

Детерџент за запад и исток

Састав детерџента „аријел компакт” у Немачкој и Чешкој, одакле стиже и у Србију, битно се разликује, кажу у Институту за општу и физичку хемију

Новица Кошић



Свака домаћица која је имала прилику да опере веш детерџентом купљеним у иностранству сигурно је приметила разлику у односу на прашак истог произвођача који се продаје у домаћим радњама. Хрватско удружење „Потрошач” је после неколико година суђења са мултинационалном компанијом „Проктор и Гембл” (која их је тужила за клевету) крајем јануара и званично доказало да на њихово тржиште стижу производи другачијег састава од оног у западноевропским земљама.

Овај спор, сазнајемо, донео је и конкретну корист за хрватске купце. Уместо из фабрике у Чешкој, „аријел”, нај-

познатији бренд ове компаније, у Хрватску сада стиже из Француске. Под притиском јавности делом је, каже Илија Ркман, председник Савеза удружења „Потрошач”, промењена и његова рецептура.

Пошто се тржиште Србије такође снабдева из „Прокторове” фабрике у Чешкој, трагом ове приче „Потрошачка политика” је истраживала какав се прашак нуди домаћим купцима. Како нам је потврђено у Институту за општу и физичку хемију у Београду, упоређивањем са декларацијама прашка „аријел компакт” који се продаје у Немачкој, Чешкој и Бугарској, види се да постоје битне разлике.

Детерџент за запад и исток

ПОТРОШАЧКА
ПОЛИТИКА


Са прве стране – По директиви Европске уније, рецептуре свих производа на тржишту морају да буду уписане и објављене на једном месту, у случају

неких ванредних околности.

– Тако је „Проктор и Гембл” сам декларисао да производ „аријел компакт” за немачко тржиште, између осталог, у саставу има четири тензида (састојци за дубинско прање), сапун и липазу (ензим нове генерације који скида триглицеридне масноће). У истом прашку који се производи у Бугарској и Чешкој има свега два тензида и сапун, а нема липазе – каже Стеван Благојевић, истраживач са Института за општу и физичку хемију.

По његовом мишљењу, нема никакве дилеме да ће детерџент који укључује липазе боље прати. Није потребно бити хемичар, каже, да би се то закључило.

Без обзира на разлике у саставу, не може се рећи да су потрошачи на нашем тржишту преварени, јер произвођачи, а посебно мултинационалне компаније, задовољавају локалне прописе.

– То је бизнис. У Немачкој је већа конкуренција, тржиште је огромно, богатији су потрошачи имају и другачије захтеве, али је и прашак скупљи – наводи наш саговорник.

Благојевић каже да је сасвим друго питање да ли ми имамо право да од тих мултинационалних компанија тражимо да њихови производи који се продају у Србији буду као у Немачкој. На то наш саговорник нема одговор, али сумња да произвођачи имају право да емитују исте рекламе на свим тржиштима, ако и сами признају да је



Веш је спреман, сада треба изабрати прашак

рецептура различита. Што се тиче хемије, састав детерџената није исти, а мултинационалне компаније то називају регионалним приступом.

На домаћем тржишту у саставу прашка углавном постоје ознаке „мање од”. Ако произвођач декларираше да одређене супстанце у производу има, рецимо, мање од пет, то може да буде четири, али и један. Састав се углавном мења када компанија схвати да губи новац. Али они тиме не крше закон који их обавезује да испоштују доњи минимум.

– Нама ће бити онако какви су наши прописи. Произвођач задовољава минимум квалитета и никада неће ићи испод њега. На сиромашнија

тржишта шаље производе другачијег састава – објашњава Благојевић.

„Аријел” на наше тржиште стиже из Чешке, а из ове фабрике се снабдевају и тржишта околних земаља. У Србији се годишње потроши око 70.000 тона прашка, а готово половина се увози, управо из Чешке и Румуније.

– Квалитет детерџента је питање цене. Постоји неколико нивоа квалитета прашка у радњама, с тим што потрошачима треба рећи и то да су домаћи детерџенти јефтинији, јер се не плаћа царина. Страни производи су скупљи, јер неко треба, између осталог, да плати и рекламу – истиче наш саговорник.

Стручњаци зато кажу да, ако вам

Различита рецептура

У Асоцијацији потрошача Србије кажу да им немачка организација „Штифтунг Варентест” није дозволила да преносе резултате њиховог тестирања детерџената, јер је рецептура различита у различитим земљама.

– На основу овог упозорења упоређивали смо декларације са паковања детерџената у Немачкој са декларацијама на детерџентима у Србији и утврдили да постоји разлика у процентуалном саставу. У појединим продавницама потрошачи ипак могу да купе детерџенте који су произведени у Немачкој или за тржиште ЕУ.

Нажалост, ниједан пропис у Србији не обавезује увознике, ни светске компаније да у Србији пласирају производе идентичног састава као на западноевропским тржиштима – кажу у АПОС-у.

Како против мрља?

– Занемарите савет да пре прања веша флеке третирате средством за њихово уклањање. Анализе угледног немачког удружења из јануара ове године показале су да је само једно средство ефикасно у отклањању флека, а оно се не налази на тржишту Србије. Сви остали препарати који су и нама добро познати, јер су веома рекламирани и скупи, било да је у питању спреј, гел, прашак или со, нису добили добре оцене.

муж није аутомеханичар, а дете се не ваља у трави и блату, сваки прашак ће свакодневна запрљања опрати довољно добро.

„Проктор и Гембл” је за наш лист потврдио да се детерџенти који се продају у много земаља централноисточне Европе, укључујући и Србију, производе у чланицама ЕУ – Чешкој и Румунији.

– Ослушкујемо и узимамо у обзир потребе потрошача на свим тржиштима на којима послујемо. Сваки потрошач у свету нам је подједнако битан – истичу у овој компанији.

Као потврду тога наглашавају да се „формулација производа истог брэнда може разликовати од тржишта до тржишта у зависности од потрошачких навика (тип и старост веш машине, навике прања веша и дозирања прашка, учесталост прања итд.)”. Они истичу да поштују законске оквире сваког, па и тржишта Србије.



Стеван Благојевић

На питање да ли је поштемо емитовати исте рекламе на свим тржиштима, „Проктор и Гембл” уверава потрошаче да су све тврдње у њиховим рекламама производима истините и подржане бројним истраживањима.

Питање различитих рецептура и односа према „навикама” купаца било је отворено и у поменутом случају у Хрватској.

Удружење „Потрошач” и даље инсистира да, кад је реч о производима и њиховом саставу, границе између земаља ЕУ и оних које још нису постале чланице морају бити виртуелне.

– Флека од кечапа са пице подједнако прља гардеробу у Риму, Бриселу, Загребу и Београду. Да ли ми можда имамо ниже критеријуме чистоће и шта спречава мултинационалне компаније да продају исте производе на свим тржиштима? – пита Илија Ркман.

Јелица Антељ
Ивана Албуновић