

Euroopan talous- ja sosiaalikomitean lausunto aiheesta "Euroopan panimoteollisuuden kasvupotentiaalin tukeminen" (oma-aloitteinen lausunto)

(2014/C 67/06)

Esittelijä: **Ludvík JÍROVEC**

Toinen esittelijä: **Edwin CALLEJA**

Euroopan talous- ja sosiaalikomitea päätti 14. helmikuuta 2013 työjärjestyksensä 29 artiklan 2 kohdan nojalla antaa oma-aloitteisen lausunnon aiheesta

Euroopan panimoteollisuuden kasvupotentiaalin tukeminen.

Asian valmistelusta vastannut neuvoa-antava valiokunta "teollisuuden muutokset" antoi lausuntonsa 26. syyskuuta 2013.

Euroopan talous- ja sosiaalikomitea hyväksyi 16.–17. lokakuuta 2013 pitämässään 493. täysistunnossa (lokakuun 16. päivän kokouksessa) seuraavan lausunnon. Äänestyksessä annettiin 47 ääntä puolesta ja 1 vastaan 2:n pidättyessä äänestämästä.

1. Päätelmät ja suositukset

1.1 Olut on juoma, jota on nautittu kaikkialla Euroopassa tuhansia vuosia. Vaikka olutkulttuurit eri puolilla Eurooppaa poikkeavat toisistaan huomattavasti oluttyypeiltään ja kulutustottumuksiltaan, oluella on tärkeä asema kaikissa Euroopan unionin jäsenmaissa ja se on olennainen osa kulttuuria, perinteitä ja ravintoa. Euroopan talous- ja sosiaalikomitea korostaa alan jatkuvaa kehitystä ja sen sopeutumis- ja selviytymiskykyä jopa parhaillaan vallitsevissa haastavissa olosuhteissa. Komitea panee merkille, kuinka ala mukautuu Eurooppa 2020 -strategian tavoitteisiin työllisyyden, kestävyysperiaatteen, innovoinnin, koulutuksen ja sosiaalisen osallisuuden prioriteettialoilla.

1.2 Euroopan talous- ja sosiaalikomitea kiinnittää Euroopan komission, Euroopan parlamentin, neuvoston ja EU:n jäsenvaltioiden huomion avainpolitiikkoihin, joita tulisi vakavasti harkita, jotta Euroopan panimoala voisi hyödyntää koko kasvupotentiaalinsa. ETSK haluaa päätöksentekijöiden erityisesti

— edistyvän tasapainoisen sääntely-ympäristön rakentamisessa, jotta kaiken kokoiset eurooppalaiset panimot voivat valmistaa ja markkinoida olutta Euroopassa ja sen ulkopuolella

— määrittävän myös oluen prioriteettialaksi, joka edellyttää vastavuoroista myönteistä kohtelua vapaakauppasopimuksissa, joista parhaillaan keskustellaan EU:n muiden kauppakumppaneiden kanssa

— edistävän ja tuovan enemmän esiin panimoyritysten ja -yhteisöjen osallistumista EU:n ja jäsenvaltioiden tasolla toteutettaviin sosiaalista vastuullisuutta edistäviin sekä terveys- ja valistusohjelmiin

— ottavan paremmin huomioon innovaatio-, teollisuus- ja maatalouspolitiikan muutosten vaikutukset panimoteollisuuteen.

1.3 Euroopan talous- ja sosiaalikomitea kehottaa myös jäsenvaltio- sekä alue- ja paikallistasolla toimiin, joilla

— kehitetään edelleen panimoteollisuuden sekä kansalaisjärjestöjen välistä kumppanuutta vastuullisen kulutuksen edistämiseksi ja alkoholiin liittyvien haittojen vähentämiseksi, mihin kuuluu myös yhteistyö vastuullisen kaupallisen viestinnän ja myynnin edistämiseksi ja vastuuttomien viestintä- ja myyntikäytänteiden torjumiseksi

— tuetaan panimoteollisuuden aloitteita, joilla pyritään ympäristön kannalta kestävään kehitykseen koko toimitus- ja jakeluketjussa sekä Euroopan tasolla että paikallistasolla

— hyödynnetään panimoteollisuuden dynamiikkaa työtälaisuuksien luomiseksi siten, että poistetaan lisäkasvun esteitä varmistamalla kyseiselle alalle sekä siihen liittyvälle toimitusketjulle ennakoitavissa oleva ja vakaa verotusjärjestelmä jäsenvaltiotasolla sekä puuttamalla häiriöihin, joita vaihtelevat verokannat aiheuttavat markkinoilla. Tässä tapahtuvat parannukset edistäisivät sisämarkkinoiden loppuunsaattamista.

