

Из оранжевого в зеленый | Le géant orange se met au vert

Автор: Людмила Клот, [Цюрих](#), 07.09.2012.



Продающиеся в супермаркете Alnatura-Migros овощи и фрукты в большинстве своем выращены в Швейцарии (© Le Temps)

Для адептов здорового образа жизни швейцарская торговая сеть Migros совместно с немецкой компанией Alnatura открыла супермаркет биологических продуктов в Цюрихе. Если он придется по вкусу населению, био-экспансия захватит всю страну.

Inauguré jeudi dernier, le supermarché Alnatura-Migros situé à Höngg, à quelques kilomètres du centre de Zurich, attire une clientèle très variée.

Le géant orange se met au vert

Уже неделю в Хённге, в нескольких километрах от центра Цюриха, работает супермаркет Alnatura-Migros. Среди его покупателей – и юные фанаты защиты окружающей среды, и пожилые адепты здоровой пищи. Элегантная пожилая дама с сумкой, из которой с любопытством принохивается ко всему маленькая собачка, рассказала для газеты Le Temps, что приехала сюда... специально ради своей питомицы. «Либерти полтора года, у нее слабый желудок. Обычно я даю ей воду марки Lauretana. Правда, этой воды здесь нет, но я выбрала другую, по цене 1,40 франков за литр она должна быть хорошего качества». Какие еще плюсы нашла эта требовательная покупательница в специализированном биологическом супермаркете? «Все товары расположены в одном месте, это практично. Я не люблю крупные магазины и не покупаю большие порции, потому что живу одна. Этот новый

магазин может поменять мои привычки, я только буду по-прежнему покупать стиральный порошок в Соор, а остальные покупки могу делать здесь», - пояснила она.

Несмотря на относительно небольшую площадь, 460 кв.метров, магазин не перегружен: он вмещает ассортимент из 5 тысяч товаров в небольших количествах - для сравнения, в популярном немецком магазине Aldi, который в два раза больше, продается 700 наименований товаров, а в соседнем Denner - 1500.

Отличительное качество покупателей - внимательный интерес, с которым они читают надписи на этикетках. «Мы специально приехали из Винтертура, чтобы увидеть, что здесь продают. Мы почти полностью вегетарианцы, поэтому должны ответственно подходить к выбору продуктов питания, - приводит Le Temps слова пожилой пары. - Обычно мы делаем покупки в Констанце, в магазине Alnatura, цены там немного ниже, чем здесь. Но этот магазин расположен в Цюрихе».

В новом биологическом супермаркете царит порядок, как в японских магазинах, - отмечает газета. Слева от входа разложены фрукты - порядка сорока наименований. Яблоки стоят 5,60 франков за килограмм, такая же цена на экзотические ананасы. Напротив входа - несколько десятков видов сыров и хлебобулочные изделия. В середине магазина - еще четыре района разнообразных продуктов питания, большой выбор сортов кофе и чая. Ассортимент на 10% состоит из собственных продуктов Migros, на 20% - из товаров марки Alnatura, а остальные - это смесь марок, производящих «био», швейцарских и иностранных. Фрукты, овощи и молочные продукты в основном швейцарского производства.

У истоков создания био-супермаркета стоит Гётц Рен, предприниматель, уже тридцать лет успешно открывающий в Германии магазины биологических продуктов Alnatura. Управляет магазином в Хёнгге цюрихское руководство Migros, которое отдает Alnatura определенную часть выручки. Таким образом, «оранжевый гигант» (так, из-за цвета, швейцарцы прозвали свою крупнейшую торговую сеть) извлекает пользу из опыта немецких коллег в работе с «био», прибавляя к ним свои возможности по организации торговли и доставки.

По словам Рольфа Фукса, спикера отделения Migros в Цюрихе, этот город наделен потенциалом для открытия еще нескольких био-супермаркетов. Спрос на биологические продукты растет на 6-7% в год, то есть, даже чуть больше, чем на товары розничной торговли. Конкурент Migros, торговая сеть Соор, уже давно и успешно действует на биорынке, что позволило ей за последние несколько лет расти намного быстрее, чем это делает «оранжевый гигант». Со своей прибылью 700 миллионов франков в год Соор обогнал Migros, который заработал в 2011 году 435 миллионов франков.

Гётц Ренн тоже убежден, что у «био» в Швейцарии большой потенциал. «В розничной торговле биологические продукты занимают 7-8%, и эта пропорция здесь почти в два раза больше, чем в Германии, но в идеале она способна достигнуть 70-80%. Биопродукты не должны быть сверхдорогими, если они рассчитаны на широкие слои населения», - заявил он недавно газете Tages-Anzeiger.

Торговая сеть Alnatura, созданная в Германии в 1984 году, через год увеличила свой доход на 10%, а в 2011 году он вырос на 16%, до 560 миллионов франков - тогда как

розничная торговля в целом осталась практически на прежнем уровне. Сейчас в Германии насчитывается 70 магазинов этой марки.

Превратится ли Alhambra-Migros в новый швейцарский бренд, сказать пока нельзя, новая концепция должна пройти испытания. В случае, если ее хорошо примут покупатели в Цюрихе, аналогичные магазины откроются в Романдской Швейцарии и на всей территории страны. Примеру Migros могут последовать и другие швейцарские предприниматели, заинтересованные в продаже товаров с пометкой «био» – они смогут объединяться с зарубежными специализированными торговыми сетями.

[биопродукты](#)

Статьи по теме

[Биологические продукты в Швейцарии: не все яйца одинаковы](#)

[Био-шопполикам на заметку](#)

[Швейцарские кошки переходят на био-консервы](#)

Source URL: <https://nashagazeta.ch/news/14088>