

ТЕОРИЯ  ЗАГОВОРА



**МИХАИЛ МАМАЕВ · АНДРЕЙ СЫЧЕВ**

# **КАК НАС ОБМАНЫВАЮТ В МАГАЗИНАХ**



**Москва  
2018**

УДК 339.37 + 347  
ББК 65.422.5 + 67.404  
М22

Литературный редактор *А. Василевская*

Редактор *П. Козленко*

Художественное оформление *С. Хозина*

Во внутреннем оформлении  
использованы иллюстрации *Е. Вергузовой*

**Мамаев, Михаил Алексеевич.**

М22 Теория заговора. Как нас обманывают в магазинах /  
Михаил Мамаев, Андрей Сычев. — Москва : Эксмо,  
2018. — 352 с.

ISBN 978-5-04-093901-5

Программа «Теория заговора» на Первом канале за годы своего существования накопила огромный опыт противодействия ловушкам, в которые нас заманивают производители. В этой книге собран концентрат полезных советов и важных инструкций, следуя которым вы перестанете быть марионеткой корпораций, научитесь приобретать только качественные товары по выгодной для вас цене и питаться действительно здоровой пищей!

Эта книга будет полезна всем. Секрет противодействия маркетинговым уловкам производителей очень простой: возьмите эту книгу и отправляйтесь за покупками — рекомендации программы «Теории заговора» помогут вам не ошибиться в выборе.

Вы узнаете, как:

- распознать отраву на полке
- сократить продуктовые расходы на 30%
- защитить себя от зомбирования маркетологами.

УДК 339.37 + 347  
ББК 65.422.5 + 67.404

© Мамаев М., 2018

© Сычев А., 2018

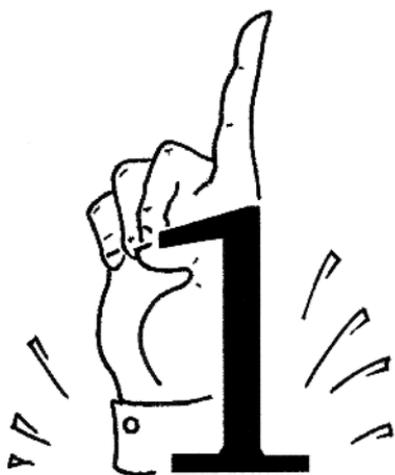
© Оформление. ООО «Издательство  
«Эксмо», 2018

ISBN 978-5-04-093901-5

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>1. КАК ПРОИЗВОДИТЕЛИ УПРАВЛЯЮТ НАШИМИ ЖЕЛАНИЯМИ И НАШИМ ВЫБОРОМ</b> . . . . .	7
Своя марка . . . . .	9
Просрочка . . . . .	14
Ловушки в супермаркете: скидки, акции, «выгодные предложения» . . . . .	15
Спонтанность и внезапность . . . . .	19
Из чего состоит цена на товар? . . . . .	21
Программисты нам... помогут? . . . . .	22
Кто у кого ворует? . . . . .	23
<b>2. ПРОДУКТЫ-ОБМАНЩИКИ</b> . . . . .	25
ГМО и другие «страшилки». . . . .	27
Обман на неочевидном . . . . .	32
Обманчивая экзотика . . . . .	33
Обман на красоте . . . . .	34
Таинственные добавки . . . . .	37
<b>3. МОЛОКО И МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ</b> . . . . .	39
Молоко . . . . .	41
Кефир . . . . .	53
Сметана . . . . .	54
Творог . . . . .	56
Йогурты . . . . .	59
Творожки и творожные сырки . . . . .	63
Термостат мой, термостат! . . . . .	65
Масло . . . . .	65
Сыры . . . . .	68
<b>4. МЯСО</b> . . . . .	85
<b>5. КОЛБАСЫ И СОСИСКИ</b> . . . . .	99
<b>6. ПТИЦА</b> . . . . .	115
<b>7. РЫБА</b> . . . . .	129
Рыбные консервы . . . . .	149
Рыбные снеки . . . . .	154

Морепродукты . . . . .	156
Крабовые палочки . . . . .	161
<b>8. БАКАЛЕЯ . . . . .</b>	<b>167</b>
Макаронны. . . . .	169
Хлебцы . . . . .	171
Крупы . . . . .	173
Кофе . . . . .	180
Специи . . . . .	182
<b>9. СОУСЫ . . . . .</b>	<b>185</b>
Майонез . . . . .	187
Кетчуп . . . . .	194
Горчица . . . . .	197
<b>10. ХЛЕБ . . . . .</b>	<b>201</b>
<b>11. ОВОЩИ И ФРУКТЫ . . . . .</b>	<b>215</b>
Картофель . . . . .	217
Капуста . . . . .	222
Другие овощи . . . . .	225
Зелень . . . . .	232
Фрукты . . . . .	234
Ягоды . . . . .	239
Овощные консервы и домашние заготовки . . . . .	242
Грибы . . . . .	258
<b>12. ПОЛУФАБРИКАТЫ . . . . .</b>	<b>261</b>
Салаты магазинные . . . . .	272
Продукты быстрого приготовления . . . . .	274
<b>13. ФАСТФУД . . . . .</b>	<b>281</b>
<b>14. СЛАДОСТИ . . . . .</b>	<b>295</b>
<b>15. НАПИТКИ . . . . .</b>	<b>311</b>
Вода . . . . .	313
Безалкогольные напитки . . . . .	327
Алкогольные напитки . . . . .	341
<b>ПОСЛЕСЛОВИЕ . . . . .</b>	<b>351</b>



**Как производители  
управляют нашими  
желаниями и нашим  
выбором**



**Т**орговые сети раскинули свои щупальца повсюду. Можно сказать, что сегодня ритейлеры правят миром. Они решают, что мы будем покупать и по какой цене. Решают так, как выгодно им, а не нам.

