

Сработает ли сахарный налог?

Д. ВУДС

По мнению Джона Вудса, генерального директора «Coca Cola» в Великобритании и Ирландии, налог на сахар – это оппортунистский ход, который, вероятнее всего, не достигнет поставленных целей.

Одна из проблем, стоящих перед нашим обществом, – ожирение, и особенно детское. Эта проблема на уме у каждого представителя индустрии продуктов питания и напитков, и как производители мы хотим помочь людям научиться принимать верные решения в вопросах еды и питья.

Мы запустили производство диетической колы почти 30 лет назад, ещё до разговоров об ожирении, когда люди обсуждали калории и комплексы упражнений Джейн Фонды. А сделали это потому, что уловили настрой потребителей: всё больше людей стало предпочитать низкокалорийный вариант. Диетическая кола в Великобритании из крошечного сегмента бизнеса выросла до почти половины всей продаваемой нами сегодня колы наряду с другим видом колы без сахара – «Coca-Cola Zero». Большинство производителей безалкогольных напитков сокращают содержание в них сахара, и это отражает рынок: с 2004 по 2014 г. продажи напитков с обычным количеством сахара упали на 44%. Однако уровень заболеваемости ожирением за тот же период повысился примерно на 4%. Поэтому несостоятелен тот аргумент, что сладкие напитки – основная причина ожирения, заслуживающая особого внимания.

Более детальное исследование аналитиков консалтинговой фирмы «Kantar» показало, что, во-первых, сладкие безалкогольные напитки составляют менее 3% от общего числа калорий в британском рационе, а во-вторых, что с 2012 г. потребление сахара из сладких напитков снизилось на 16%. В последние 10 лет наблюдается

огромный упадок рынка газировок с обычным содержанием сахара, за четыре года он выражается двукратным числом, но общее потребление сахара снижается гораздо медленнее, а в последние несколько лет, по большому счёту, остановилось.

Почему так происходит? Я не могу говорить за других представителей индустрии, но могу объяснить, почему уменьшается потребление сахара из сладких напитков. Мы работаем в конкурентной среде и выходим первыми, потому что предлагаем те напитки, которые нравятся покупателям: с улучшенным вкусом и меньшим содержанием сахара. Потребители всё тщательнее следят за питанием, а альтернативные напитки с нулевым содержанием сахара широко доступны и привлекательны по цене. Кажется нелогичным создание налога, который фокусируется только на части потребляемого нами сахара. Его главный объект – безалкогольные напитки (и то не все: для молочных коктейлей и кофесодержащих напитков сделано исключение), т.е. та категория, в которой использование сахара намного снизилось. Зачем делать мишенью успешную нишу, уже сократившую содержание сахара на 44%?

Попытки ввести налог на сахар делались и в других странах, но без особого успеха. Чаще всего упоминают мексиканский налог на безалкогольные напитки. В среднем он урезал суточное потребление мексиканцев всего на шесть килокалорий. По прогнозу консалтинговой компании «Oxford Economics», в Великобритании сахарный сбор отнимет от суточного рациона в среднем пять килокало-

рий. Пять килокалорий – это один кусок яблока.

«Coca-Cola» в Великобритании больше 100 лет. В результате работы на 11 наших объектах (в том числе на 6 заводах, от Восточного Килбрайда в Шотландии до Сидкапа в Кенте) казна получает 1 млрд фунтов стерлингов, в основном за счёт НДС и налога на корпоративную деятельность. Вместе с нашим партнёром – производителем бутылок мы обеспечиваем работой 4 000 человек в Великобритании, а опосредованно, через цепь поставки, создаём ещё 8 рабочих мест на каждого нашего сотрудника. В год мы инвестируем в нашу локальную деятельность около 50 млн фунтов стерлингов и тратим порядка 800 млн на 8 500 британских поставщиков, от фермеров до поставщиков упаковки. Из-за налога всё это стало менее доступным. В конечном счёте налог на сахар – неимоверно дорогая и разрушительная стратегия. Как человека, причастного к управлению очень большим бизнесом, меня интересуют не символические жесты, а попытки изменить что-либо в реальном мире. Для меня таковыми являются улучшение формул и запуск новых напитков с меньшим содержанием сахара (или без него), как мы начиная с 2005 г. сделали с 28 наименованиями, и привлечение людей к низкокалорийным вариантам с помощью маркетинга. Это сложные, дорогостоящие меры, для их воплощения необходим труд множества людей по всей Великобритании, и они дают настоящие результаты. Сахарный налог лишь затруднит эти инвестиции.

<http://www.newstatesman.com/politics/uk/2016/09/will-sugar-tax-actually-work>