Наша Газета
nashagazeta.ch

Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (https://nashagazeta.ch)

Право на «швейцарскость» | Right to «Swissness»

Auteur: Азамат Рахимов, Берн , 13.12.2012.

Швейцарский флаг на упаковке автоматически повышает стоимость товара на 20% (© Emmi)
На этой неделе парламент и правительство бурно обсуждали принципиальный вопрос: какие продукты и какие компании имеют право называться «швейцарскими»? |
This week the Swiss parliament and government discussed the criteria of how to distinguish products marked «Made in Switzerland».
Right to «Swissness»

Проблема совсем не кажется надуманной, особенно если учесть высокий интерес, который она вызывает не только среди депутатов, но и у многих простых граждан. Похоже, швейцарцев серьезно волнует имидж родного государства. Что может быть швейцарским? За пределами Конфедерации отвечают просто: шоколад, сыр, часы и банки. Но далеко не каждый производимый на территории страны товар или предлагаемая услуга могут официально заявлять о своей принадлежности к Швейцарии.

Такая придирчивость и дотошность политиков объясняется просто: прилагательное «швейцарский» должно иметь исключительно положительную коннотацию, ведь от этого зависит репутация страны, считают почти все депутаты. Остается только определить, где провести границу, тем более, что число международных компаний, открывающих свои офисы в Конфедерации, постоянно растет.

Самые низкие требования предъявляются к сфере услуг: для того, чтобы повесить ярлык со швейцарским крестом, достаточно открыть здесь главный офис с административным центром.

Гораздо сложнее ситуация обстоит с продуктами питания, производимыми промышленным способом. Национальный совет и правительство требуют повысить планку: товар может быть «швейцарским», только если как минимум 60% производственных затрат реализованы внутри Конфедерации. Совет кантонов, верхняя палата парламента, считает, что вполне достаточно и 50%.

«Я глубоко разочарована предложениями об ужесточении норм, - возмущается в

интервью Tages-Anzeiger Анита Фетц, член Совета кантонов, а прошлом еще и предприниматель. – Вполне достаточно только половины производственных расходов. Если предложение пройдет, то многие предприниматели просто переведут свои компании в соседние страны».

Еще более жесткие правила должны применяться к составу продуктов питания. Маркировку «Сделано в Швейцарии» можно помещать только на продовольственные товары, которые не менее чем на 80% состоят из сырья, произведенного в Швейцарии, настаивает Совет кантонов.

Такая наклейка может украшать только швейцарские продукты

В этом случае Национальный совет предлагает альтернативный и более гибкий подход. Барьер в 80% должен быть обязателен только для продуктов, не подвергшихся серьезной переработке. Для остальных – достаточно и 60%. В пользу этой идеи активнее остальных выступала Христианско-демократическая партия. Однако их предложение провалилось: парламентарии сочли, что разграничение между уровнями переработки потребует дополнительных юридических норм, что никак не будет способствовать развитию пищевой промышленностью, которая в последние годы испытывает заметный подъем.

Томас Миндер, выступающий за ужесточение мер, уверен, что нельзя обманывать потребителя: «Яйца и молоко могут считаться швейцарскими, только если и животные, которые их дают, также родились и выросли здесь!». Национальность кур и коров имеет значение.

«Клиент должен знать, какие продукты он употребляет в пищу, - продолжает Миндер. – Ведь происхождение животных определяет качество товара. И мало кто может сравниться со швейцарским уровнем».

Понятно, почему парламентарии столь трепетно относятся к вопросу о маркировке на продуктах. Один из самых любимых и давно культивируемых рекламой образов – национальный флаг Швейцарии. Согласно приблизительным статистическим данным, каждая третья заставка в телевизоре, каждый четвертый рекламный плакат навязывают потребителю такую мысль: «Наш товар лучший, потому что сделан в Швейцарии». Такая модель апеллирует к национальной гордости швейцарцев и, как

показывает практика, дает вполне ощутимые экономические результаты.

Хотя, как и почти все в рекламе, концепт «швейцарскости» имеет мало общего с реальным качеством товара, зато заметно сказывается на его цене. Овощи, произведенные в Швейцарии, обычно не вкуснее и не полезнее французских, но стоят дороже в среднем на 20%. Когда рекламные ролики напоминают нам о высоком качестве швейцарских часов, то это информация воспринимается как данность, но когда нас с тем же пафосом пытаются убедить в уникальности местной картошки или сахара, то это может вызвать только улыбку. Впрочем, убедитесь в этом сами, посмотрев один из таких коротких роликов.

Швейцария
Статьи по теме
Биологические продукты в Швейцарии: не все яйца одинаковы

Source URL: *https://nashagazeta.ch/news/la-vie-en-suisse/pravo-na-shveycarskost*