



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

Что такое «розовая инфляция»? | Que signifie «inflation rose»?

Auteur: Заррина Салимова, [Берн](#) , 19.08.2022.



Фото: Alexander Kovacs, Unsplash

Женская одежда в Швейцарии стоит все дороже и дороже, в то время как цены на мужские и детские вещи остаются прежними. Почему так происходит?

|

Les vêtements pour femmes sont de plus en plus chers en Suisse, alors que les prix des vêtements pour hommes et pour enfants restent les mêmes. Pourquoi donc?

Que signifie «inflation rose»?

Тот факт, что женская одежда стоит дороже мужской, – это, конечно, не новость. И чтобы в этом убедиться, достаточно зайти в любой магазин и изучить ценники на платьях, брюках, блузках и рубашках. А вот то, что цены на товары для женщин

растут быстрее, может многих удивить. Основываясь на индексе потребительских цен онлайн-платформы Comparis, корреспонденты NZZ Am Sonntag провели исследование и пришли к любопытным выводам. Оказалось, что по сравнению с 2000 годом женская одежда в Швейцарии подорожала на 6,5%, а мужская и детская – всего на 0,34%. Цены на спортивную одежду, часто попадающую в категорию унисекс, также выросли в гораздо меньшей степени, чем на женские вещи.

Этот феномен получил название «розовая инфляция» – по аналогии с уже известным в экономике термином «розовый налог», обозначающим более высокую разницу в ценах на женские товары. Например, мужская бритва одной популярной марки стоит 14,90 франка, а женская – 17 франков. Еще один пример: НДС на тампоны и прокладки составляет 7,7%, а на икру и «Виагру» – всего 2,5%. Национальный совет одобрил снижение налога на женские средства гигиены только в мае этого года, после нескольких лет дебатов. Наконец, сдать мужскую рубашку в химчистку одной из бернских сетей стоит 3,50 франка, а женская хлопковая блузка обойдется уже в 9,80 франка.

Чем же объясняется такое ценовое неравенство? Эксперт компании Comparis Михаэль Кун считает, что это связано с законом спроса и предложения и тем, что больше женщин готовы оплачивать дополнительные расходы, приобретая одежду. Цена, например, на последние оставшиеся в самолете места повышается, то же самое происходит с одеждой: если спрос на вещь высок, то она, как правило, дорожает. «По разным причинам женщины готовы платить за одежду или косметику больше, чем мужчины. Производители и дистрибьюторы знают об этом и пользуются этой гибкостью для повышения своей маржи, хотя качество или добавленная стоимость соответствующих товаров не оправдывают этого. Хотя я сожалею об этом, есть определенная логика в том, что это повышение отражается в инфляции», – отметила в свою очередь генеральный секретарь Федерации потребителей Романдии и член Национального совета Софи Мишо Гигон в комментарии Le Temps.

По данным NZZ Am Sonntag, мужчины более склонны отказаться от покупки или перейти на более дешевую одежду в случае подорожания. Это отчасти останавливает производителей от повышения цен на мужскую одежду. Некоторые указывают на то, что ценовая несправедливость компенсируется огромным выбором модной одежды, доступной женщинам, у которых есть возможность купить простой топ за пару десятков франков в магазине масс-маркета или вещь от люксовых брендов стоимостью более тысячи франков. Но такой взгляд на проблему сводится к ее упрощению. Дело не в том, что женщины могут экономить, покупая одежду в дешевых магазинах. Дело в том, что они хотят иметь возможность покупать качественную одежду по той же цене, что и мужчины. Как верно подметила дизайнер из Лозанны Мэрилл Крузаз, нет причин, по которым должна существовать разница в стоимости мужской и женской одежды, так как цена на нее устанавливается в зависимости от ткани, времени изготовления и других факторов. Но это в идеале, а в реальности, производители просто пользуются тем, что вещь одного и того же качества женщинам можно продать дороже, чем мужчинам.

Можно ли решить эту проблему с помощью политического вмешательства? По сообщениям Le Temps, штат Нью-Йорк с 2020 года запретил взимать более высокую плату за фактически аналогичную услугу (в парикмахерских или прачечных) или товар в зависимости от пола. Предприятия, попавшиеся на несоблюдении этого постановления, могут быть оштрафованы на 250 долларов, а в случае повторного нарушения – уже на 500 долларов. Национальная советница от Партии зеленых Грета

Гисин считает, что это могло бы стать примером и для Швейцарии. Политик представила постулат, предлагающий Федеральному совету количественно определить «розовый налог» во всех областях, где есть гендерно-дифференцированные продукты. Это могло бы вынести тему на общественное обсуждение. В конце концов, признание проблемы, повышение осведомленности населения, дебаты и давление общественности могли бы инициировать изменения. Правда, только в долгосрочной перспективе. Пока же остается признать, что до гендерного равенства далеко не только в вопросе зарплат, но и в вопросе трат...

[инфляция](#)

Статьи по теме

[Швейцарские феминистки против «налога на тампоны»](#)

[Дорогая швейцарская одежда](#)

[Гендерный фактор в швейцарской медицине](#)

[Маленький шаг к устранению гендерного неравенства](#)

[COVID-19: неравенство и «невидимый» труд](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/news/style/cht-takoe-rozovaya-inflyaciya>