

Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalgs udtalelse om »Fremme af vækstpotentialet i den europæiske ølindustri« (initiativudtalelse)

(2014/C 67/06)

Ordfører: **Ludvík JÍROVEC**Medordfører: **Edwin CALLEJA**

Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg besluttede den 14. februar 2013 under henvisning til forretningsordenens artikel 29, stk. 2, at udarbejde en initiativudtalelse om:

"Fremme af vækstpotentialet i den europæiske ølindustri".

Det forberedende arbejde henvistes til Den Rådgivende Kommission for Industrielle Ændringer, som vedtog sin udtalelse den 26. september 2013.

Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg vedtog på sin 493. plenarforsamling den 16.-17. oktober 2013, mødet den 16. oktober, følgende udtalelse med 47 stemmer for, 1 imod og 2 hverken for eller imod:

1. Konklusioner og anbefalinger

1.1 Øl er en drik, som er blevet nydt gennem flere tusind år i Europas samfund. Ølkulturen varierer meget i Europa med forskellige ølstile og forbrugsvaner, men øl spiller en vigtig rolle i alle EU-lande og er en integreret del af kultur, arv og kost. Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg fremhæver sektorens konstante udvikling og dens modstandsdygtighed, selv under de nuværende vanskelige omstændigheder. Udvalget bemærker, hvordan sektoren lever op til målene i Europa 2020-strategien på de forskellige prioriterede områder, som beskæftigelse, bæredygtighed, innovation, uddannelse og social inklusion udgør.

1.2 Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg henleder Kommissionens, Europa-Parlamentets, Rådets og medlemsstaternes opmærksomhed på de nøglepolitikker, der seriøst bør overvejes, hvis den europæiske bryggerisektor skal realisere sit fulde vækstpotentiale. EØSU ønsker specifikt, at beslutningstagerne:

- gør fremskridt med etableringen af et afbalanceret lovgivningsmiljø, der uanset størrelse giver de europæiske ølproducenter mulighed for at fremstille og sælge øl i og udenfor EU
- lader øl udgøre et prioriteret område, der på gensidig vis begunstiges i igangværende drøftelser om frihandelsaftaler med EU-handelspartnere
- tilskynder til og gør mere reklame for bryggerierne og foreningernes mulighed for større deltagelse i de programmer vedrørende socialt ansvar, sundhed og uddannelse, der gennemføres på EU-plan og på nationalt plan
- i højere grad tager højde for, hvad udviklingen inden for innovations-, industri- og landbrugspolitikken betyder for bryggerisektoren.

1.3 Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg opfordrer desuden til handling på medlemsstatsniveau eller på regionalt eller lokalt niveau med henblik på:

- at fortsætte udviklingen af partnerskaber med bryggerisektoren og ngo'erne med henblik på at fremme et fornuftigt forbrug og mindske alkoholrelaterede skader, blandt andet via samarbejde om at fremme ansvarlig og forhindre uansvarlig adfærd i forbindelse med markedsføring og salg
- at støtte bryggerisektorens initiativer til miljømæssig bæredygtighed gennem hele forsynings- og leveringskæden på EU-plan og på lokalt plan
- at anvende dynamikken i bryggerisektoren til at skabe beskæftigelse gennem fjernelse af hindringer for yderligere vækst ved at sikre et forudsigeligt og stabilt skattemæssigt miljø for bryggerisektoren og dens forsyningskæde på medlemsstatsniveau og ved at tackle markedsforvridninger som følge af afgiftssatsernes udsving. En sådan forbedring kan medvirke til at fremme gennemførelsen af det indre marked
- yderligere at udforske og udvikle samarbejdet med lokale myndigheder om forskellige aspekter af projekter vedrørende engagement i lokalsamfundet og muligheder for ølturisme.