— tutkitaan mahdollisuuksia kehittää yhteistyötä paikallisviranomaisten kanssa eri yhteyksissä, jotka liittyvät yhteisölähtöisiin hankkeisiin sekä olutmatkailun mahdollisuuksiin.

1.4 Euroopan talous- ja sosiaalikomitea katsoo, että panimo-yritysten tulisi

— osallistua entistä aktiivisemmin ja vastuullisemmin kauppakamareiden, alueviranomaisten, jäsenvaltioiden ja Euroopan komission tukemiin erilaisiin elintarvikkeiden menekinedistämistöimiin, joilla edistetään terveellisiä ruokailutottumuksia EU:ssa ja sen ulkopuolisissa maissa

- pyrkii jatkuvasti tekemään panimoalasta houkutteleva, vakaa ja asianmukaisen palkan tarjoava työllistymisala nuorille sukupolville edistämällä oppisopimusohjelmia ja ammattikoulutusjärjestelmiä
- jatkaa yhteistyönsä vahvistamista tutkimus- ja oppilaitosten kanssa osallistumalla entistä enemmän paitsi EU:n innovaatio- ja t&k-ohjelmiin kumppaneidensa kanssa, myös koulutus- ja ammattikoulutusohjelmiin
- lisätä osallistumistaan eri toimiin, joita kehitetään aluekehitys- ja rakennerahastovarojen sekä pk-yritysten hyväksi tarkoitettujen varojen turvin
- laajentaa luonteeltaan keskipitkän ja pitkän aikavälin yhteistyötä paikallisten humalan, viljan ja muiden oluentuotannossa tarvittavien tuotteiden tuottajien kanssa
- edistää mahdollisimman laajalti elinkaariarviointien käyttöä panimoteollisuudessa itsearviointien välineenä ottaen samalla huomioon kapasiteetin puutteesta johtuvat pienten perhepanimoiden rajoitukset.

2. Euroopan panimoala

2.1 Euroopan unioni on yksi tärkeimmistä oluentuottaja-alueista maailmassa. Tuotantomäärä oli vuonna 2011 yli 380 miljoonaa hehtolittraa ⁽¹⁾, ja panimoita oli yli 4 000 eri puolilla Eurooppaa. Tuotteita viedään kaikkialle maailmaan. Tuotantomäärän suhteen EU on avaintoimija, sillä siellä valmistetaan yli neljännes maailman tuotannosta. Kiina ohitti EU:n vasta hiljattain, mutta EU on yhä edellä Yhdysvaltoja, Venäjää, Brasiliä ja Meksikoa ⁽²⁾.

2.2 Euroopan panimoteollisuus on rakenteeltaan hyvin monimuotoinen. Se ulottuu pääasiassa pienistä ja keskisuurista yrityksistä, mikropanimoista sekä paikallis-, alue- tai valtakunnallisella tasolla toimivista panimoista aina neljään suureen ⁽³⁾ Euroopasta käsin toimivaan panimoalan yritykseen, jotka ovat johtavia alallaan koko maailmassa. Kymmenen viime vuoden aikana tapahtunut uusien pien- ja mikropanimoiden nousu on tärkeä merkki alan innovointipotentiaalista ja voimavara kestäväystavoitetta ajatellen.

2.3 Panimoalaan liittyvä tuotantoketju sisältää paikallisia toimijoita, mutta myös globaaleja johtajia. Niiden joukossa on mallastamoyrityksiä, laitetoimittajia ja teknisten palveluiden tarjoajia. Euroopan panimolaitokset jakavat myös tietämystään maailmanlaajuisesti. Sellaiset tapahtumat kuin *European Brewery Convention* ja muut olutkonferenssit keräävät vierailijoita ympäri maailmaa.

