

«2 по цене 1», «Покупай больше, плати меньше», «20% бесплатно»... Производители неустанно пытаются найти новые пути к кошельку покупателей. Это неудивительно. По итогам 2010 года российский оборот розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки и табак, вырос на 5,1% после падения годом ранее. Казалось, экономика восстанавливается: население перестало экономить на самом главном — еде. Однако в последующие два года продажи росли немногим более чем на 3%. В первом квартале 2013 года этот показатель составил 1,6%. Тренд последних лет — экономия на объемах. С советских времен мы привыкли к тому, что в стандартном пакете 1 л молока или сока, бутылке — 1 л растительного масла, пачке — 200 г сливочного масла, а в стандартном бумажном «кирпиче» — 1 кг муки, соли или сахара. Теперь же стандарт все чаще становится исключением.

Молоко и молочная продукция



Волода продаст за 150 руб. и 200 г. продаст за 180 руб. и 200 г. продаст за 180 г.



Но бы вы знали, что в этих шоколадах содержится всего лишь 100 г шоколада, а остальное - это сахар и жир.



А в бутылке объемом 1 литр содержится всего лишь 825 г масла, а остальное - это вода и эмульгаторы.



В пакете с крупой весом 1 кг содержится всего лишь 900 г крупы, а остальное - это вода и добавки.



В магазине покупая муку, вы видите, что она продается в привычной фасовке по 1 кг. Но и здесь уже обман зрения.