

Становище на Европейския икономически и социален комитет относно „Стимулиране на потенциала за растеж на европейската пивоварна промишленост“ (становище по собствена инициатива)

(2014/C 67/06)

Докладчик: **г-н JÍROVEC**

Съдокладчик: **г-н CALLEJA**

На 14 февруари 2013 г. Европейският икономически и социален комитет реши, в съответствие с член 29, параграф 2 от Правилника за дейността си, да изготви становище по собствена инициатива относно:

„Стимулиране на потенциала за растеж на европейската пивоварна промишленост“.

Консултативната комисия по индустриални промени, на която беше възложено да подготви работата на Комитета по този въпрос, прие своето становище на 26 септември 2013 г.

На 493-тата си пленарна сесия, проведена на 16 и 17 октомври 2013 г. (заседание от 16 октомври), Европейският икономически и социален комитет прие настоящото становище с 47 гласа „за“, 1 глас „против“ и 2 гласа „въздържал се“.

1. Заключение и препоръки

1.1 Бирата е напитка, на която народите в Европа се наслаждават от няколко хиляди години. Макар и традициите по отношение на бирата в Европа да се различават значително, имайки предвид разнообразието във видовете и начините на консумацията ѝ, бирата играе важна роля във всички страни от Европейския съюз и е неразделна част от тяхната култура, историческо наследство и хранене. Европейският икономически и социален комитет подчертава непрекъснатото развитие на сектора и неговата адаптация и издръжливост дори при настоящите трудни обстоятелства. Комитетът отбелязва как секторът се вписва в целите в различните приоритетни области на стратегията „Европа 2020“, като заетостта, устойчивостта, иновациите, образованието и социалното приобщаване.

1.2 Европейският икономически и социален комитет насочва вниманието на Европейската комисия, Европейския парламент, Съвета и държавите членки към определени ключови политики, които би трябвало да бъдат сериозно обмислени, за да може европейският пивоварен сектор да реализира своя пълен потенциал за растеж. По-специално ЕИСК призовава вземащите решения:

- да постигнат напредък в изграждането на стабилна регулаторна среда, позволяваща на европейските пивовари от всякакъв мащаб да произвеждат и продават бирата си в Европа и извън нея;
- да включат бирата в споразуменията на ЕС за свободна търговия с други търговски партньори като приоритетна област, изискваща положително реципрочно третиране;
- да прилагат насърчителни мерки и да провеждат по-активна агитация за увеличаване на участието на пивоварните дружества и сдружения в програмите за социална отговорност, здравеопазване и образование, осъществявани на равнището на ЕС и на национално равнище;
- да обръщат по-голямо внимание на последиците за пивоварната промишленост от въвеждането на политики в областта на иновациите, промишлеността и селското стопанство.

1.3 Наравно с това Европейският икономически и социален комитет насърчава предприемането на действия на равнището на държавите членки, както и на регионално и местно равнище, с цел:

- да продължи изграждането на партньорства с пивоварната промишленост и неправителствените организации, насочени към насърчаване на отговорно потребление и намаляване на вредите, свързани с алкохола, включително чрез сътрудничество за насърчаване на отговорното поведение в търговската комуникация и продажбите и за предотвратяване на безотговорните прояви при тях;
- да се окаже подкрепа на инициативите в пивоварния сектор, предназначени за постигане на екологична устойчивост по цялата верига на снабдяване и доставка на европейско и местно равнище;
- да се използва динамиката в пивоварния сектор за създаване на работни места чрез премахване на пречките пред по-нататъшния растеж посредством осигуряването, на равнището на държавите членки, на предсказуем и стабилен данъчен режим за пивоварния сектор и за неговата верига на доставка, и посредством преодоляването на изкривяванията на пазара, предизвикани от различията в данъчните ставки. Постигането на подобрене в тази насока би било в духа на целта за доизграждане на единния пазар;
- в сътрудничество с местните власти, да се проучат и развият в още по-голяма дълбочина различните аспекти на проектите, осъществявани с участието на населението, и на възможностите за „бирен туризъм“.