2.4 Olut on tärkeä jalostettu maataloustuote, jonka vientiarvo on yli 2 miljardia euroa ⁽⁴⁾. Se kuuluu EU:n

maataloustuotteiden laatu politiikan ⁽⁵⁾ piiriin SAN/SMM-järjestelmien ⁽⁶⁾ kautta. Maantieteellisen merkinnän saaneiden 23 tuotteen myyntiarvo on yli 2,3 miljardia euroa ⁽⁷⁾. Edellä mainittuihin järjestelmiin kuuluvien oluttuotteiden maantieteellinen kirjo on kuitenkin suppea, sillä ne ovat peräisin alle kolmasosasta EU:n jäsenmaita.

2.5 Oluen pääasialliset valmistusaineet ovat luonnollista alkuperää: niihin kuuluvat vesi, vilja, humala ja hiiva. Vesi on panimoalan käyttämistä raaka-aineista tärkein: sitä on keskimäärin noin 92 prosenttia oluesta. Pohjaveden suojeleminen on siksi keskeinen kysymys. Koska olennainen oluen tärkkelyslähde on vilja (ohra, vehnä tai muu), suhde maatalousyhteisöön on panimoille ja mallastamoille ensisijainen.

2.6 Euroopan unioni on merkittävin toimija myös humalan maailmanmarkkinoilla. Humalaa tuottaa neljetoista EU:n jäsenmaata ⁽⁸⁾, ja niiden osuus on noin kolmannes maailman humalantuotantoalasta ⁽⁹⁾. Panimoala on Euroopan humalankasvattajien pääasiallinen asiakas. Humalantuottajien välistä kilpailua sekä tuottajien erilaista kohtelua EU:n jäsenvaltioiden harjoittaman maatalouspolitiikan piirissä on mahdollisesti pohdittava uudelleen, jotta voidaan estää markkinahäiriöt, joilla voi olla haitallisia vaikutuksia panimoihin pitkällä aikavälillä.

2.7 Panimoiden riippuvaisuus maataloussektorista raaka-aineidensa tarjoajana on viime vuosina aiheuttanut sen, että teollisuus on joutunut maksamaan korkeampia hintoja oluen valmistukseen tarvittavista maataloustuotteista sadon laatuvariaatioiden ja hintojen epävakauden vuoksi. Raaka-aineiden tuottajien ja panimoiden välisten suhteiden ohjenuorana tulisi mahdollisuuksien ja tarpeen mukaan olla kestäväpohjainen pitkän aikavälin lähestymistapa.

2.8 Oluen kokonaisuusmyynti vuonna 2010 oli arvoltaan 106 miljardia euroa, ALV mukaan lukien, mikä on 0,42 prosenttia EU:n bruttokansantuotteesta. On arvioitu, että yli 63 prosenttia Euroopassa tuotetusta oluesta ostetaan supermarketista ja muista vähittäismyyntipisteistä (*off-trade* eli vähittäismyynti). Loput 37 prosenttia kulutetaan hotelli- ja ravintola-alalla (esim. baareissa, pubeissa, ravintoloissa; *on-trade* eli anniskelumyynti).

3. 2000-luvun taloudellisten haasteiden hallinta

Markkinat ja rakennetrendit

3.1 Viimeksi kuluneiden 15 vuoden aikana Euroopan olutmarkkinoihin ovat vaikuttaneet monenlaiset kehityskulut, jotka liittyvät tekniikan kehittämiseen, investointeihin, sulautumiin, yrityskentän uudelleenjärjestelyihin ja kuluttajien asenteisiin.

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

⁽⁶⁾ SAN (suojattu alkuperänimitys), SMM (suojattu maantieteellinen merkintä).

⁽⁷⁾ Euroopan komissio, maatalouden ja maaseudun kehittämisen pääosasto.

⁽⁸⁾ Euroopan komissio, maatalouden ja maaseudun kehittämisen pääosasto, joulukuun 2009; Pavlovic M., helmikuun 2012.

⁽⁹⁾ Euroopan komissio, maatalouden ja maaseudun kehittämisen pääosasto.

⁽¹⁾ *The Brewers of Europe statistics, 2012 edition*, lokakuun 2012.

⁽²⁾ *Canadean Global beer trends 2012*.

⁽³⁾ ABInbev, Carlsberg, Heineken ja SABMiller (tiedot vuodelta 2013).

⁽⁴⁾ Euroopan komissio, yritys- ja teollisuustoiminnan pääosasto.

