

# La tedesca Aldi aprirà nel cuore di Manhattan e pianifica altri 800 nuovi store negli Stati Uniti

Marco A. Capisani a pag. 14

*Il discount tedesco aprirà nel cuore di Manhattan. Sugli Usa pianificati 800 nuovi store*

## Aldi sbarca a Times Square

*Il portamonete dell'insegna scatena una moda tra i clienti*

DI MARCO A. CAPISANI

I dazi attirano Aldi negli Usa. Dopo l'inflazione, il possibile rialzo generale dei prezzi per i consumatori americani, in seguito alla nuova politica commerciale del presidente **Donald Trump**, accelera la strategia di espansione del discount tedesco negli Stati Uniti: quest'anno verranno inaugurati in tutto più di 200 negozi, contro le 120 aperture del 2024, e per la fine del 2028 i nuovi store toccheranno quota 800. Aldi allunga il passo a tal punto che debutterà la prossima estate anche nel cuore di Manhattan, a New York city, nel lussuoso palazzo The Ellery all'incrocio tra Times Square ed Hell's Kitchen, una zona tra le più costose e popolate della città. Come reagiranno i consumatori residenti e i lavoratori degli uffici alla presenza di un discount straniero in uno dei quartieri simbolo di New York city? Sicuramente con maggior meraviglia rispetto a clienti europei, già abituati ai negozi dell'insegna, anche se Aldi è sbarcato negli Usa nel lontano 1976, in Iowa precisamente. La sorpresa, infatti, deriva più che altro dall'abitudine nord-americana di frequentare punti vendita che sono più grandi e, talvolta, meno curati nel loro layout di vendita. A conferma di come cambino le percezioni dei consumatori dal Vecchio Continente agli Stati Uniti. Comunque, il network ha già approcciato anche il pubblico newyorkese, ai confini di Manhattan con il

negozio nell'East Harlem e poi pure con quelli a Brooklyn, nel Queens e nel Bronx.

**Usa, fare la spesa al discount è cool.** La sorpresa dei consumatori, però, si sta trasformando in qualcosa di più. Proprio a

New York city, secondo la stampa locale, frequentare gli scaffali di Aldi è diventato talmente di moda che vanno a ruba i portamonete della catena per conservare i 25 cen-

tesimi di dollaro (20 centesimi di euro) che servono a sganciare il carrello necessario per fare la spesa. Un'abitudine, quella della moneta da inserire nel carrello, peraltro poco diffusa Oltreoceano ma che non ha fatto altro se non rafforzare la «Aldi mania» per il suo portamonete. La stessa insegna ha deciso di girare a suo favore questo trend e cavalcarlo con il concorso per 25 clienti (25 come i cent del carrello), denominato «Aldi Quarter Club» (e sempre Quarter nel senso un quarto di dollaro), che offrirà ai vincitori un anno di spesa gratuita (stimata sui 1.700 dollari a testa, pari a quasi a 1.500 euro), oltre al regalo di gadget vari tra cui una giacca in stile college. E dire che anche Lidl fa tendenza in Italia ma ha dovuto creare un merchandising ad hoc, come le scarpe sportive o la giacca per la reunion della band degli **Oasis**. Ad Aldi è bastato, fortuitamente, un portamonete già prodotto.

**Gli Usa non sono New York city.** Aldi ha definito una strategia quinquennale da 9 miliardi di dollari (7,7 miliardi di euro), secondo alcune indiscrezioni di stampa a stelle e strisce, per andare alla conquista di tutti e 50 gli stati, da ovest a est. L'iniezione di risorse permetterà al discount teutonico di confermarsi come terza insegna del paese e di diventare il gruppo che cresce maggiormente. Al momento, i suoi punti vendita sono oltre 2.400, sparsi in 39 stati Usa. L'ultimo a essere invaso è il Nevada, con l'inaugurazione a Las Vegas.

«L'apertura del nostro primo punto vendita nel cuore di Manhattan rappresenterà un traguardo importante per Aldi, poiché continueremo ad ampliare l'accesso a generi alimentari di qualità e a prezzi accessibili», ha affermato **Chris Daniels**, vicepresidente regionale di Aldi US. «Questa location ci consentirà di offrire ai newyorkesi un'esperienza di acquisto più semplice, veloce e piacevole». In particolare, pare abbia colpito l'attenzione dei clienti «Aldi finds», un bancone con un miscuglio di vari prodotti scontati, stile bancarella di un mercato europeo, con un assortimento che varia periodicamente. Il flagship store di Aldi tra Times Square



ed Hell's Kitchen (in tutto oltre 2.300 mq) è «una pietra miliare nella trasformazione dell'area di Times Square in una destinazione residenziale di prim'ordine», secondo **George Tsapelas**, vicepresidente senior di Taconic Partners, tra i proprietari e costruttori immobiliari di The Ellery.

— © Riproduzione riservata — ■

DS6901

**Il portamonete Aldi****Ellery, il palazzo di pregio dove aprirà Aldi a Manhattan (New York city)**