1.4 Според Европейския икономически и социален комитет пивоварните дружества би трябвало:

- да се ангажират по-активно и отговорно в различните дейности за популяризиране на хранителни продукти, които насърчават здравословните хранителни навици в рамките на ЕС и в трети страни, извършвани с подкрепата на търговските камари, регионалните власти, държавите членки и Европейската комисия;

- да продължат да полагат усилия за превръщането на пивоварния сектор в привлекателна възможност за стабилна и подходящо заплатена заетост на младите поколения, чрез насърчаване на програми за чиракуване и схеми за професионално обучение;
- да продължат да подобряват сътрудничеството си с научно-изследователските и образователните институти, като вземат по-дейно участие със своите партньори в програмите на ЕС за иновации и за научноизследователска и развойна дейност, както и в образователните и обучителните програми;
- да увеличат своето участие в различните дейности, разработвани чрез регионалните, структурните и предназначенията за МСП фондове;
- да разширят съществуващото средно- и дългосрочно сътрудничество с местни производители на хмел, зърно и други продукти, необходими за производството на бира;
- да насърчават колкото се може по-широкото използване на оценките на жизнения цикъл като инструмент за самоанализ в рамките на пивоварната промишленост, като същевременно отчитат ограниченията на малките семейни пивовари, свързани с липсата на капацитет.

2. Европейският пивоварен сектор

2.1 Европейският съюз е един от най-големите производители на бира в света. През 2011 г. около 4 000 пивоварни, пръснати из цяла Европа, произведоха и пуснаха в световната търговска мрежа над 380 милиона хектолитра бира⁽¹⁾. Техните продукти се разпространяват в целия свят. В обемно изражение ЕС играе ключова роля, като осигурява над една четвърт от световното производство. В тази му позиция той едва наскоро беше задминат от Китай, но продължава да води пред Съединените щати, Русия, Бразилия и Мексико⁽²⁾.

2.2 Европейската пивоварна промишленост се отличава с много разнообразна структура. Тя е съставена главно от малки и средни предприятия, сред които има микро-пивоварни и пивоварни от местен, регионален и национален мащаб, както и четири големи европейски дружества⁽³⁾, които са световни лидери в своето поприще. Нарасналият брой нови пивоварни и микро-пивоварни през последното десетилетие е силно показател за иновационния потенциал на сектора и е положително явление, което може да се използва за постигането на целта за устойчивост.

2.3 Веригата на доставка, свързана с пивоварния сектор, обхваща местните оператори, но и световните лидери, които присъстват сред производителите на малц, производителите на оборудване и доставчиците на технически услуги. Европейските пивоварни институти също разпространяват знанията си в световен мащаб. Събития като конгресите на Европейската пивоварна конвенция и конференциите, посветени на бирата, привличат посетители от целия свят.

2.4 Бирата е важен преработен селскостопански продукт, чиято износна стойност възлиза на над 2 милиарда евро⁽⁴⁾. Освен това тази напитка е обект на политиката на ЕС за

качество на селскостопанските продукти⁽⁵⁾ чрез схемите за ЗНП и ЗГУ⁽⁶⁾ и носи над 2,3 милиарда евро от продажби чрез 23 географски указания⁽⁷⁾. Въпреки това географското разнообразие на видовете бира в тези схеми е ограничено, тъй като те се произвеждат от по-малко от 1/3 от страните от ЕС.

2.5 Основните съставки на бирата имат естествен произход и включват вода, зърнени култури, хмел и дрожди. Водата е най-важната суровина, използвана от пивоварния сектор, и съставлява средно около 92 % от съдържанието на бирата. По тази причина защитата на подпочвените води е въпрос от първостепенно значение. Поради необходимостта от зърнени култури (като ечемик, пшеница и други), които са важен източник на нишесте при производството на бира, взаимоотношенията с общността на селскостопанските производители е от съществено значение за пивоварите и производителите на малц.