Kulutuksen jyrkkä lasku vuodesta 2007 lähtien vaikuttaa suoraan panimoiden toimintaan. Vuosien kasvun jälkeen Euroopan unionin oluentuotanto on vähentynyt rajusti, 420 miljoonasta hehtolitrasta 377 miljoonaan hehtolitraan vuonna 2011. Tulevina vuosina odotetaan kuitenkin elpymistä ja mahdollista kasvua, mikäli taloudelliset olosuhteet ja sääntely muuttuvat suotuisammiksi.

3.2 Talouskriisi ja kulutuksen lasku ovat aiheuttaneet alalla rakennemuutoksia, joissa määräävinä tekijöinä ovat olleet toimintojen vakiinnuttaminen Euroopassa sekä suurten kansainvälisten ja kansallisten ryhmien investoinnit EU:n ulkopuolelle. Samanaikaisesti pienten panimoiden määrä on lisääntynyt kaikissa maissa, mikä on monipuolistanut kuluttajien valinnanmahdollisuuksia ja osoittanut oluenvalmistajien olevan yrittäjähenkisiä "Yrittäjyys 2020" -toimintasuunnitelman⁽¹⁰⁾ linjausten mukaisesti. Tämä kehitys on myönteistä myös kestävyysperiaatteiden noudattamista ajatellen, sillä usein syntyy alueen matkailuun liittyviä oheistuotteita ja lisäksi tuotannon ja kulutuksen yhteydet ovat tiiviimmät, mikä hyödyttää ympäristöä.

3.3 Taloudelliset olosuhteet ovat myös johtaneet siihen, että olutta nautitaan enenevästi kotona ravintoloiden ja baarien sijaan, minkä vuoksi työpaikkojen lukumäärä vähenee, syntyy vähemmän lisäarvoa ja valtiot saavat vähemmän tuloja jokaisesta EU:ssa kulutetusta olutlitrasta⁽¹¹⁾. Kasvavat hintapaineet vähittäismyyntisektorilla ovat niin ikään vaikuttaneet tähän suuntaukseen.

3.4 Panimoiden määrän lisääntyminen ja tuoteinnovaatiot ovat myös tuoneet markkinoille uusia tuotteita, mikä hyödyttää kuluttajia, yhteiskuntaa ja ympäristöä. Erikoistuminen vähän tai ei lainkaan alkoholia sisältäviin oluisiin on tarjonnut mahdollisuuksia kaiken kokoisille panimoille, mikä on lisännyt myyntiä. Lisäksi luomuoluita on jatkuvasti enemmän saatavilla.

Verotukselliset näkökohdat

3.5 Panimoteollisuus tuottaa jäsenvaltioille huomattavia etuja verotuksellisessa mielessä. Oluen valmistuksen ja myynnin ansiosta valtiot saavat huomattavan määrän tuloja valmisteveroista, arvonlisäverosta, erityyppisestä tuloverotuksesta sekä panimoalan työntekijöiden ja heidän työnantajien maksamista sosiaaliturvamaksuista, samoin kuin muiden sellaisten alojen maksuista, missä työpaikat ovat epäsuorasti syntyneet panimoalan toiminnan seurauksena. Vuonna 2010 nämä tulot olivat määrältään noin 50,6 miljardia euroa⁽¹²⁾.

3.6 Panimoalan kykyä kestää meneillään olevia taloudellisia vaikeuksia on alentanut verotaakan kasvu; pääasiassa valmisteveron nousu, mutta myös arvonlisäveron tason nostaminen erityisesti hotelli- ja ravintola-alalla. Verotuksen kiristäminen on pahentanut panimoiden taloudellista tilannetta erityisesti esimerkiksi Unkarissa, Suomessa, Ranskassa, Alankomaissa ja

Yhdistyneessä kuningaskunnassa⁽¹³⁾. Oluen tuotantoon ja myyntiin kytkeytyvä lisäarvo EU:ssa laski vuosien 2008 ja 2010 välillä 10 prosenttia⁽¹⁴⁾, ja EU:n panimosektorilta kerätyt verot supistuivat 3,4 miljardilla eurolla.

