

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ НАУКИ

**ИНСТИТУТ ЕВРОПЫ
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ
НАУК**

125009, МОСКВА, МОХОВАЯ УЛ., 11-3
ТЕЛ.: +7(495)692-10-51/629-45-07
E-MAIL: europe@ieras.ru
WWW.INSTITUTEOFEUROPE.RU



**INSTITUTE OF EUROPE
RUSSIAN ACADEMY OF
SCIENCES**

125009, MOSCOW, MOKHOVAYA STR., 11-3
TEL.: +7(495)692-10-51/629-45-07
E-MAIL: europe-ins@mail.ru
WWW.INSTITUTEOFEUROPE.RU

**Статья в журнале «Аналитические записки Института Европы РАН»
№7, 2021 (№237)**

«Продуктовый расизм» в ЕС: проблема сохраняется?

Сергей Анатольевич Рогинко

руководитель Центра экологии и развития Института Европы РАН, профессор
Финансового Университета при Правительстве РФ

Аннотация. Записка посвящена проблеме двойных стандартов качества товаров, производимых в ЕС транснациональными компаниями для стран Западной и Восточной Европы. Дается анализ серьезности этой проблемы на примерах проведенных в отдельных странах ЕС исследований разницы в качестве продаваемой в Восточной и Западной Европе продукции. Оценивается политический резонанс проблемы, характер и эффективность мер, предпринимаемых Еврокомиссией для ее решения. Делается прогноз развития ситуации с учетом факторов пандемии COVID-19, снижения мобильности и цифровизации торговли.

Ключевые слова. Продуктовый расизм, двойные стандарты, онлайн-торговля, транснациональные компании, пандемия COVID-19, приграничная торговля, продовольственный апартхайд.

Автор. Рогинко Сергей Анатольевич – кандидат экономических наук, руководитель Центра экологии и развития Отдела экономических исследований ИЕ РАН; профессор, директор Института мировой экономики и международных финансов Финансового Университета при Правительстве РФ. Адрес: 125009, Россия, Москва, ул. Моховая, д. 11, стр. 3. **E-mail:** SARoginko@fa.ru.

DOI: <http://doi.org/10.15211/analytics72021>

Кризисная ситуация с пандемией COVID-19 в Евросоюзе отодвинула на второй план европейской повестки ряд серьезных проблем. Одна из них – проблема двойных стандартов качества товаров, производимых для стран Западной и Восточной Европы. Скандал, вызванный этой практикой крупнейших транснациональных производителей, не утихал на протяжении 2017-2019 гг. и вряд ли бы закончился к настоящему времени, если бы не пандемия. Тем не менее, пока практика двойных стандартов не изжита, данная проблема остается серьезным раздражителем, отравляющим отношения между странами «старой» и «новой» Европы.

Одним из каналов выявления двойных стандартов качества стала приграничная торговля между странами Восточной и Западной Европы, которая приобрела массовый характер с 1990-х гг., и особенно после принятия восточноевропейских стран в ЕС. С вхождением в 2007 году в Шенгенскую зону Чехии, Венгрии, Польши, Словакии, Словении и стран Балтии вопрос о пересечении границ отпал, и мобильность стала неограниченной. Но баланс этой торговли вплоть до 2010-х гг. складывался не в пользу стран Восточной Европы. Исторически низкий «социалистический» уровень цен в них не скоро сравнялся с западноевропейским, и много лет «шопинг-туры» была односторонними – с Запада на Восток. Способствовали этому часы работы магазинов, открытых почти постоянно (что было условием их приватизации в Чехии, Словакии и других странах).

