

Швейцария инвестирует в крепкие алкогольные напитки|Switzerland invests into distilled beverages

Автор: Азамат Рахимов, Женева/Берн, 3. 04. 2014.



Предложение вызвало горячие споры

Правительство намерено выделять по 4 млн франков в год на продвижение на мировом рынке основных сортов крепкого алкоголя швейцарского производства. |

The Federal government plans to spend 4 mln francs annually to promote major Swiss alcohol brands on the global market.

Идея развития брендов возникла после того, как на очередном заседании Ассоциации производителей алкоголя были озвучены годовые результаты. Если швейцарское вино с каждым годом продается все лучше, то крепкие напитки пользуются меньшим спросом. Покупатели чаще отказываются от шнапса и фруктовых настоек на его основе (Kirsch, Pflümli и Williams), предпочитая им более легкие напитки. Правительство согласилось с тем, что отрасль нуждается в поддержке и 1 апреля приняло к рассмотрению проект финансовой поддержки производителей.

Берн намерен ежегодно выдавать гранты размером в 4 млн франков в течение ближайших трех-пяти лет, а также принять программу налоговых послаблений, что позволит производителям экономить до 24 млн франков. Масштабная рекламная кампания должна напомнить миру о том, что в Швейцарии также есть свои традиционные крепкие напитки, уверены авторы идеи. Производители надеются, что в перспективе местные сорта шнапса встанут в один ряд с сыром, часами и шоколадом.



Как показали исследования производителей, падение спроса обусловлено тем, что потребитель просто не догадывается о существовании товара. Для тех, кто еще не знаком с предлагаемой вкусовой палитрой, напоминаем, что Kirsch, Pflümli и Williams изготавливаются на основе фруктов. Традиционные рецепты, как и положено, хранятся в секрете. Известно, что эти крепкие напитки отстаиваются в стеклянных и глиняных чанах, а для их производства используются только тщательно отобранные фрукты определенных сортов.

Чтобы получился отменный Kirsch, нужна сладкая черная черешня, для Pflümli требуется слива (конечно, только швейцарская), а Williams приобретает свой вкус и аромат благодаря одноименному сорту груши. Содержание алкоголя в этих напитках обычно колеблется в районе 40%. По мнению производителей, как можно больше людей должны распробовать все это разнообразие.

Однако наполеоновские планы глав ликеро-водочных заводов вызвали негодование врачей,

работников социальных служб и полиции. Соглашаясь поддержать отрасль, правительство фактически дает деньги на пропаганду алкоголизма, считают в ассоциации Addiction Suisse. Схожие взгляды высказали и депутаты от социалистов и зеленых.

Addiction Suisse регулярно проводит исследования, показывающие тенденции употребления алкогольных напитков в Швейцарии. Согласно последним данным, объемы выпитого крепкого алкоголя действительно сократились, но при этом значительно выросло потребление пива и, в меньшей степени, вина. Любая реклама того или иного напитка, особенно, если она будет направлена на привлечение новых покупателей, приведет к новому всплеску алкогольных отравлений. Более того, усилия министерства здравоохранения и многочисленных неправительственных организаций, занятых продвижением идеи здорового образа жизни, станут напрасными.

Наиболее подвержена негативному влиянию алкоголя молодежь. Как показывает [статистика](#), швейцарцы от 18 до 25 лет обычно употребляют алкогольные напитки в четверг и пятницу. В среднем за эти два дня человек выпивает около литра пива или 200 мл вина. Молодые люди отказываются от крепкого алкоголя по одной причине: он слишком дорого стоит. Для сравнения: рюмка шнапса в баре стоит около 10 франков, а бокал пива – 6-7 франков.

Тем временем сотрудники министерства здравоохранения напоминают, что алкоголизм также [дорого обходится федеральному бюджету](#). Например, в 2010 году злоупотребление алкоголем обошлось Швейцарии во внушительную сумму – 4,2 млрд франков, что представляет собой 0,7% ВВП. Если распределить полученную цифру на все население Швейцарии старше 15 лет (6,7 млн человек), то получится, что каждому жителю был нанесен ущерб в размере 632 франков. В этом контексте выделение средств на поддержку алкогольных брендов – не самый яркий пример последовательной политики.



Добавить комментарий

Пожалуйста, [войдите](#) или [зарегистрируйтесь](#) , чтобы отправить комментарий