2.6 Освен това Европейският съюз е основната фигура на световния пазар на хмел, произвеждан от четиринадесет държави членки на ЕС⁽⁸⁾ на територия, представляваща около една трета от световната територия, заета с тази култура⁽⁹⁾. Пивоварният сектор е основният клиент на европейските производители на хмел. Може да се наложи да се преразгледа въпроси като конкуренцията между производителите на хмел и нееднакъвия режим, прилаган спрямо този продукт в зависимост от селскостопанските политики на отделните държави членки на ЕС, за да се предотврати настъпването на пазарни изкривявания, които биха могли да окажат отрицателно въздействие върху пивоварите в дългосрочен план.

2.7 Поради зависимостта си от селскостопанския сектор, който осигурява суровините, необходими за производството на бира, през последните години пивоварният сектор е принуден да работи с по-високи цени на тези суровини, което се дължи на колебанията в качеството на реколтите и нестабилността на цените. Според възможностите и необходимостта, трябва да бъде възприет устойчив и дългосрочен подход, който да ръководи взаимоотношенията между доставчиците на суровини и пивоварите.

2.8 Общите продажби на бира през 2010 г. възлязоха на 106 милиарда евро, включително ДДС, което представлява 0,42 % от БВП на ЕС. Статистиката сочи, че над 63 % от произведената в Европа бира се купува в супермаркетите и в другите магазини на дребно (покупки за ползване извън търговските обекти – „off trade“). Останалите 37 % се консумират в развлекателно-ресторантьорския сектор (напр. барове, бирарии и ресторанти, тоест в търговските обекти – „on trade“).

3. Овластяване на икономическите предизвикателства на 21-ви век

Пазарни и структурни тенденции

3.1 През последните 15 години на европейския пазар на бира се развива различни процеси, обусловени от техническото развитие, направените инвестиции, сливанията на едни дружества и появата на нови, както и отношението на потребителите. Силният спад в потреблението от 2007 г. насам оказва пряко въздействие върху дейностите на пивоварите. След

(1) Статистика на сдружението „Европейски пивовари“, издание за 2012 г., октомври 2012 г.

(2) Световните тенденции в пивоварния сектор за 2012 г., Канада.

(3) ABInbev, Carlsberg, Heineken, SABMiller (по данни от 2013 г.).

(4) Европейска комисия, ГД „Предприятия и промишленост“.

(5) http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_en.htm.

(6) ЗНП (защитено наименование за произход) и ЗГУ (защитено географско указание).

(7) Европейска комисия, ГД „Земеделие и развитие на селските райони“.

(8) Европейска комисия, ГД „Земеделие и развитие на селските райони“, декември 2009 г.; Pavlovic M., февруари 2012 г.

(9) Европейска комисия, ГД „Земеделие и развитие на селските райони“.

годините на подем в Европейския съюз, през 2011 г. производството на бира отбеляза рязък спад – от 420 милиона хектолитра на 377 милиона хектолитра. Въпреки това през следващите години се очаква секторът да се възстанови и развие потенциал за растеж, ако икономическите и регулаторните условия станат по-благоприятни.

3.2 Икономическата криза и спадът в потреблението доведоха до реструктурирането на сектора в Европа, намерило израз в консолидиране на дейностите на континента и насочване на инвестициите на по-големите международни и национални групи извън ЕС. Едновременно с това броят на по-малките пивоварни се увеличи във всички страни, с което нарасна разнообразието на асортимента, предлаган на потребителя. Така пивоварите потвърдиха, че култивират предприемачески дух в съответствие с препоръката, отправена в плана за действие към програмата „Предприемачество 2020“⁽¹⁰⁾. Това е благоприятно развитие и от гледна точка на устойчивостта, тъй като нерядко дава гласък на регионалния туризъм и води до по-кратки цикли на производство и потребление, което е от полза за околната среда.

3.3 Освен това икономическите обстоятелства доведоха до повишаването на консумацията на бира в домашни условия, вместо в барове или ресторанти, в резултат на което бяха закрити работни места и настъпи спад в добавената стойност и държавните приходи, генерирани от всеки литър бира, консумиран в ЕС⁽¹¹⁾. Тази тенденция беше повлияна и от засиления ценови натиск в сектора за продажби на дребно.