1.4 Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg mener, at bryggerierne bør:

- engagere sig ved mere aktivt og ansvarligt at deltage i forskellige salgsmæssige aktiviteter for fødevarer i EU og i tredjelande, der tilskynder til sunde spisevaner, og som støttes af handelskamre, regionale myndigheder, medlemsstater og Kommissionen

- fortsætte deres bestræbelser på at gøre bryggerisektoren attraktiv for de yngre generationer med hensyn til stabile og korrekt aflønnede beskæftigelsesmuligheder gennem indførelse af lærlingeprogrammer og erhvervsuddannelsesordninger
- fortsætte med at fremme deres samarbejde med forsknings- og uddannelsesinstitutionerne ved sammen med deres partnere at deltage mere i EU's innovations- og F&U-programmer samt i programmerne for almen og faglig uddannelse
- øge deres deltagelse i de forskellige aktiviteter, der foregår med støtte fra regionale, strukturelle og SMV-specifikke midler
- udvide det eksisterende samarbejde på mellemlang og lang sigt med lokale producenter af humle, korn og andre produkter, der er nødvendige til fremstilling af øl
- tilskynde til, at der i videst muligt omfang anvendes livscyklusanalyser i bryggerisektoren som et redskab til selvanalysering samtidig med, at der tages højde for de mindre familiedrevne bryggeriers begrænsninger på grund af kapacitetsmangel.

2. Den europæiske bryggerisektor

2.1 EU er et af de største ølproducerende områder i verden. Produktionsmængden var i 2011 på mere end 380 mio. hl ⁽¹⁾ brygget af ca. 4 000 bryggerier rundt omkring i Europa. Deres produkter sælges i hele verden. Hvad mængde angår er EU en nøgleaktør, som leverer mere end en fjerdedel af verdens samlede produktion, kun for nylig overgået af Kina, men stadig foran USA, Rusland, Brasilien og Mexico ⁽²⁾.

2.2 Den europæiske ølindustri er præget af en vidt forgrenet sektorstruktur. Den er hovedsagelig sammensat af små og mellemstore virksomheder, der tæller mikrobryggerier såvel som bryggerier, der opererer på lokalt, regionalt eller nationalt niveau, og den omfatter fire store bryggerier i Europa ⁽³⁾, som er førende på verdensplan inden for dette område. Fremkomsten af nye små bryggerier og mikrobryggerier i løbet af de sidste ti år er et bemærkelsesværdigt tegn på sektorens innovationspotentiale og vigtigt bidrag til målet om bæredygtighed.

2.3 Den forsyningskæde, der knytter sig til bryggerisektoren, omfatter ikke blot lokale operatører, men også malterier, som er førende på verdensplan, samt udstyrsproducenter og leverandører af tekniske tjenesteydelser. Europas bryggeriinstitutioner udbreder også deres viden verden over. Arrangementer som f.eks. European Brewery Convention-kongressen og andre ølkonferencer tiltrækker besøgende fra hele verden.

⁽¹⁾ Statistikker fra den europæiske bryggeriforening "Brewers of Europe", 2012-udgaven, oktober 2012.

⁽²⁾ Canadean Global beer trends 2012.

⁽³⁾ ABInbev, Carlsberg, Heineken og SABMiller (som i 2013).

2.4 Øl er et yderst vigtigt forarbejdet landbrugsprodukt, der eksporteres til en værdi af mere end 2 mia. EUR ⁽⁴⁾. Produktet er omfattet af EU's kvalitetspolitik for landbrugsprodukter ⁽⁵⁾ via BOB/BGB ⁽⁶⁾-ordningerne, der giver en salgsværdi på mere end 2,3 mia. EUR på baggrund af 23 geografiske betegnelser ⁽⁷⁾. Den geografiske spredning af de øltyper, der er omfattet af sådanne ordninger, er imidlertid begrænset, idet de stammer fra under en tredjedel af EU-landene.

2.5 Hovedingredienserne i øl er af naturlig oprindelse og omfatter vand, korn, humle og gær. Vand er det vigtigste råmateriale, der anvendes i bryggerisektoren, og det udgør gennemsnitligt ca. 92 % af øl. Beskyttelse af grundvandet er derfor et vigtigt anliggende. På grund af behovet for korn (f.eks. byg, hvede eller andet), som er en vigtig stivelseskilde for øl, er forholdet til landbrugsbefolkningen vigtigt for bryggerierne og maltproducenterne.