Как не идти на поводу у торговых сетей, если они буквально в каждом доме, на каждом шагу, вытесняют собою мелкие магазинчики? Как не поддаваться на их уловки, акции, как разглядеть свою собственную выгоду за той иллюзией, которую сети продают нам за наши же деньги?

Вот устоявшиеся мифы о сетевых магазинах, в которые верит множество людей:

- миф о выгоде продуктов под собственными марками крупных сетей;
- миф о повышении цен по причине жадности поставщиков, а не самих супермаркетов;
- миф о правдивой рекламе и отсутствии манипуляции.

И мы начнем нашу книгу с развенчания этих мифов. В бой за свое здоровье и сохранность бюджета лучше вступать, зная о противнике всю подноготную.

## **Своя марка**

На полках любого магазина мы видим консервы с одним и тем же названием: вроде бы сделаны на одном заводе, да и состав у них одинаковый. Но одна из банок

дешевле аж в два раза! Это продукт под собственной маркой супермаркета. Казалось бы, внутри одно и то же, но смущает такая разница в цене. Неужели цена разная, а качество одинаковое?

Сегодня цены на продукты растут. На первый взгляд товары под собственной маркой сетей — прекрасный способ сэкономить. Но кто делает эти полуфабрикаты, масло, муку? Не сами же супермаркеты? Понятно, что торговые сети не закладывают в стоимость продуктов под собственным брендом расходы на рекламу, маркетинг и прочее. Отсюда и цена ниже. Но, может, они еще и на сырье экономят?

Какие же продукты чаще всего выпускаются под маркой сети? Те, что нужны на нашей кухне ежедневно, например мука или подсолнечное масло. Наша передача решила проверить, есть ли хоть какая-то экономия на сетевых продуктах, проведя эксперимент с национальным, можно сказать, блюдом: блинами. Таким образом убивали сразу двух зайцев, то есть испытывали сразу два продукта: муку и подсолнечное масло.

Первые два теста замешивались на муке собственных марок популярных торговых сетей. Их цена — от 36 до 52 рублей за два килограмма. А третье тесто — на муке финского производителя за целых 250 рублей. Блины из первых двух видов теста мы пожарили на масле, выпущенном под маркой этих же торговых сетей. Бутылки стоили 58 и 68 рублей. Ну а финское тесто готовилось на дорогом масле за 100 рублей.

В результате эксперимента ни один блин не получился комом: любое масло на сковороде вело себя

## 1. КАК ПРОИЗВОДИТЕЛИ УПРАВЛЯЮТ НАШИМИ ЖЕЛАНИЯМИ

одинаково. Никто из независимых дегустаторов не отличил блины из дорогой муки, все блины оказались одинаково вкусными.

Какой же из этого стоит сделать вывод? Муку под брендом супермаркета можно смело покупать, главное, чтоб она была сделана по ГОСТу, а не ТУ. Эта информация обычно указывается на упаковке продукта. Так же смело можно брать и подсолнечное масло, главное, чтобы оно не было просрочено.

.....

**ПОДСКАЗКА: ЕСЛИ В БУТЫЛКЕ С РАФИНИРОВАННЫМ МАСЛОМ ОСАДОК НА ДНЕ ИЛИ МАСЛО ВЫГЛЯДИТ НЕМНОГО МУТНЫМ, ЗНАЧИТ, ОНО УЖЕ ПРОСРОЧЕНО.**

.....

Следующий эксперимент проводился над сыром сорта «Российский». В проверке методом слепой дегустации участвовали продукты под маркой производителя от нескольких популярных сетей. Дегустация показала, что большинство тестируемых нами продуктов можно считать сырами высшей категории. А вот «Российский» сыр от одной из недорогих торговых сетей не выдержал критики.

Вывод: сыры под собственным брендом торговых сетей покупать можно, но осторожно. Среди них есть продукция разного качества. А что касается конкретно «Российского» сыра, то хороший «Российский» должен иметь рисунок, состоящий из глазков угло-

ватой формы, равномерно распределенных по всему срезу сырной массы. «Рисунок» на сыре должен быть похож на вологодское кружево. Также при покупке важны цвет и консистенция сыра: если сыр выглядит как пластилин, то это уже не «Российский», а что-то другое. Сорт «Российский» не может быть белым или ярко-желтым, правильный оттенок — от светло-желтого до желтого.