3.4 Увеличеният брой пивоварни и активната иновационна дейност доведоха и до появата на нови продукти, което е в полза на потребителите, обществото и околната среда. Появата на бири с ниско или нулево алкохолно съдържание повиши продажбите и създаде възможности за пивоварите от всякакъв мащаб. Паралелно с това предлагането на биологично чиста бира нараства със стабилен темп.

Данъчни аспекти

3.5 Пивоварният сектор предлага съществени ползи на правителствата в бюджетно отношение. Производството и продажбата на бира носят на правителствата значителни приходи от акцизи, ДДС, подоходни данъци и социално-осигурителни вноски, плащани от работниците и работодателите в пивоварния сектор, както и в други, свързани с него сектори, чиито работни места могат да бъдат разглеждани като непряка функция на пивоварните дейности. През 2010 г. тези приходи възлязоха на около 50,6 милиарда евро⁽¹²⁾.

3.6 Устойчивостта на пивоварния сектор на настоящите икономически трудности беше разклатена от увеличената данъчна тежест, главно на акцизите и данъчните ставки по ДДС, налагани по-специално на развлекателно-ресторантьорския сектор. Тези увеличения повишиха несигурността на икономическото положение на пивоварните, по-специално в страни като Унгария, Финландия, Франция, Нидерландия и Обединеното кралство⁽¹³⁾. През периода 2008–2010 г. общата добавена стойност, генерирана от производството и продажбата на бира в ЕС, спадна с 10 %⁽¹⁴⁾, а общият данък, събран от ЕС от пивоварния сектор, намаля с 3,4 милиарда евро.

3.7 Системата за акциза на равнището на ЕС и на национално равнище би трябвало да е съобразена с уникалния характер на бирата, включително принципно ниското ѝ съдържание на алкохол, с пивоварния процес и с приноса на пивоварния сектор за обществото на местно равнище, за създаването на работни места и за икономиката като цяло. За тази цел към бирата, в качеството ѝ на ферментирала напитка, би трябвало да бъдат прилагани равни условия, което означава, че минималната изразена в евро нулева ставка, която е приложима за виното и другите ферментирани напитки, би трябвало да се заложи и в законодателство на ЕС в областта на акцизите за бирата⁽¹⁵⁾.

3.8 Балансираната акцизна политика на национално равнище и по-удачното използване на съществуващите механизми за сътрудничество в рамките на данъчната администрация могат да се превърнат в инструмент за предотвратяване на определени търговски практики, продиктувани от данъчни съображения, както и на свързани с това явление други вредни практики, като по този начин способстват за поддържане на конкурентоспособността на пивоварния сектор, по-специално в пограничните райони.

3.9 Поради това, че сегментът, който се формира от консумацията в търговските обекти („on-trade“), играе важна роля при продажбите на бира⁽¹⁶⁾, данъчната политика би могла също да играе роля като мярка за насърчаване на растежа както в рамките на този сегмент, така и на пивоварния сектор, както и да оказва положително влияние върху заетостта на местно равнище.

Международна търговия

3.10 Въпреки неблагоприятната конюнктура европейската пивоварна промишленост запазва своята устойчивост и конкурентоспособност. Местните дружества продължават да отстояват позициите си на пазарите отвъд националните граници и границите на ЕС. Въпреки че по-голямата част от европейската продукция на бира се търгува в рамките на единния пазар на ЕС, експортът към различни части на света нараства стабилно от 2000 г. насам, а от 2007 г. отбелязва ръст от 30 %. Най-големите експортни дестинации включват Съединените щати, Канада, Ангола, Китай, Швейцария, Тайван, Русия и Австрия⁽¹⁷⁾. Освен това европейските пивовари са и големи инвеститори на всички континенти и участват в различни инициативи за сътрудничество с местни пивоварни дружества и дистрибутори.

3.11 Въпреки това потенциалът на европейската бира да запазва и увеличава присъствието си в трети страни може да бъде застрашен от местни наредби, които поставят пречки пред търговията, с което възпрепятстват експорта на бира и инвестициите в пивоварната промишленост. Освен под формата на тарифи, тези пречки могат да бъдат под формата на мерки, свързани със законодателството, като напр. дефиницията на продукта (Русия) или данъчно-административните процедури (Албания, Турция). Европейската комисия и държавите членки в сътрудничество с пивоварния сектор могат да изиграят ключова роля за преодоляване на тези и други трудности, които възникват от време на време на чуждестранните пазари.