3.7 EU:n ja jäsenvaltioiden valmisteverojärjestelmissä tulisi ottaa huomioon oluen ainutlaatuiset piirteet, kuten sen yleensä alhainen alkoholipitoisuus, oluen valmistusprosessi sekä panimoteollisuuden paikallinen panos yhteiskuntaelämään, työpaikkojen luomiseen ja laajemmin talouselämään. Tämän vuoksi olut käymisteitse valmistettuna juomana tulisi asettaa tasaveroiseen asemaan muiden vastaavien kanssa ja näin ollen viiniin ja muihin käymisteitse valmistettuihin juomiin sovellettava nollan euron minimiverotaso olisi kirjattava olutta koskevaan EU:n valmisteverolainsäädäntöön⁽¹⁵⁾.

3.8 Tasapainoisesta valmisteveropolitiikasta kansallisella tasolla sekä verotushallinnon nykyisten yhteistyöjärjestelmien paremmasta hyödyntämisestä voi tulla keinoja välttää verotussyistä tapahtuva kaupankäynti ja siihen liittyvät haitalliset toimintatavat. Näin autetaan säilyttämään panimoteollisuuden kilpailukyky erityisesti rajaseuduilla.

3.9 Koska anniskelumyyntillä on niin tärkeä osuus oluen myynnissä⁽¹⁶⁾, veropolitiikka voi myös olla tärkeässä asemassa kasvua edistävänä toimenpiteenä anniskelijoiden ja panimoteollisuuden kannalta, millä olisi myönteisiä vaikutuksia työllisyyden paikallistasolla.

Kansainvälinen kauppa

3.10 Vaikeista olosuhteista huolimatta Euroopan panimoteollisuus on edelleen selviytymiskykyinen ja kilpailukykyinen. Paikallisilla panimoilla on edelleen omat markkinansa kansallisista tai EU:n rajoista riippumatta. Vaikka suurin osa Euroopan olut-tuotannosta myydään EU:n sisämarkkinoilla, vienti eri puolille maailmaa on kasvanut jatkuvasti vuodesta 2000 lähtien. Vuodesta 2007 lähtien kasvu on ollut 30 prosenttia. Tärkeimpiä vientikohteita ovat esimerkiksi Yhdysvallat, Kanada, Angola, Kiina, Sveitsi, Taiwan, Venäjä ja Australia⁽¹⁷⁾. Lisäksi eurooppalaiset panimot ovat myös suuria investoijia kaikilla mantereilla ja osallistuvat erilaisiin yhteistyöhankkeisiin paikallisten panimoiden ja jakelijoiden kanssa.

3.11 Eurooppalaisen oluen mahdollisuuksia säilyttää jalansijansa ja laajentaa sitä EU:n ulkopuolisissa maissa saattavat vaarantaa paikalliset säännökset, joista koituu oluen vientiä ja investointeja haittaavia kaupan esteitä. Tullimaksujen lisäksi tällaisia esteitä voivat olla lainsäädäntöön liittyvät toimet, kuten tuotemääräitelmät (esim. Venäjä) tai verohallinnon menettelyt (esim. Albania ja Turkki). Euroopan komissio ja jäsenvaltiot, yhteistyössä panimoalan kanssa, ovat avainasemassa ratkaistaessa näitä ja muita ongelmia, joita ajoittain ilmenee ulkomaisilla markkinoilla.

⁽¹⁰⁾ COM(2012) 795 final.

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

⁽¹²⁾ Ernst Young, syyskuu 2011.

⁽¹³⁾ Euroopan komissio, Excise duty tables, 2013.

⁽¹⁴⁾ Ernst Young, syyskuu 2011.

⁽¹⁵⁾ EUVL C 69, 21.7.2006, s. 10.

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

⁽¹⁷⁾ Euroopan komissio, kauppapolitiikan pääosasto.

3.12 Vaikka Euroopan unioni soveltaa nollan euron tullitariffia oluen tuontiin kauppasopimuksissa, monet muut maat ovat säilyttäneet tullimaksut keinona estää kilpailevaa tuontia EU:n jäsenvaltioista. Tämä näkökohta tulisi ottaa huomioon parhaillaan käytävissä vapaakauppasopimusneuvotteluissa. Uusimmissa sopimuksissa (esim. EU:n ja Etelä-Korean välisessä sopimuksessa) määrätään tullimaksujen alentamisesta asteittain. Tällaista käytäntöä tulisi entisestään laajentaa.

