

Едим дома по-швейцарски | On mange chez soi à la suisse

Автор: Татьяна Гирко, [Берн](#) , 02.05.2016.



Как вернуть посетителей в рестораны и постояльцев в отели? (© Gian Marco Castelberg & Maurice Haas / Switzerland Tourism)

Население Конфедерации в 2015 году потратило 22,4 млрд франков на еду и алкоголь, потребляемые вне дома. Это на 1,1% меньше, чем годом раньше. Федерация GastroSuisse призывает к переменам.

La population suisse a dépensé en 2015 au total 22,4 milliards de francs pour sur la nourriture et les boissons hors foyer soit 1,1% de moins que l'année précédente. GastroSuisse appelle aux changements.

On mange chez soi à la suisse

Швейцарцы оставляют все меньше денег в ресторанах, с тревогой констатирует уже [не первый год](#) Федерация предпринимателей гостиничного и ресторанного бизнеса GastroSuisse. По оценкам организации, в прошлом году каждый житель Конфедерации потратил в заведениях общественного питания в среднем **2758 франков**. Если с точки зрения клиентов этого вполне достаточно, то коммерсантов такое положение вещей совершенно не устраивает. На прошедшей на прошлой неделе ежегодной пресс-конференции, посвященной итогам года, глава GastroSuisse Казимир Платцер призвал для решения этой проблемы организовать круглый стол с участием представителей политических и экономических кругов.

[Потерю иностранных туристов](#) из-за укрепления франка усугубляет рост числа швейцарцев, отдающих предпочтение ресторанам, расположенным в соседних странах. По данным GastroSuisse, ежегодно места общественного питания Конфедерации теряют на этом около **4 млрд франков**. Кстати, самый значительный спад интереса к местным ресторанам (около 20%) отмечен в приграничных кантонах – Тургау, Невшатель и других.

Крайне сложная ситуация наблюдается в сельских и горных регионах, отмечает Казимир Платцер. Рынок, на котором постоянно происходят изменения, испытывает с одной стороны давление в связи с высокими издержками, а с другой – проблемы с поиском рабочей силы (напомним, что зарплата в гостиничном и ресторанном секторе остается одной из [самых низких](#) в Швейцарии).

Волшебного рецепта, который позволит исправить положение, не существует. «Я не понимаю, почему политики до сих пор бездействуют. Когда спрос со стороны отдельных стран в горных регионах падает на 40%, эти изменения затрагивают целые сектора экономики», – считает глава GastroSuisse, опасаящийся массового исхода населения из долин и небольших деревень.

Высокий уровень расходов – а на долю стоимости товаров и оплату рабочей силы в этой сфере приходится 80% – препятствует повышению конкурентоспособности отрасли. В связи с этим Федерация анонсировала инициативу **«Стоп островку дороговизны – за справедливые цены»**, с которой она собирается выступить в этом году. Правда, в чем именно заключается ее идея, пока не сообщается. Возможно, речь пойдет о необходимости отмены торговых барьеров и снижения [административной нагрузки](#) на предпринимателей, поскольку эти факторы подверглись острой критике GastroSuisse.

Помимо этого, представители швейцарского гостиничного и ресторанного бизнеса возлагают большие надежды на инновационный подход и различные программы лояльности, позволяющие не только привлечь новых, но и удержать имеющихся клиентов, делая ставку на качество и использование региональных продуктов, что, например, предусматривает тичинская инициатива **«Ticino a Tavola»**. А новым стимулом для швейцарских гостиниц должна стать награда **«Hotel Innovations-Award»**, которая впервые будет вручена в конце августа в Швейцарском музее транспорта в Люцерне.

GastroSuisse также раскритиковала нерешительность швейцарских властей, предпочитающих не вмешиваться в ситуацию, в то время как платформы бронирования, устанавливающие комиссию в размере от 12% до 30%, требуют от гостиниц предоставить гарантию «лучшей цены». Федерация предлагает в этом вопросе опираться на опыт Германии, запретившей **Booking.com** выдвигать такое условие для размещения предложений на сайте. Получив возможность снижать цены в собственной системе бронирования, швейцарские гостиницы смогут предложить клиентам более привлекательные условия без ущерба для себя.

Добавим, что швейцарские рестораторы обращают пристальное внимание на кулинарные предпочтения своих клиентов. Так, по их наблюдениям, самым распространенным основным блюдом остается мясо – говядина, свинина, реже птица. В качестве гарнира посетители чаще выбирают салат, овощи или картофель-фри. В десертах лидерство удерживает мороженое. В категории напитков предпочтения швейцарцев оказываются на стороне кофе и минеральной воды. На долю вина приходится 11%, пива – 8,5%.

Напомним, что в гостиничной и ресторанной отрасли заняты почти 210 тысяч человек. По [оценке](#) Федеральной службы статистики, швейцарцы тратят на оплату счетов в ресторанах и отелях около 9% своего дохода, при этом многие с удовольствием [путешествуют](#) по родной стране.

[рестораны в швейцарии](#)

Статьи по теме

[Обедать в ресторане как дома](#)

[Швейцарцы стали меньше пить и есть в ресторанах](#)

[В Швейцарии вручили «гостиничный Оскар»](#)

[Швейцария теряет одних туристов и находит других](#)

Source URL: <https://nashagazeta.ch/news/le-coin-du-gourmet/edim-doma-po-shveycarski>