2.6 EU er også den største aktør på verdensmarkedet for humle, der produceres i fjorten EU-medlemsstater ⁽⁸⁾, som tilsammen udgør ca. en tredjedel af verdens samlede humledyrkende område ⁽⁹⁾, og bryggerisektoren er de europæiske humledyrkeres hovedaftager. Hvis man skal forhindre markedsforvridninger, som på lang sigt kan have negative virkninger for bryggerierne, kan det blive nødvendigt at genoptage spørgsmålet om konkurrencen mellem humleproducenterne og den forskelsbehandling, der finder sted i de eksisterende landbrugspolitikker i EU.

2.7 Bryggeriernes afhængighed af landbrugssektorens råvarer har i de seneste år ført til, at bryggerisektoren, som følge af svingende høstkvalitet og ustabile priser, har oplevet prisstigninger på de landbrugsprodukter, der anvendes til ølproduktion. Forholdet mellem leverandørerne af råvarer og bryggerierne bør, når det er muligt og nødvendigt, sigte på en bæredygtig og langsigtet tilgang.

2.8 Det samlede ølsalg beløb sig i 2010 til 106 mia. EUR inkl. moms, hvilket udgør 0,42 % af EU's BNP. Det skønnes, at mere end 63 % af den europæiske ølproduktion afsættes til supermarkeder og andre butikker ("off-trade"). De øvrige 37 % forbruges i hotel- og restaurationsbranchen (f.eks. barer, pubber og restauranter - "on-trade").

3. Håndtering af det 21. århundredes udfordringer

Marked og strukturelle tendenser

3.1 Det europæiske ølmarked har i de seneste 15 år gennemgået forskellige udviklinger med hensyn til tekniske fremskridt, investeringer, fusioner, etablering af nye virksomheder og forbrugeradfærd. Det kraftige fald i forbruget siden 2007 har haft direkte indvirkning på bryggeriernes aktiviteter. Efter flere

⁽⁴⁾ Kommissionen, GD for Erhvervs politik.

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

⁽⁶⁾ BOB (beskyttet oprindelsesbetegnelse), BGB (beskyttet geografisk betegnelse).

⁽⁷⁾ Kommissionen, GD for Landbrug og Udvikling af Landdistrikterne.

⁽⁸⁾ Kommissionen, GD for Landbrug og Udvikling af Landdistrikterne, december 2009; Pavlovic M., februar 2012.

⁽⁹⁾ Kommissionen, GD for Landbrug og Udvikling af Landdistrikterne.

år med ekspansion i EU er ølproduktionen faldet drastisk fra 420 til 377 mio. hektoliter i 2011. Ikke desto mindre forventes der genopretning og vækstpotentiale i de kommende år, hvis de økonomiske og lovgivningsmæssige omstændigheder bliver mere favorable.

3.2 Den økonomiske krise og det faldende forbrug har ført til en omstrukturering af sektoren i Europa med konsolidering af aktiviteter på kontinentet og investeringer uden for EU fra de store internationale og nationale gruppers side. Samtidig er antallet af mindre bryggerier steget i alle lande, hvilket betyder et større udbud til forbrugerne og bekræfter bryggeriernes iværksættertankegang i tråd med 2020-handlingsplanen for iværksætterkultur⁽¹⁰⁾. Denne udvikling er også positiv ud fra et bæredygtighedsaspekt, da den som regel vil smitte af på den regionale turisme og ofte medføre en kortere produktions- og forbrugscyklus, hvilket er godt for miljøet.

3.3 De økonomiske omstændigheder har desuden ført til, at flere drikker øl i hjemmene frem for på barer og restauranter, hvilket resulterer i færre arbejdspladser, mindre merværdi og lavere statsindtægter for hver liter øl, der drikkes i EU⁽¹¹⁾. Større prispres i detailsektoren har også styrket denne tendens.