3.13 Eurooppalaisten olutmerkkien näkymiä ulkomaisilla markkinoilla vahvistetaan myös myynninedistämistapahtumilla, kuten näyttelyillä ja messuilla, sekä Euroopan komission EU:n ulkopuolisissa maissa tarjoamien konsultointijärjestelmien avulla. Panimoiden edustajien osallistuminen kyseisiin tapahtumiin itse paikalla on tähän mennessä ollut melko vähäistä, sillä mahdollisia hyötyjä ei ole tiedostettu riittävän hyvin eikä tapahtumista ole tiedotettu riittävästi.

4. Työmahdollisuuksien tarjoaminen kaikilla tasoilla

4.1 Panimoteollisuuteen liittyy paljon enemmän kuin pelkkä oluenvalmistus itsessään. Se kattaa monia muita toimintoja valmistusprosessissa keskeisistä maataloustuotannon raaka-aineista aina hotelli- ja ravintola-alaan ja vähittäiskauppasektoriin. Panimot tarjoavat Euroopan unionissa yhteensä yli 128 000 työpaikkaa suoraan. Lisäksi 2 miljoonan työpaikan voidaan katsoa olevan oluen tuotannon ja myynnin ansiota, ja ne edustavat noin prosenttia kaikista työpaikoista yksinomaan EU:ssa⁽¹⁸⁾, vaihtelevin toimenkuvin.

4.2 Eurooppa 2020 -strategiaan liittyvät älykästä, kestävää ja osallistavaa taloutta koskevat tavoitteet kuvastuvat panimoalan ominaispiirteissä. Panimoita on kaikissa Euroopan maissa ja ala ylläpitää yli kahta miljoonaa työpaikkaa tavaroihin ja palveluihin liittyvän varainkäytön suuren volyymin sekä hotelli- ja ravintola-alan ja vähittäismyyntisektorin luoman suuren liikevaihdon ansiosta. Yli 73 prosenttia oluen ansiosta luoduista työpaikoista on hotelli- ja ravintola-alalla.

4.3 Koska hotelli- ja ravintola-alalla on myös olennaisen tärkeä rooli työpaikkojen ja kasvun varmistamisessa, ei pelkästään suoraan alan yrityksissä vaan epäsuorasti merkittävässä osassa Euroopan taloutta, toimenpiteet sen kehittämiseksi ovat ratkaisevan tärkeitä työllisyyden ja erityisesti nuorten sekä puutteellisesti koulutettujen työntekijöiden työllisyyden kannalta. Tässä yhteydessä ei pidä turvautua epävarmoihin työsuhteisiin ja mataliin palkkoihin.

4.4 Tällaiseen ainutlaatuiseen monimuotoisuuteen yhdistyy perinteitä, kulttuuria ja nykyaikaa, ja se tarjoaa erilaisia mahdollisuuksia hyödyntää ammattitaitoa sekä panimoissa että niiden ympärillä. Toimitus- ja kuljetusketjun tarjoamien työpaikkojen lisäksi gastronomisten elämysten ja matkailun tarjoamia mahdollisuuksia tulisi kehittää edelleen työllisyyden lisäämiseksi panimoalan omien toimien, mutta myös EU:n ja jäsenvaltioiden rahoitusjärjestelmien kautta.

4.5 Panimoala on saanut tuntea maailmanlaajuisen taloustilanteen vaikutukset. Työllisyys välittömästi sen piirissä on vähentynyt 9 prosenttia vuosien 2008 ja 2010 välillä supistuneen kulutuksen vuoksi. Euroopan tiukasta taloustilanteesta johtuvasta kulutuksen laskusta huolimatta panimoiden kokonaismäärä (mikropanimot mukaan lukien) oli Euroopassa vuonna 2010 suurempi (3 638 kappaletta) kuin vuonna 2008 (3 071 kappaletta), ja se kehittyi jatkuvasti tarjoten siten lisää työllistymismahdollisuuksia. Tätä potentiaalia ei pitäisi vaarantaa myyntiä rajoittavin tai vahingollisin verotuksellisin toimenpitein, vaan sitä tulisi edelleen vahvistaa ammattikoulutuksen ja myös korkeamman koulutuksen kautta korkealaatuisempien työpaikkojen tarjoamiseksi alalla.