Со временем в странах Восточной Европы стала заметна обратная тенденция. В частности, венгры, живущие на западе страны, начали ездить за покупками в Австрию. Исследователи объясняли это динамикой цен, которые в Австрии не только сравнялись с венгерскими, но на многие товары оказались даже ниже. По данным австрийской газеты Die Presse, марочные спиртные напитки в Австрии вдвое дешевле, чем в Венгрии; ветчина, сыр и вино дешевле на 20-30%. Стоимость потребительской корзины, в которую входят продукты, моющие и чистящие средств, в супермаркете на востоке Австрии составляет 100 евро, а в венгерском супермаркете – 132 евро.¹

Аналогичная динамика отмечалась и в ценах на продукты питания в Германии и Польше, разница между которыми стала главной причиной шопинга в Германии поляков с приграничных территорий. Этот процесс стал массовым несмотря на существенный разрыв в доходах между данными странами (по уровню минимальной зарплаты – в 4 раза: 1500 евро в Германии против 400 евро в Польше). Разница в ценах по некоторым товарным позициям доходит до 30%. Невысокие средние доходы поляков определяют то, что их основной спрос приходится на товары эконом-класса: стиральные порошки, вино, пиво, соки, кофе, сладости, молочные продукты.

В последнее время у приграничной торговли обнаружился еще один драйвер (помимо разницы в цене и ассортименте товаров) – ставшая скандально известной разница в качестве товаров известных брендов, поставляемых в страны Западной и Восточной Европы. Впервые на это обратили внимание в 2011 году, когда Словацкая ассоциация

¹ <https://www.newsru.com/finance/29jan2003/ropa.html>

потребителей провела тестирование ряда продуктов известных брендов, купленных в супермаркетах в Германии, Австрии, Чехии, Польши, Словакии, Венгрии, Румынии и Болгарии. В их число входили напитки Coca-Cola, шоколад Milka, черный и красный перец Kotanyi, растворимый кофе Nescafé Gold, зерновой кофе Jacobs Kronung и Tchibo Espresso. Тесты в лабораториях, аккредитованных при Национальном институте ветеринарии и пищевой промышленности Словакии, показали, что только качество шоколада Milka стабильно независимо от пункта приобретения. Перец Kotanyi в болгарской версии содержал намного больше раздавленных или поврежденных зерен. Кроме того, в нем было на 10% больше ненужных добавок. Анализ линейки напитков компании Coca-Cola показал, что в версии, предназначенной для Германии, Чехии, Австрии и Польши, используется натуральный сахар, а в продукции для Словакии, Венгрии, Болгарии и Румынии избыток дешевого заменителя сахара – изоглюкозы².

Тема была подхвачена в соседней Чехии, где в 2015 году Высшая школа химической технологии в Праге сравнила образцы продуктов, купленных в Чехии и Германии. Тесты показали, что Sprite, купленный в Германии, содержит только сахар, а в чешском варианте используют фруктозу и искусственные подсластители. При этом цена на напиток в Чехии оказалась даже несколько выше, чем в Германии. Рыбные палочки Iglo, как выяснилось, в немецкой версии содержат на 7% больше рыбы, а немецкая версия чая Nestea lemon – на 40% больше экстракта чая³.

Серия тестов в ряде других стран также подтвердила наличие двойных стандартов. В частности, по данным Венгерской службы контроля за безопасностью продуктов питания (NEBIH), продаваемая в стране Nutella по вкусу и консистенции серьезно отличается от австрийской и немецкой, а в венгерской пицце меньше мяса, томатов, ананасов и сыра, чем в австрийской продукции той же марки. В Румынии содержание апельсинового сока в лимонаде (5%) оказалось меньше, чем в испанском аналоге (8%). Самая большая разница выявилась в апельсиновом соке, который в Германии на 100% производится из фруктов, а в Болгарии – на 97% из концентрата⁴.

В Польше выяснили, что печенье «Лейбниц» содержит 5% масла и немного пальмового масла, а печенье, продаваемое на родном рынке в Германии, содержит только сливочное масло (12%). Клубничный йогурт, производимый Spar, в Польше содержит на 40% меньше ягод, чем в Австрии⁵.

Дальнейшие исследования показали, что в большинстве случаев транснациональные компании, производящие и поставляющие продукты в Чехию, Словакию, Венгрию, Польшу, Болгарию и Румынию, экономят на качественных ингредиентах, заменяя, в частности, животные жиры на растительные, а натуральный сахар – на искусственные подсластители.