3.4 Det stigende antal bryggerier og produktinnovation har også ført til nye produkter til gavn for forbrugerne, samfundet og miljøet. Der er skabt nye muligheder for bryggerier af alle størrelser takket være diversificeringen i retning af øl med et lavt eller slet intet indhold af alkohol, hvilket har ført til øget salg, og produktionen af økologisk øl er støt stigende.

Beskatning

3.5 Bryggerisektoren giver ud fra et skattemæssigt synspunkt de nationale regeringer betydelige fordele. Som følge af produktion og salg af øl modtager regeringerne væsentlige indtægter i form af punktafgifter, moms, indkomstrelaterede skatter og bidrag til sociale sikringsordninger fra arbejdstagere og arbejdsgivere i bryggerisektoren samt i andre tilknyttede sektorer, hvor arbejdspladserne indirekte kan tilskrives ølsektorens aktiviteter. I 2010 beløb sådanne indtægter sig til omkring 50,6 mia. EUR⁽¹²⁾.

3.6 Bryggerisektorens modstandsdygtighed over for de aktuelle økonomiske vanskeligheder er blevet sat på en prøve på grund af den voksende skattebyrde, navnlig i form af punktafgifter, men også i høj grad af momssatser inden for hotel- og restaurationsbranchen. Disse stigninger har forværret den vanskelige økonomiske situation for bryggerierne, især i lande som f.eks. Ungarn, Finland, Frankrig, Nederlandene og Det Forenede Kongerige⁽¹³⁾. Den samlede merværdi, der kan

tilskrives produktion og salg af øl i EU, faldt med 10 % i perioden 2008-2010⁽¹⁴⁾, og de samlede skatteindtægter fra EU's bryggerisektor faldt med 3,4 mia. EUR.

3.7 Punktafgiftssystemet på EU-niveau og på nationalt niveau bør anerkende de ganske særlige forhold omkring øl, herunder det generelt lave alkoholindhold, brygningsprocessen og bryggerisektorens lokale bidrag til samfundet, jobskabelse og økonomien generelt. I den henseende bør øl som en gæret drikkevarer sikres lige konkurrencevilkår, og minimumssatsen på nul euro, der gælder for vin og andre gærede drikkevarer, bør således indføres i EU's afgiftslovgivning for øl⁽¹⁵⁾.

3.8 En afbalanceret punktafgiftspolitik på nationalt plan og bedre anvendelse af de eksisterende samarbejdsmechanismer i skatteforvaltningen kan være et redskab til at undgå afgiftsbetinget handel og dermed forbundet skadelig praksis og således bidrage til at bevare bryggerisektorens konkurrenceevne, navnlig i grænseområderne.

3.9 På grund af on-trade-andelens store betydning for ølsalget⁽¹⁶⁾ kan skattepolitikken desuden fungere som vækstskabende tiltag for on-trade- og bryggerisektorerne og samtidig have en positiv indvirkning på beskæftigelsen på lokalt plan.

International handel

3.10 På trods af de vanskelige vilkår holder den europæiske ølindustri fortsat stand- og er konkurrencedygtig. De lokale bryggerier klarer sig stadig på markeder uden for deres eget land og EU. Selv om hovedparten af den europæiske ølproduktion afsættes på EU's indre marked, har eksport til forskellige dele af verden været støt stigende siden 2000 med en vækst på 30 % siden 2007. De største eksportdestinationer er USA, Canada, Angola, Kina, Schweiz, Taiwan, Rusland og Australien⁽¹⁷⁾. Desuden foretager de europæiske bryggerier også store investeringer på alle kontinenter og deltager i forskellige samarbejdsinitiativer med lokale bryggerier og distributører.

3.11 Det europæiske øls potentiale til at fastholde og udvide sin tilstedeværelse i tredjelande kan imidlertid blive sat på spil af lokale bestemmelser, der udgør en handelshindring i forbindelse med øleksport og investeringer. Ud over toldafgifter kan sådanne hindringer bestå af lovgivningsrelaterede tiltag som f.eks. et produkts definition (f.eks. Rusland) eller skatteadministrative procedurer (f.eks. Albanien og Tyrkiet). Kommissionen og medlemsstaterne har sammen med bryggerisektoren en central rolle at spille i bekæmpelsen af disse og andre vanskeligheder, som fra tid til anden opstår på de udenlandske markeder.

⁽¹⁰⁾ COM(2012) 795 final.

⁽¹¹⁾ Ernst Young, The Contribution made by Beer to the European Economy, september 2011.

⁽¹²⁾ Ernst Young, september 2011.

⁽¹³⁾ Kommissionen, tabelsystem for punktafgifter Excise duty tables, 2013.

⁽¹⁴⁾ Ernst Young, september 2011.

⁽¹⁵⁾ EUT C 69 af 21.7.2006.

⁽¹⁶⁾ Ernst Young, "The Hospitality Sector in Europe", september 2013.

⁽¹⁷⁾ Kommissionen, GD Handel.

3.12 Mens EU anvender en toldtarif på nul euro for import af øl i de respektive handelsaftaler, fastholder adskillige lande toldafgifter med henblik på at bremse konkurrerende import fra EU-medlemsstaterne. De igangværende forhandlinger om frihandelsaftaler dækker også dette aspekt, og de fleste nyere aftaler (f.eks. mellem EU og Sydkorea) indeholder en progressiv reduktion af toldafgifter - det er en fremgangsmåde, som bør finde bredere anvendelse.

3.13 De europæiske ølmærkers potentielle tilstedeværelse på de udenlandske markeder fremmes desuden af salgsmæssige som f.eks. udstillinger og messer og af Kommissionens høringsmekanismer i tredjelande. Bryggeriernes deltagelse i de forskellige aktiviteter på disse markeder har hidtil været forholdsmæssig lav på grund af deres begrænsede kendskab til potentielle fordele og mangler på oplysninger om aktiviteterne.

4. Beskæftigelse på alle niveauer

4.1 Bryggerisektoren omfatter mere end blot ølproduktion. Den dækker mange aktiviteter, der spænder lige fra de landbrugsråvarer, som er grundlaget for selve brygningen, til hotel- og restaurationsbranchen og detailsektoren. Bryggerierne i EU står samlet for mere end 128 800 direkte arbejdspladser. Desuden kan 2 mio. arbejdspladser tilskrives produktion og salg af øl, og udgør dermed ca. 1 % af alle arbejdspladser bare i EU⁽¹⁸⁾ og inden for forskellige beskæftigelsesområder.

4.2 EU's mål om en intelligent, bæredygtig og inklusiv økonomi i Europa 2020-vækststrategien afspejles i bryggerisektorens karakteristika. Bryggerierne findes i alle europæiske lande og bidrager til mere end to mio. arbejdspladser takket være den store mængde varer og tjenesteydelse, de aftager, og den betydelige omsætning i hotel- og restaurationsbranchen og detailsektoren. Mere end 73 % af alle arbejdspladser, der kan sættes i forbindelse med øl, er i hotel- og restaurationsbranchen.

4.3 Da hotel- og restaurationsbranchen også spiller en central rolle med hensyn til at sikre arbejdspladser og vækst, ikke blot direkte i branchens virksomheder, men også indirekte i store dele af den europæiske økonomi, er tiltag til udvikling af denne sektor yderst vigtige for beskæftigelsen, navnlig blandt unge og ufaglærte arbejdstagere, men det bør ikke ske via prekært arbejde eller lavtlønsjobs.

4.4 Denne unikke vifte af karakteristika kombinerer arv, kultur og modernitet og giver anledning til at anvende arbejdstagernes evner på forskellig vis i og omkring bryggerierne. Ud over det arbejde, der udføres i forsynings- og leveringskæden, bør potentialet for gastronomiske arrangementer og turisme udvikles yderligere med henblik på at øge beskæftigelsen både via bryggeriernes egne aktiviteter og EU's og nationale finansieringsordninger.