⁽¹⁰⁾ COM(2012) 795 final.

⁽¹¹⁾ Ernst & Young, The Contribution made by Beer to the European Economy („Приносът на бирата за европейската икономика“), септември 2011 г.

⁽¹²⁾ Ernst & Young, 2011 г.

⁽¹³⁾ Европейска комисия, Таблици за акциза, 2013 г.

⁽¹⁴⁾ Ernst & Young, 2011 г.

⁽¹⁵⁾ ОВ С 69, 21.7.2006 г.

⁽¹⁶⁾ Ernst & Young, The Hospitality Sector in Europe („Развлекателно-ресторантьорският сектор в Европа“), септември 2013 г.

⁽¹⁷⁾ Европейска комисия, Генерална дирекция „Предприятия и промишленост“.

3.12 Въпреки че в съответните търговски споразумения Европейският съюз прилага нулева митническа евро тарифа спрямо вноса на бира, няколко страни налагат мита, за да обезкуражават вноса на конкурентни продукти от държавите членки на ЕС. Текущите преговори по споразумения за свободна търговия обхващат и този аспект, а най-скорошните споразумения (напр. между ЕС и Южна Корея) предвиждат прогресивно намаляване на митата – схема, чийто обхват би трябвало да бъде допълнително разширен.

3.13 Бъдещото присъствие на европейските марки бира на чуждестранните пазари се увеличава и чрез промоционални прояви, напр. изложби и панаири, както и чрез консултацияни схеми, предоставяни от Европейската комисия в трети страни. Участието на пивоварните дружества в съответните дейности по места засега е доста слабо поради ограничената осведоменост за потенциалните ползи и недостатъчната гласност.

4. Осигуряване на заетост на всички равнища

4.1 Пивоварният сектор не се ограничава до производството на бира. Той обхваща няколко дейности, започващи с производството на основните за пивоварния процес селскостопански суровини и завършващи с развлекателно-ресторантърската промишленост и търговията на дребно. Взети заедно, пивоварните в Европейския съюз осигуряват над 128 800 преки работни места. Освен това благодарение на производството и продажбата на бира съществуват 2 милиона работни места. Те представляват около 1 % от всички работни места само в рамките на ЕС ⁽¹⁸⁾ и са с разнообразен профил и ниво на заплащане.

4.2 Целите за интелигентна, устойчива и приобщаваща икономика, залегнали в стратегията за растеж „Европа 2020“, са отразени в характеристиките на пивоварния сектор. Пивоварни дружества съществуват във всички европейски държави и оказват подкрепа на над 2 милиона работни места поради високите разходи за стоки и услуги и значителния оборот, който се създава в развлекателно-ресторантърския сектор и сектора на търговията на дребно. Над 73 % от работните места, създадени от пивоварната промишленост, са в развлекателно-ресторантърския сектор.

4.3 Тъй като развлекателно-ресторантърският сектор играе основна роля и за осигуряването на работни места и растеж, не само пряко, в рамките на свързаните предприятия, но и косвено, в големи части на европейската икономика, мерките за неговото развитие ще дадат отражение върху заетостта, особено сред младите и неквалифицираните работници, без да се прибавя до непостоянна заетост и до практиката на ниско заплащане.

4.4 Това уникално разнообразие съчетава в едно историческото наследство, културните традиции и съвременността, и предлага различни възможности за прилагане на трудовите умения в пивоварните и в свързаните с тях дейности. Освен работните места, осигурявани благодарение на веригата за снабдяване и доставка, заетостта може да се повиши и чрез доразработването на гастрономическия и туристическия потенциал, посредством самостоятелни дейности на пивоварите, както и посредством схеми за финансиране по линия на ЕС и на отделните държави членки.