² <https://expert.ru/2017/03/3/eda/>

³ Ibid.

⁴ <https://ren.tv/news/v-rossii/634481-eksperty-obiasnili-otlichie-kachestva-evropeiskikh-tovarov-v-rf>

⁵ <https://expert.ru/2017/03/3/eda/>

После этого открытия словаки, чехи, поляки и венгры заговорили о «дискриминации в супермаркете». Особенно эмоционально отреагировала Польша, традиционно чувствительная ко всему, что касается ее статуса в Европе: *Gazeta Prawna* даже заявила о «пищевом расизме». Вопрос приобрел политическое звучание. В 2017 г. власти Словакии и Венгрии заявили, что для граждан Восточной Европы выпускают товары второго сорта, а в правительстве Болгарии это назвали «продовольственным апартеидом»⁶.

Сложившуюся ситуацию глава канцелярии премьер-министра Венгрии Янош Лазар охарактеризовал как «один из крупнейших скандалов последнего времени», на который необходим срочный ответ Еврокомиссии. Инициатором разбирательства в Брюсселе стала еврокомиссар по вопросам юстиции, потребителей и равенства полов Вера Юрова (представительница Чехии), заявившая о своей поддержке жалоб членов ЕС из Восточной Европы на более низкое качество продуктов. В итоге в 2017 году состоялся специальный саммит ЕС, на котором главы государств и правительств рассматривали эту проблему. На саммите председатель Еврокомиссии Жан-Клод Юнкер высказался за запрет двойных стандартов в отношении качества продуктов питания в Евросоюзе⁷.

В качестве ответных мер Еврокомиссия опубликовала юридические рекомендации странам-членам ЕС в правовых спорах с компаниями, поставляющими на восток континента менее качественные продукты питания. Также Объединенному исследовательскому центру ЕС (JRC) был выделен 1 млн евро на межгосударственные анализы и сравнения продуктов питания и напитков, а также 1 млн евро странам-членам ЕС из Восточной Европы для финансирования их собственных исследований в этой области.

Результаты анализов, проведенных по заказу Еврокомиссии в 19 странах, были опубликованы в 2019 году. Исследование предсказуемо не нашло очевидных подтверждений существования разницы в качестве товаров, производимых для стран Восточной и Западной Европы. Тем не менее, обнаруженные в исследовании факты противоречат окончательным выводам: анализ почти 1400 продовольственных товаров обнаружил до трети продуктов с разными составами при идентичных или аналогичных брендах и упаковках.

Констатация разницы в качестве товаров одного бренда ставит вопрос о географическом распределении низкокачественных товаров. Выводы авторов исследования об отсутствии единой географической схемы использования таких товаров пока не убеждают жителей стран Восточной Европы. Согласно опросу, проведенному Инспекцией качества продуктов сельского хозяйства и питания Чехии, 88% опрошенных чехов беспокоит разница в составе продуктов, которые едят они и которые едят, скажем, немцы или французы с испанцами. 77% респондентов считают не выдерживающим никакой критики объяснение производителей, что во всем

⁶ <https://iz.ru/618705/dmitrii-laru/kachestvo-produktov-razdelilo-evrosoiuz>

⁷ <https://www.dw.com/ru/есть-ли-в-ес-двойные-стандарты-качества-продуктов-питания/a-49390575>

виноваты их национальные вкусы и пристрастия. Восточные европейцы решают проблему, «голосуя ногами» и приобретая продукцию в соседних западноевропейских странах. В результате терпят убытки магазины на территории своей собственной страны, расположенные в приграничных регионах. Владельцы магазинов в западной Венгрии жаловались, что дешевизна в Австрии доведет их до банкротства⁸.