4.5 Bryggerisektoren har mærket resultaterne af den globale økonomiske situation med et fald i den direkte beskæftigelse på

9 % mellem 2008 og 2010 som følge af et reduceret forbrug af produktet. Trods det faldende forbrug som følge af Europas vanskelige økonomiske vilkår var det samlede antal bryggerier (inkl. mikrobryggerier) i Europa højere i 2010 (3 638) end i 2008 (3 071 bryggerier) og stiger stadig, hvilket giver yderligere beskæftigelsespotentiale. Dette potentiale bør ikke trues af finanspolitiske foranstaltninger, der virker salgshæmmende eller har en negativ indvirkning, men bør fremmes yderligere gennem erhvervsuddannelse - også på højere niveau - for at skabe arbejdspladser af højere kvalitet i sektoren.

5. Bidrag til opfyldelsen af bæredygtigheds mål på miljøområdet

5.1 Den europæiske ølindustri skal som en del af dens engagement med hensyn til bæredygtighed imødekomme forskellige målsætninger vedrørende energieffektivitet, nedbringelse af CO₂-emissioner og ressourcer. De seneste års investeringer har ført til en reduceret anvendelse af naturressourcer, der produceres mindre affald, og sekundære materialer fra brygningsprocessen genbruges konsekvent.

5.2 Bryggerierne har forpligtet sig på miljøområdet ved at træffe foranstaltninger og investere, hvilket har medført et reduceret energiforbrug og reducerede CO₂-emissioner, en reduceret spildevandsproduktion og udskiftning af emballage. Bryggerisektoren har desuden udarbejdet retningslinjer for de bedste tilgængelige teknikker, hvilket understreger den bæredygtige forvaltnings vigtige rolle og kan anvendes som reference for forpligtelser vedrørende miljømæssige målsætninger. Der bør tilskyndes til anvendelse af livscyklusanalyser som et redskab til selvanalysering med henblik på at omfatte så stor en del som muligt af hele bryggerisektorens spektrum, samtidig med at der tages højde for de mindre familiedrevne bryggeriers begrænsninger på grund af kapacitetsmangel.

5.3 I perioden 2008-2010 fortsatte bryggerisektoren sine bestræbelser på miljøområdet trods en stadig mere vanskelig økonomisk situation, og dette resulterede i en reduktion af vandforbruget på 4,5 % og en reduktion af energiforbruget på 3,8 % pr. hektoliter produceret øl. Desuden skønnes CO₂-emissionerne reduceret med 7,1 %⁽¹⁹⁾.

5.4 Vandkvalitet og -anvendelse er vigtige faktorer i forbindelse med brygningsprocessen. Derfor er en hensigtsmæssig vandforvaltning fra vandforsyningssektorens og bryggeriernes side nødvendig for at sikre ølproduktionens bæredygtighed. I den henseende bør der træffes passende forholdsregler for at sikre, at udvindingen af skifergas ikke kontaminerer forbrugernes, herunder de industrielle brugeres, grundvandsforsyning. Specielt i bryggerisektoren kan EØSU konstatere, at nederlandske og tyske bryggere allerede følger udviklingen på dette område med stor bekyrning.

⁽¹⁸⁾ Ernst Young, september 2011.

⁽¹⁹⁾ CampdenBRI / KWA, The Environmental Performance of the European Brewing Sector, maj 2012.

5.5 Adskillige andre værdifulde produkter (sekundære produkter) skabes af brygnings råmaterialer som et resultat af brygningsprocessen. De har stor værdi som input i andre industriprocesser og som materialer for specifikke slutanvendelsesformål, f.eks. lægemidler, helsekost, vedvarende energikilder, industriel anvendelse, dyrefoder, landbrugsprodukter⁽²⁰⁾ og kosmetik og spa-produkter. Disse materialer skal leve op til høje kvalitetsstandarder og opfylde strenge lovkrav inden for fødevarer- og dyrefodersikkerhed og andre områder. Disse sekundære materialers betydning og værdi har for længst fået bryggerierne til at etablere leveringsordninger med forhandlere og slutbrugere.