5. Kestävän ympäristökehityksen tavoitteiden edistäminen

5.1 Osana sitoutumistaan kestävyysperiaatteiden mukaiseen kehitykseen Euroopan panimoalan on vastattava erilaisiin tavoitteisiin, jotka liittyvät energiatehokkuuteen, hiilidioksidipäästöjen vähentämiseen sekä resurssien käyttöön. Viime vuosina tehtyjen investointien ansiosta voidaan vähentää luonnonvarojen käyttöä ja jätteiden syntymistä sekä johdonmukaisesti uudelleenkäyttää uusioraaka-aineita valmistusprosessissa.

5.2 Panimot ovat osoittaneet sitoumustaan ympäristönsuojeluun ryhtymällä toimenpiteisiin ja investointeihin, joiden ansiosta on pysytty vähentämään energiankäyttöä, hiilidioksidipäästöjä sekä jäteveden syntymistä. Lisäksi on muutettu pakkauksia. Panimoala on myös kehittänyt parasta käytettävissä olevaa tekniikkaa koskevia suuntaviivoja, joissa korostetaan kestävyysperiaatteiden mukaisen yritysjohtamisen roolia ja jotka voivat toimia esimerkkeinä sitoutumisesta ympäristötavoitteiden noudattamiseen. Elinkaariarvioinnin käyttöä itsearviointin välineenä tulisi edistää, jotta niitä käytäisi mahdollisimman laaja kirjo panimoteollisuutta. Tässä yhteydessä on kuitenkin otettava huomioon kapasiteetin puutteen pienille perhepanimoille aiheuttamat rajoitukset.

5.3 Vuosien 2008 ja 2010 välillä panimoala jatkoi pyrki- myksiään yritystoiminnan tilanteen heikkenemisestä huolimatta, minkä tuloksena vedenkulutus näyttäisi vähentyneen 4,5 prosenttia ja energiankulutus 3,8 prosenttia valmistettua oluen hehtolitralta kohden. Hiilidioksidipäästöjen arvioidaan myös vähentyneen 7,1 prosenttia⁽¹⁹⁾.

5.4 Veden laatu ja sen käyttö ovat tärkeitä tekijöitä oluen valmistusprosessissa. Tämän vuoksi vedentoimittajien ja panimoiden harjoittama asianmukainen vesien hoito on välttämätöntä oluentuotannon kestävyuden varmistamiseksi. Tähän liittyen olisi ryhdyttävä asianmukaisiin varotoimiin sen varmistamiseksi, ettei liuskekaasun etsintä saastuta kuluttajien, myöskaan teollisten käyttäjien, saatavilla olevaa pohjavettä. Erityisesti panimoalan osalta ETSK toteaa, että alankomaalaiset ja saksalaiset panimot seuraavat kehitystä tällä alalla jo hyvin huolestuneina.

⁽¹⁸⁾ Ernst Young, syyskuu 2011.

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

5.5 Oluenvalmistuksen raaka-aineista syntyy valmistusprosessin tuloksena monia muita arvokkaita tuotteita (nk. sivutuotteita), joita arvostetaan perusaineina muissa teollisissa prosesseissa tai materiaaleina tietyssä loppukäytössä esim. lääkeaineissa, terveysruoissa, uusiutuvan energian lähteinä, teollisissa sovelluksissa, eläinruoissa, maataloustuotteissa⁽²⁰⁾, kosmetiikassa ja kylpylätuotteissa. Nämä materiaalit täyttävät tiukat laatuvaatimukset ja ovat elintarvikkeiden ja eläinruoan turvallisuutta koskevan ankaran lainsäädännön ja muiden säästöjen mukaisia. Sivutuotteiden tärkeyden ja arvon vuoksi panimot ovat tehneet pitkän aikavälin toimitusjärjestelyitä kauppiaiden ja peruskäyttäjien kanssa.

6. Yhteisönsä vastuullinen toimija

6.1 Vuosien mittaan panimo yritykset ja alan yhteenliittymät kaikissa Euroopan maissa ovat käynnistäneet aloitteita, joiden tarkoituksena on lisätä tietoisuutta vastuullisesta käytöstä, valistaa kuluttajia, varmistaa vastuullinen mainostaminen ja markkinointi, tiedottaa haittojen ehkäisemisestä sekä saada kuluttajat luopumaan vastuuttomasta käyttäytymisestä. Monet näistä paikallisista aloitteista on toteutettu kumppanuusperiaatetta soveltaen, ja kansalliset viranomaiset ovat katsoneet ne tärkeiksi yhteiskunnallisiksi aloitteiksi. Ne ovat saaneet tunnustusta myös Euroopan tasolla alkoholia ja terveyttä käsittelevässä eurooppalaisessa foorumissa⁽²¹⁾.