Пандемия COVID-19 многое изменила в приграничной торговле в ЕС. «Голосование ногами» в условиях локдаунов и закрытия границ становится все менее реальным. Приграничная торговля все больше переходит «в цифру», сосредотачиваясь в руках онлайн-операторов. Последние не делают секрета из наличия в Европе двойных стандартов качества для разных стран. Напротив, они используют его, позиционируя себя как поставщиков товаров, произведенных по западноевропейским стандартам. Например, словацкий онлайн-агрегатор MyAustria.sk, специализирующийся на австрийской продукции, на своей странице открыто заявляет: «Мы продаем только те товары, которые производятся в соответствии с высокими стандартами качества для потребителей в Западной Европе. У нас есть свои австрийские поставщики». Агрессивно конкурируя с лучшими супермаркетами Австрии (Billa, Penny Market, Hoffer, Interspar, Vira), словацкая онлайн-платформа предлагает аналогичный ассортимент с дешевой доставкой на дом, делающей для словаков ненужной поездку в соседнюю страну. Подобная аргументация имеет успех: из примерно 1,3 млрд. евро, потраченных словаками в 2020 году на онлайн-покупки, лишь треть пришлась на отечественных трейдеров⁹.

Частичный перевод проблемы в «онлайн» вряд ли снизит её актуальность и не станет её решением. Тем более что в последнее время к ней стали относиться не только как к внутренней проблеме ЕС, но и как к серьёзному вопросу в отношениях между ЕС и РФ. В декабре 2019 года ФАС и Роспотребнадзор провели химический анализ ряда марок импортных товаров, продаваемых в России, и обнаружили серьезные отличия по составу с их аналогами, которые продаются в Западной Европе (например, в России для стирки заданного объема белья требуется в 1,5-2 раза больше порошка из точно такой же упаковки). Данный вопрос выносился на заседание Правительства РФ, где отмечалось, что под западными брендами для России поставляется продукция более низкого качества, чем для европейских стран¹⁰.

Заключение

Практику двойных стандартов в отношении качества продукции, поставляемой в страны Восточной и Западной Европы, нельзя считать изжитой. Скорее, её следует рассматривать как маркер реального уровня равенства между жителями стран

⁸ <https://www.newsru.com/finance/29jan2003/ropa.html>

⁹ <https://e.dennikn.sk/2138714/v-zahranici-miname-stamiliony-eur-teraz-by-mohli-pomoc-doma/>

¹⁰ <https://iz.ru/1103677/evgeniia-pertceva/odno-na-vsekh-kachestvo-tovarov-v-rossii-i-evrope-khotiat-uravniat>

Евросоюза. Несмотря на проявленную Еврокомиссией активность в данной области, предпринятые меры носят в большей степени косметический, имиджевый характер, призванный не столько решить проблему, сколько смягчить общественный резонанс. Кризис, связанный с COVID-19, временно снизил остроту проблемы, но не решил вопроса. Его возврат в центр актуальной европейской повестки – лишь вопрос времени.

Дата выпуска: 30 марта 2021 года

«Food racism» in the EU: the problem persists?

Author. Sergey Roginko, Candidate of Sciences (Economics), Head of Center for Ecology and Development, Institute of Europe, Russian Academy of Sciences; Professor, Director of Institute of World Economy and International Finance, Financial University of the Government of Russian Federation. **Address:** 11-3, Mokhovaya str., Moscow, Russia, 125009 **E-mail:** SARoginko@fa.ru.

Abstract. The paper explores the problem of double standards of quality of the goods produced in the EU by multinational companies for Western and Eastern Europe. Reality of the problem is demonstrated by the studies conducted in individual EU countries, revealing the difference in quality of the products sold in Eastern and Western Europe. The political resonance of this issue and effects of the measures by the European Commission to solve it are evaluated. The research takes into account the factors of COVID-19, reduced mobility and digitalization of trade.

Keywords. Food racism, double standards, online commerce, multinational companies, pandemic, cross-border trade, food apartheid.

DOI: <http://doi.org/10.15211/analytics72021>

<http://www.zapiski-ieran.ru>

Release date: March 30, 2021.