основана на облегчении и доступности, то здесь она спровоцирована хаосом. Многие товары Aldi Finds – это продукты питания и товары для хранения, но многие представляют собой необъяснимое множество товаров для дома – при том, что слово “домашний” можно понимать не совсем точно. Во время моего последнего визита я нашла беговую дорожку ($199,99); бандаж для спины, предназначенный для улучшения осанки ($8,99); беспроводное автомобильное зарядное устройство для телефона ($22,99); игру “Друзья”, которая включает в себя мяч, который игроки бросают друг другу, что является отсылкой к эпизоду из пятого сезона сериала ($9,99); и качели на двоих на открытом воздухе ($99,99). Я купила своему сыну аппарат для приготовления сахарной ваты в “Проходе стыда”, – говорит Херт. “Ему очень понравилось. Я бы никогда не подумала о том, чтобы купить ему аппарат для приготовления сахарной ваты”.

В определенный сезон Aldi становится по-настоящему абсурдным: выбор праздничных спецпредложений и товаров с ограниченным сроком годности варьируется от захватывающих сокровищ до нелепых сюрпризов, и оба варианта поддерживают десятки онлайн-сообществ. Круглый год популярны Адвент-календари, особенно с пивом и вином, и выбор часто меняется. В конце года вы можете найти пиццу в форме рождественской елки, а в ноябре – равиоли с начинкой из индейки и клюквы.

В начале февраля я впервые посетила свой ближайший магазин Aldi, и он был украшен товарами на тематику Дня Святого Валентина. Я заглянула в секцию сыров – это, пожалуй, лучший показатель европейских корней магазина, хотя они могут похвастаться богатым международным ассортиментом продуктов всех категорий – и взяла небольшой, запечатанный воском блок английского сыра Wensleydale ($3,99 за 5 унций). Он был завернут в розовый воск в форме сердца, со вкусом джина и ревеня, и я никак не могла отказаться от него. В последний раз, когда я посетила этот магазин, хотя меня соблазнили конфеты и печенье ко Дню матери, я ушла с ручным отпаривателем для ткани ($19,99). Я полагаю, что если вспомнить ужасно гендерные подарки, которые иногда дарят мамам (например, пылесосы и другие предметы для выполнения домашних обязанностей), то этот отпариватель для ткани считается сезонным.

Люди используют сети для того, чтобы поделиться информацией о том, что в том или ином магазине закончился востребованный товар или даже отправить друг другу товары из своего местного магазина Aldi, которые недоступны их коллегам. “В Филадельфии невозможно достать выпивку”, – говорит Херт, рассказывая, что люди отправляют своим коллегам-ботаникам бутылки вина из фирменного бренда Aldi – Winking Owl (цена которого варьируется от 3 до 5 долларов). Некоторые идут еще дальше, делая магазины Aldi остановкой во время отпуска и путешествий в новые города.

В основе всего этого лежит доступность. “Экономия времени и денег – это то, что мы делаем, поэтому неудивительно, что Aldi привлекает покупателей всех возрастов, мест проживания и доходов. Новые покупатели всегда удивляются тому, как много они могут сэкономить, перейдя на Aldi”, – говорит Киркпатрик. Обычно небольшая площадь магазина позволяет построить его практически в любом городе или районе, а за счет отказа от лишних запасов и сокращения штата сотрудников (работники кассы не будут

упаковывать ваши продукты, они должны быстро выписывать людей, а Aldi первое место по самой быстрой кассовой линии среди 55 других розничных продуктовых магазинов) Aldi может одновременно передавать экономию покупателям и инвестировать в глупые изыски, чтобы заполнить “позорный проход”.

Часто считается, что вещи с надписью “скидка” или “выгодная покупка” не приносят удовольствия, как будто те, кто не может позволить себе более дорогие товары, не должны получать никакого удовольствия от их использования или потребления. Намеренно или нет, но покупки в Aldi – это напоминание о том, что каждый заслуживает удовольствия при покупке продуктов и что жертвовать радостью не является обязательным условием доступности. Каждый имеет право заблудиться в ряду, полном сезонных сюрпризов, и найти удовольствие в своих покупках – и, возможно, купить пару блоков сыра в форме сердца.

Автор: ЭШЛИ РОДРИГЕС Иллюстрация: