

НАША ГАЗЕТА

 nashagazeta.ch

Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (<https://nashagazeta.ch>)

Как COOP et Migros получают масло из молока? | Comment Migros et Coop obtiennent leur beurre ?

Auteur: Надежда Сикорская, [Женева](#), 28.06.2022.



Photo © Nashagazeta

Маржа торговых сетей от продажи молочных продуктов доходит до 92% - в ущерб производителям и потребителям. Как такое возможно?

|

Les marges brutes de Migros et Coop de la vente des produits laitiers s'élèvent jusqu'aux 92%. Comment est-ce possible ?

Comment Migros et Coop obtiennent leur beurre ?

Без устриц прожить можно. И даже без шоколада. А вот без молока, согласитесь, сложнее. В то время, как [повышение цен](#) в Швейцарии практически на всё остается злободневной темой, наши коллеги из нескольких изданий провели совместное расследование, чтобы отделить «чистый продукт» от маржи, взяв в качестве примера молочные продукты. И узнали много интересного. Например, что многие фермеры продают молоко себе в убыток и ради выживания вынуждены заниматься побочной деятельностью, которая в значительной степени оплачивается за счет субсидий Конфедераций (то есть наших с вами налогов) и их собственной 80-часовой рабочей недели.

Полученная информация важна и для потребителей, особенно тех, кому в эти дни приходится затянуть ремни: при том, что себестоимость продукции и зарплаты в Швейцарии выше, чем в Италии, Франции и Германии, выше и цены на продукты, причем значительно. Но разница в марже торговых сетей ошеломляет.

В качестве примера швейцарские журналисты взяли компанию «Объединенные молочные хозяйства Женевы» (LRG), среди пользующей популярностью продукции которой, в частности, моцарелла Galbani, водуазский молочный сыр tomme и растительный йогурт Sojasun с черникой. Сравнить цены на них, различающиеся от магазина к магазину, не составляет труда – это может при желании сделать каждый. А вот информация о выручке сетей Migros и Coop никогда не разглашается, как и о том, сколько получает производитель и во сколько обходится трансформация сырья, то есть молока, в производные продукты. Эти вопросы для публики покрыты тайной, а молчание, очевидно, в буквальном смысле золото.

И зачем бы им эту тайну разглашать, ведь две гиганта обладают невиданной в Европе концентрацией продовольственных магазинов: вдвоем они контролируют 76,8% швейцарского потребления на общую сумму, по данным Федерального сельскохозяйственного управления, 22,9 млрд франков. Оставшуюся долю рынка делят между собой сети Lidl и Aldi.

И вот в апреле серверы LRG подверглись нападению хакеров и сотни данных просочились в даркнет. Злорадствовать не стоит, но нет и худа без добра, поскольку благодаря этому завеса тайны была приподнята, и даже крохотная часть информации, которой поделились Heidi.news и Le Temps, учитывая представляемый ею общественный интерес, позволяет представить себе размеры получаемой торговыми сетями прибыли и понять, почему на протяжении последних двадцати лет число производителей молока в Швейцарии сокращается – не выгодно!

Расходы на еду составляют 6,4% бюджета скромного швейцарского домохозяйства – понятно, что большинство нормальных людей отоваривается не в деликатесном отделе Globus, а в магазинах одной из четырех упомянутых выше сетей. А потому расследование, проводимое сейчас известным нашим читателям «Господином цена» (Monsieur Prix) с целью установить маржи каждой из них, особенно своевременно сейчас, в период инфляции – по мнению профессионалов, эта маржа

«диспропорциональна», а то и «очень диспропорциональна».

На основании данных LRG швейцарские журналисты проанализировали 77 продуктов, продаваемые в магазинах этих сетей, и установили, что средняя маржа составляет 57% в Coop, 46% в Migros, 35% в Aligro и 34% в Manor. Выяснилось также, что и цена, по которой одни и те же продукты продаются в швейцарских сетях, сильно разнится. Так, благодаря лицензии, купленной у французской группы Triballat Noyal, LRG покупает упаковку из четырех баночек йогурта Sojasun с черникой за 1,21 франка. И тут же перепродает ее Coop за 1,70 франка, который берет с покупателя 3,35 франка – маржа составляет в этом случае 92%. При продаже любимого всеми водуазского сыра оба торговых гиганта, Coop и Migros, осуществляют одинаковую маржу – свыше 66%. Вот бы финансовые рынки выдавали такие показатели!

Представители всех торговых сетей отказались комментировать информацию, полученную через LRG. Но и без их комментариев понятно, что прибыль большая, гораздо больше, чем – учитывая все факторы – во Франции: по данным Французской обсерватории ценообразования при министерстве экономики, маржа на продукты питания составляет в соседней республике от 19 до 34%. По мнению экспертов, маржа на молочные продукты не должна превышать в Швейцарии 25% - чтобы, так сказать, и волки были сыты, и овцы целы. Но у потребителя нет приема против могущественных сетей, которые не собираются сокращать прибыль. Тупик?

[Женева](#)

Статьи по теме

[Что дорожает в Швейцарии?](#)

Source URL:

<https://nashagazeta.ch/news/economie/kak-coop-et-migros-poluchayut-maslo-iz-moloka>