6.2 Näiden toimien pohjalta hallitusten, panimoalan yritysten, muiden talouselämän toimijoiden ja kansalaisyhteiskunnan ryhmien tulisi tehdä yhteistyötä kampanjoidakseen sellaisen vastuullisen oluenkulutuksen edistämiseksi, joka sopii yhteen aikuisten terveen elämäntavan kanssa, sekä alkoholin väärinkäytön ehkäisemiseksi.

6.3 Oluen paikallisen luonteen vuoksi eurooppalaiset panimot ovat syvälle juurtuneita paikallisyhteisönsä ja tukevat niissä monenlaista toimintaa. Panimoala käyttää Euroopan unionissa vuosittain yli 900 miljoonaa euroa yhteisöjen tukemiseen⁽²²⁾ monenlaisen paikallis- ja aluetasolla tukemansa toiminnan kautta.

Bryssel 16. lokakuuta 2013.

6.4 Panimoala ja sen laajat sidosryhmät ovat vahvasti sitoutuneet tukemaan yritysten ja instituutioiden yhteiskuntavastuuta edistävien aloitteiden toimeenpanoa haitallisen kulutuksen eitoivottujen vaikutusten ehkäisemiseksi. Tämä sitoutuminen tulisi tunnustaa tasapainoisissa periaatteissa, jotka koskevat panimoiden harjoittamaa markkinointia ja kaupallista viestintää⁽²³⁾.

6.5 Kun otetaan huomioon oluen merkitys kulttuurin, perinnön ja kulutuksen aloilla, olisi harkittava EU:n laajuista aloitetta rahoituksen osoittamiseksi kaikenkokoisten koulujen opettajille ja kouluttajille suunnatun erityiskoulutuksen järjestämiseen. Koulutuksessa keskityttäisiin käymisen avulla valmistettujen juomien kulutuksen terveydellisiin, sosiaalisiin ja kulttuurisiin näkököhtiin.

7. Roolin säilyttäminen tutkimuksessa, koulutuksessa ja innovoinnissa

7.1 Koulutuksen ja tutkimuksen rooli on välttämätön avain alan sitoutuneisuuden säilyttämiseksi. Koulutusta ja tutkimusta harjoittavat yliopistot, panimoalan oppilaitokset, elintarviketeknologian instituutit ja muut verkostot. Foorumeiden organisoinnista tietojen vaihtamista varten tulee jatkaa, jotta Eurooppa voidaan säilyttää panimoiden, niiden kumppaneiden, tutkijoiden ja alasta kiinnostuneiden yksittäisten ihmisten kehittämien tutkimusten johtavana keskuksena.

7.2 Tutkimuskapasiteettia ja -potentiaalia tulisi edistää, sillä panimot ovat tärkeässä asemassa teollisina kumppaneina monilla eri aloilla, jotka liittyvät elintarvike- ja panimoteknologiaan, terveysnäkökohtiin tai ympäristötehokkuuteen. Entistä aktiivisempi osallistuminen eurooppalaiseen tutkimusalueeseen sekä Horisontti 2020 -puiteohjelmaan ja muihin teknologia-alan foorumeihin vahvistaisi olemassa olevaa potentiaalia⁽²⁴⁾.

7.3 Tuki panimoalan pyrkimyksille edistää korkeimpien tieteellisten vaatimusten mukaista huipputasaamista, joka koskee oluen ominaisuuksia ja sen vaikutuksia terveyteen ja käyttäytymiseen, voi myös edistää tietämyksen ja koulutuksen vahvistamista tällä tärkeällä alalla. Kaikki aktiiviset osapuolet voisivat harkita entistä suurempaa osallistumista EU:n rahoitus- ja yhteistyöohjelmiin.

*Euroopan talous- ja sosiaalikomitean
puheenjohtaja*

Henri MALOSSE

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

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

⁽²²⁾ Sponsorship ideas, "Supporting local communities: Assessing the contribution of local brewers", toukokuu 2011.

⁽²³⁾ EYVL C 48, 21.2.2002, s. 130.

⁽²⁴⁾ EUVL C 327, 12.11.2013, s. 82.