6. En ansvarlig samfundsaktør

6.1 I årenes løb har bryggerierne og bryggeriforeningerne i alle europæiske lande taget initiativer til at skabe øget opmærksomhed om ansvarlig forbrugeradfærd, øge forbrugernes viden, sikre ansvarlig reklame og markedsføring, udsende advarende budskaber og opfordre forbrugerne til ikke at udvise uansvarlig adfærd. Mange af disse lokale initiativer er taget i samarbejde med andre parter og er blevet anerkendt af de nationale myndigheder som værende af stor samfundsmæssig nytte og drøftet på europæisk plan i forummet for alkohol og sundhed "European Alcohol and Health Forum"⁽²¹⁾.

6.2 På baggrund af disse aktiviteter bør regeringer, bryggerier, andre økonomiske operatører og civilsamfundsgrupper i fællesskab søge at fremme et ansvarligt ølforbrug, der fuldt ud er foreneligt med en voksen persons sunde livsstil, og at modvirke alkoholmisbrug.

6.3 På grund af øls lokale karakter er de europæiske bryggerier også solidt rodfastet i deres lokalområder og støtter en lang række aktiviteter. Bryggerisektoren i EU anvender årligt mere end 900 mio. EUR på at støtte samfundet⁽²²⁾ gennem en bred vifte af aktiviteter, der støttes på lokalt og regionalt niveau.

6.4 Industrien og de øvrige interessenter har i høj grad forpligtet sig til at støtte gennemførelsen af initiativer vedrørende virksomheders og institutioners ansvar med henblik på at informere om følgerne af et skadeligt forbrug. Denne forpligtelse bør anerkendes i en afbalanceret ramme for bryggeriernes markedsføring og kommercielle kommunikation⁽²³⁾.

6.5 I betragtning af ølets rolle på områderne kultur, kulturarv og forbrug, bør man overveje et EU-initiativ, som kan støtte afholdelsen af specialkurser for lærere og pædagoger på skoler på alle niveauer vedrørende de sundhedsmæssige, sociale og kulturelle aspekter af forbruget af gærede drikkevarer.

7. Fastholdelse af en rolle i forbindelse med forskning, uddannelse og innovation

7.1 Den rolle, som sektoren spiller i forbindelse med uddannelse og forskning, er en vigtig nøgle til fortsat at fastholde dens engagement. Indsatsen foregår via universiteter, bryggerskoler, fødevareteknologiske institutter og andre netværk. Der bør fortsat arrangeres fora for udveksling af viden med henblik på at bevare Europa som et førende centrum for undersøgelser foretaget af bryggerierne, deres partnere, forskere og interesse-rede enkeltpersoner.

7.2 Der bør opbygges forskningskapacitet og -potentiale, idet bryggerierne spiller en vigtig rolle som industripartnere på forskellige områder i tilknytning til fødevarer- og brygningsteknologier, sundhedsaspekter og miljømæssige resultater. Øget deltagelse i det europæiske forskningsrum, Horisont 2020-rammeprogrammet og andre teknologiske platforme vil styrke det eksisterende potentiale⁽²⁴⁾.

7.3 Støtte til bryggerisektorens bestræbelser på at fremme ekspertise på linje med de højeste videnskabelige standarder for øls karakteristika og dets helbreds- og adfærdsvirkninger kan også medvirke til at fremme information og uddannelse på dette vigtige område. Alle aktive parter bør overveje øget deltagelse i EU's finansierings- og samarbejdsordninger.

Bruxelles, den 16. oktober 2013

Henri MALOSSE

Formand

for Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg

⁽²⁰⁾ Bamforth, C. (2009) "Contraception, Charcoal and Cows: The World of Brewery Co-Products" Brew. Guardian, 138(1), s. 24-27.

⁽²¹⁾ The Brewers of Europe, European beer pledge: 1st year report, april 2013.

⁽²²⁾ Sponsoreringsidéer, "Supporting local communities: Assessing the contribution of local brewers", maj 2011.

⁽²³⁾ EFT C 48 af 21.2.2002, s. 130.

⁽²⁴⁾ EUT C 327 af 12.11.2013, s. 82.