4.5 Световната икономическа ситуация оказва своето въздействие върху пивоварната промишленост – намаленото потребление на продукта доведе до 9-процентен спад в пряката заетост между 2008 г. и 2010 г. Въпреки спада в потреблението, дължащ се на проблематичните икономически обстоятелства в Европа, общият брой на пивоварните (включително микро-пивоварните) в Европа през 2010 г. беше по-висок (3 638), отколкото през 2008 г. (3 071 пивоварни), и се развива непрекъснато, като по този начин предлага допълнителен потенциал за заетост. Този потенциал не би трябвало да бъде застрашен от налагането на данъчни мерки, които ограничават или оцветяват продажбите, а би трябвало да бъде допълнително подсилен чрез професионално обучение и мерки дори на още по-високо равнище, за да се създадат по-висококачествени работни места в сектора.

5. Принос към целите за устойчивост на околната среда

5.1 Европейската пивоварна промишленост трябва да работи за постигането на различни цели, свързани с енергийната ефективност, намаляването на емисиите на CO₂ и използването на ресурсите – цели, които са част от ангажмента ѝ за постигане на устойчивост. Благодарение на направените през последните години инвестиции, намалява използването на природни ресурси, произвеждат се по-малко отпадъци и по последователен начин се използват повторно вторичните суровини от пивоварния процес.

5.2 Пивоварите засвидетелстват своя ангажимент към околната среда чрез осъществяването на действия и инвестиции, водещи до намаляване на потреблението на енергия, ограничаване на емисиите на CO₂ и на генерираните отпадъци, както и до промени в опаковката. Пивоварният сектор също така разработи насоки за най-добрите налични техники, в които се подчертава ролята на устойчивото управление. Тези насоки могат да служат като референтна основа за бъдещи ангажменти с оглед на постигането на целите за опазване на околната среда. Трябва да се насърчава прилагането на оценките на жизнения цикъл като инструмент на самоанализ от възможно най-широк спектър представители на пивоварната промишленост, като същевременно се отчитат ограниченията на малките семейни пивовари, свързани с липсата на капацитет.

5.3 Между 2008 г. и 2010 г. пивоварният сектор продължи да полага усилия, въпреки влошената стопанска конюнктура, и резултатите сочат намаление на потреблението на вода с 4,5 % и на енергия с 3,8 % на хектолитър бира. Емисиите на CO₂ също намаляха със 7,1 % ⁽¹⁹⁾.

5.4 Качеството на водата и използването ѝ са важни фактори в пивоварния процес. Следователно е необходимо водоснабдителните дружества и пивоварите да управляват водите по правилен начин, за да се гарантира устойчивост на производството на бира. По тази причина трябва се вземат предпазни мерки, за да се гарантира, че дейността по извличане на шистов газ няма да затвърдява снабдяването на потребителите, включително и на промишлените ползватели, с подпочвени води. По-специално в пивоварната промишленост ЕИСК отбелязва, че нидерландските и германските пивовари вече следят с дълбоко безпокойство развитието в тази област.

⁽¹⁹⁾ CampdenBRI / KWA, The Environmental Performance of the European Brewing Sector („Постижения на европейската пивоварна промишленост по отношение на опазването на околната среда“), май 2012 г.

⁽¹⁸⁾ Ernst & Young, септември 2011 г.

5.5 Съществуват няколко други ценни продукта (наричани вторични продукти), които се генерират от обработката на пивоварни суровини при пивоварния процес. Те са високо ценени като суровини за други промишлени процеси или като материали за специфични форми на крайна употреба, като фармацевтични изделия, здравословни храни, възобновяеми енергийни източници, промишлени приложения, фураж за животни, селскостопански продукти⁽²⁰⁾, козметични или спа продукти. Тези материали отговарят на високи стандарти за качество и са обект на строго законодателство в областта на безопасността на храните и на фуражите за животни, както и на друго законодателство. Поради значението и полезността на тези вторични материали някои пивоварни са сключили дългосрочни договори за доставка с търговци и крайни потребители.

6. Отговорно обществено поведение

6.1 През годините пивоварни дружества и сдружения във всички европейски държави предприеха инициативи за повишаване на осъзнатостта по отношение на отговорното потребление, за увеличаване на информираността на потребителите, за осигуряване на отговорно отношение в областта на рекламата и маркетинга, за отправяне на послания във връзка с превенцията и за възпиране на потребителите от безотговорно поведение. Няколко от тези местни инициативи бяха осъществени чрез партньорство и получиха признание от страна на националните власти като важен принос за обществото. Освен това признание за тях беше изказано и на европейско равнище в рамките на Европейския форум „Алкохол и здраве“⁽²¹⁾.

