

Кофе - самый швейцарский продукт? | Le café est le produit le plus suisse?

Автор: Татьяна Гирко, [Цюрих](#) , 22.05.2015.



© nespresso.com

Швейцарская продовольственная промышленность известна во всем мире благодаря сыру и шоколаду. Между тем, начиная с 2010 года, Конфедерация экспортирует намного больше кофе, чем этих традиционных продуктов, обнаружили эксперты финансового конгломерата Credit Suisse.

|
L'industrie agroalimentaire suisse est reconnue dans le monde entier grâce au fromage et chocolat. Et pourtant, à partir de 2010, la Confédération exporte bien plus de café que de ces produits-symboles, ont révélé les experts de Credit Suisse.
Le café est le produit le plus suisse?

Швейцарские сыры и шоколад – неотъемлемые составляющие имиджа страны в глазах всего мира, наравне с [банками](#), [часами](#) и неутомимым [Роджером Федерером](#). В том, соответствует ли действительности расхожее клише, решили разобраться эксперты финансового конгломерата Credit Suisse, изучив положение дел в отрасли и, главное, выяснив, насколько обоснованно сыр и шоколад в первую очередь ассоциируются у жителей других стран со Швейцарией.

Продовольственная промышленность – одна из важнейших отраслей швейцарской экономики. Производством продуктов питания заняты более 70 тысяч человек, работающие в 4 тысячах компаний. Если включить в расчеты торговый цикл, то окажется, что ежедневно над созданием продовольственного благополучия швейцарцев трудятся 250 тысяч человек.

В числе главных мэтров этого сектора экономики, как правило, называют транснациональную корпорацию Nestlé, расположенную на берегу Женевского озера, и цюрихского производителя шоколада [Lindt&Sprüngli](#). Однако более половины работников продовольственной промышленности трудятся в компаниях, относящихся к сфере малого и среднего бизнеса (PME), отмечают эксперты Credit Suisse.

Как же распределились приоритеты в сфере производства продуктов питания в самой Швейцарии? Как и следовало ожидать, компании Конфедерации направляют свои усилия не только на изготовление сыров и шоколада. По данным Credit Suisse, около трети работников (из которых 75% относятся к PME) занято в производстве хлебобулочных и макаронных изделий. Второе место по числу персонала занимают компании, занимающиеся переработкой мяса. За ними следуют изготовители молочной продукции, шоколада, чая и кофе, кондитерских изделий и других продуктов. При этом, отмечают эксперты, среди производителей можно встретить и мелких лавочников, и транснациональные корпорации: лидер молочной индустрии Emmi легко уживается рядом с сыроварней из Урнербодена, а Lindt&Sprüngli спокойно соседствует с малоизвестной за пределами Швейцарии шоколадной фабрикой Max Felchlin.

Впрочем, такое сосуществование не всегда можно назвать мирным: некоторые мелкие предприятия не выдерживают конкуренции и покидают рынок, другие, напротив, пользуются популярностью среди ценителей «ручного труда» или благодаря новаторскому подходу к клиентам. Успешный пример малого бизнеса в этой сфере – расцвет региональных пивоварен, предлагающих клиентам оригинальную продукцию собственного производства.

Однако не все готовы платить больше за индивидуальный подход, и швейцарским компаниям довольно редко удается выдерживать конкуренцию с иностранными соперниками. В Конфедерации жизнь производителя нелегка: большие расходы на [оплату труда](#) и высокие таможенные пошлины на импорт сырья, направленные на защиту отечественного производителя, внесли свой вклад в развитие так называемого «[потребительского туризма](#)». Отказ Национального банка [от поддержания валютного курса](#) также не способствует росту популярности отечественной продукции. По оценкам Credit Suisse, существенное укрепление

франка в 2010-2011 годах привело к тому, что в 2012-м швейцарцы потратили на покупку продовольствия за границей 1,3 млрд франков. В 2015-м этот феномен может усилиться, и давление на отечественного производителя снова возрастет, считают эксперты.

Принимая во внимание экономические факторы, швейцарская продовольственная промышленность в большей степени ориентирована на местного потребителя: в общем объеме продаж доля экспорта составляет лишь 10-20%. Однако насыщение швейцарского рынка вынуждает производителей искать (и довольно успешно!) пути привлечения новых клиентов за рубежом.

В 2014 году Конфедерация экспортировала продовольствия на рекордную для себя сумму в 8,3 млрд франков, причем за последние десять лет эта цифра удвоилась. Примечательно, что львиная доля прироста приходится на кофе и энергетические напитки Red Bull, разливаемые в тару в швейцарской деревушке Виднау. А благодаря всемирному успеху кофемашин Nespresso, капсулы для которых производятся исключительно в Швейцарии, бодрящий напиток вскоре может стать визитной карточкой небольшой альпийской страны. Во всяком случае, начиная с 2010 года, цифры объема экспорта кофе превышают сумму аналогичных показателей в традиционных швейцарских категориях «сыр» и «шоколад».

[Берн-Страсбург](#)

[швейцарские продукты](#)

[швейцарские производители](#)

Статьи по теме

[«Швейцария – это Федерер, шоколад и банки»](#)

[Швейцарские часы и драгоценности не пострадали от снижения экспорта](#)

[Сыр и швейцарцы – история любви продолжается](#)

[Швейцария бьет рекорды по экспорту продукции](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/news/economie/19684>