«Докторская колбаса» — самая любимая колбаса в России. В среднем за год каждый из россиян съедает столько «Докторской» колбасы, сколько весит взрослый мужчина! Естественно, что желающих производить этот продукт хоть отбавляй. Торговые сети также вступили в эту борьбу за кошелек покупателя. Причем «Докторские» колбасы под собственными брендами супермаркетов стоят гораздо дешевле обычных. Например, полкило колбасы может стоить... всего 42 рубля!

Но только профессионалы — технологи мясокомбинатов, директора мясоперерабатывающих предприятий могут точно сказать, стоит ли покупать столь дешевый продукт. К сожалению, эксперты на многих этикетках от «сетевых» колбас даже не признали «знакомых букв». То есть списки ингредиентов, по мнению специалистов, оказались просто каким-то перечнем продуктов для удешевления производства. К «Докторской» классической колбасе они не имеют никакого отношения! На сегодняшний день рецепт правильной «Докторской» тот же, что и десятки лет назад: свинина, говядина, молоко, яйцо, соль и простые специи. Ничего другого там быть не должно.

## 1. КАК ПРОИЗВОДИТЕЛИ УПРАВЛЯЮТ НАШИМИ ЖЕЛАНИЯМИ

Сколько же в современных условиях должна стоить «правильная» «Докторская» колбаса? Какая минимальная цена за килограмм? Если мясокомбинат закупает свинину по 170—180 рублей за килограмм, говядину от 300 рублей и выше, то настоящая «Докторская» колбаса будет стоить от 500 р/кг. Как же у торговых сетей получается «Докторская» по 100 рублей?

Оказывается, супермаркеты и не настаивают на том, что их продукция — именно «Докторская» колбаса! Если присмотреться к названию, то у всех к слову «Докторская» есть еще какая-нибудь приставка — например, «экстра». А вот это уже совсем другая история. В «экстру» на вполне законных основаниях можно добавлять уже что угодно.

Колбасный отдел — это вообще большое минное поле для покупателей. Обман при выборе «нашего всего» подстерегает, как говорится, на каждом повороте. Первое испытание — разнообразие. При таком выборе брендов и видов колбасы найти качественную, то есть в которой побольше мяса и поменьше химии, очень трудно. И мало кто догадывается, что колбаса одного бренда с одним и тем же названием, но продающаяся в разных магазинах, — две большие разницы.

Руководитель одного из московских мясокомбинатов корреспонденту «Теории заговора» откровенно признался: для «сетевых магазинов» колбасу делают худшего качества. И не потому, что производители жадные. Когда вырастает цена на сырье, сети не разрешают поднимать цены на конечный продукт и этим давят на производителей. Те, в свою очередь, вынуждены экономить на сырье.

Итак, за какие-то продукты нам действительно не стоит переплачивать. Например, муку, соль, сахар, растительное масло, лавровый лист можно смело покупать, не глядя на название производителя. С осторожностью нужно выбирать молочные продукты и консервы. А вот на мясных полуфабрикатах лучше не экономить: торговые сети, выпуская продукты под собственной маркой, часто выбирают самое дешевое сырье.

## Просрочка

Понятно, что невозможно продать все продукты в срок. Непонятно только, почему тухлятину кладут не в мусорные контейнеры, а обратно на полки? В каких отделах чаще всего скрывается «просрочка»? И на какие продукты стоит особо обратить внимание? Ведь у некоторых продуктов питания нам просто не приходит в голову проверять сроки годности.

Понятно, что чаще всего просрочка прячется на полках с товарами, у которых маленький срок хранения. В первую очередь это молочная и кондитерская продукция (торты). Второе, на что стоит обратить внимание: очень дорогие и не слишком популярные продукты, их просто не успевают вовремя продать. Ну и третье: продукты, на которых указана только дата изготовления. Например, яйца. В этом случае приходится вычислять, когда закончится срок годности: чтобы это определить, достаточно к дате сортировки прибавить 25 дней.

И еще немного о неправильном хранении, которое часто встречается именно в сетевых магазинах.

Собственные продукты супермаркетов могут не пропасть на полках, а быть заведомо... просроченными. Например, это касается кулинарии, салатов и прочей уже приготовленной пищи. Как в магазине, а не на больничной койке определить, что продукт испорчен?

.....

**НУЖНО ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ НА ТАРУ,  
И, ЕСЛИ УПАКОВКА ПОМЯТА, ЛУЧШЕ ТАКИЕ ПРО-  
ДУКТЫ НЕ БРАТЬ.**

.....

Лишняя жидкость — также повод насторожиться. Обращайте внимание на товарный вид салата — свежесть, незаветренность, хороший запах (не стесняйтесь и просите понюхать).

Просроченный и некондиционный сыр, например, меняет цвет и форму. Если края оплыли, сыр уже влажный — значит, он лежал в тепле. Если в «заморозке» снег, значит, эти продукты уже размораживали.

## **Ловушки в супермаркете: скидки, акции, «ВЫГОДНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ»**

Зашел за хлебушком, а вышел с тремя пакетами, шваброй и мини-футболом. Такая ситуация знакома, пожалуй, каждому. И виной всему не наши аппетиты, а скидки.