6.2 Въз основа на тези дейности правителствата, пивоварите, другите икономически оператори и групите на гражданското общество трябва да работят заедно за провеждането на кампании за насърчаване на отговорното потребление на бира, което може да бъде напълно съвместимо с един здравословен начин на живот на пълнолетните хора, и за противодействие на злоупотребата с алкохол.

6.3 Вследствие на местния характер на бирата европейските пивовари освен това са стабилно установени в своите местни общности и подпомагат богатата гама от дейности. Ежегодно пивоварният сектор изразходва над 900 млн. евро в полза на общностите в Европейския съюз⁽²²⁾ посредством широк набор от дейности, подкрепяни на местно и регионално равнище.

6.4 Съществува силен ангажимент от страна на промишлеността и по-обширния кръг заинтересовани страни да подкрепят, в израз на корпоративна и институционална отговорност, осъществяването на инициативи за отстраняване на отрицателните последици от нездравословното потребление. Този ангажимент би трябвало да намери отражение в една балансирана рамка за маркетингова и търговска комуникация от страна на пивоварите⁽²³⁾.

6.5 С оглед на важната роля, която играе бирата в сферата на културата, историческото наследство и потреблението, би трябвало да се обмисли инициатива на ЕС за предоставяне на финансиране с цел организирането на специализирана подготовка на учители и възпитатели в учебните заведения на всички равнища, във връзка със здравните, социалните и културните аспекти на потреблението на ферментирани напитки.

7. Поддържане на роля в научните изследвания, образованието и иновациите

7.1 Ролята на образованието и научните изследвания е от ключово значение за осигуряване на ангажираността на сектора и за в бъдеще. Това се осъществява посредством университетите, пивоварните училища, институтите по технология на храненето и други мрежи. Организирането на форуми за обмен на знания би трябвало да продължи, за да се запази позицията на Европа като водещ център за изследвания, провеждани от пивоварите, техните партньори, научните изследователи и други заинтересовани лица.

7.2 Изследователският капацитет и потенциал би трябвало да бъдат насърчавани, тъй като пивоварите играят важна роля като промишлени партньори в различни области, свързани с храните и пивоварните технологии, с аспектите на човешкото здраве и опазването на околната среда. Съществуващият потенциал би се увеличил, при условие че бъде повишено участието в Европейското изследователско пространство, в програма „Хоризонт 2020“ и в други технологични платформи⁽²⁴⁾.

7.3 Принос за обогатяване на информацията и знанията по отношение на характеристиките на бирата и нейното въздействие върху човешкото здраве и поведение може да бъде оказан и посредством подкрепа на усилията на пивоварния сектор да поддържа оптимално равнище в тази важна област в съответствие с най-високите научни стандарти. Всички активни страни могат да обмислят възможностите за засилено участие в схемите на ЕС за финансиране и сътрудничество.

Брюксел, 16 октомври 2013 г.

Председател
на Европейския икономически и социален комитет
Henri MALOSSE

⁽²⁰⁾ Bamforth, C. (2009 г.) "Contraception, Charcoal and Cows: The World of Brewery Co-Products", списание *Brewers' Guardian*, („Противозачатъчни, въглени и крави: светът на страничните продукти на пивоварния процес“), брой 138(1), стр. 24–27.

⁽²¹⁾ The Brewers of Europe, *European beer pledge: 1st year report* („Пивоварите на Европа, обещание по повод европейската бира: първи годишен доклад“), април 2013 г.

⁽²²⁾ Идеи за спонсорство, „Supporting local communities: Assessing the contribution of local brewers“ („Подкрепа за местните общности. Оценка на приноса на местните пивоварни“), май 2011 г.

⁽²³⁾ ОВ С 48, 21.2.2002 г., стр. 130.

⁽²⁴⁾ ОВ С 327, 12.11.2013 г., стр. 82.