

## Advies van het Europees Economisch en Sociaal Comité over het Stimuleren van het groeipotentieel van de Europese bierindustrie (initiatiefadvies)

(2014/C 67/06)

Rapporteur: de heer **JÍROVEC**

Corapporteur: de heer **CALLEJA**

Het Europees Economisch en Sociaal Comité (hierna: EESC) heeft op 14 februari 2013 besloten overeenkomstig artikel 29, lid 2, van zijn reglement van orde een initiatiefadvies op te stellen over het

*Stimuleren van het groeipotentieel van de Europese bierindustrie*

De Adviescommissie Industriële Reconversie (CCMI), die met de voorbereidende werkzaamheden was belast, heeft haar advies op 26 september 2013 goedgekeurd.

Het EESC heeft tijdens zijn op 16 en 17 oktober 2013 gehouden 493<sup>e</sup> zitting (vergadering van 16 oktober) het volgende advies uitgebracht, dat met 47 stemmen vóór en 1 tegen, bij 2 onthoudingen, is goedgekeurd.

### 1. Conclusies en aanbevelingen

1.1 Al sinds duizenden jaren wordt in allerlei gemeenschappen overall in Europa bier gedronken. De Europese bierculturen lopen qua biersoorten en drinkgedrag fors uiteen, maar bier speelt in iedere lidstaat een zeker niet te onderschatten rol en vormt een integraal onderdeel van cultuur, erfgoed en lafenis. Het Comité wijst op de constante evolutie van de biersector, zijn aanpassingsvermogen en, zelfs in de huidige moeilijke tijden, zijn veerkracht. De sector weet zich te conformeren aan de doelstellingen van Europa 2020 op prioritaire gebieden als werkgelegenheid, duurzaamheid, innovatie, onderwijs en sociale inclusie.

1.2 Het Comité vestigt de aandacht van Commissie, Europees Parlement, Raad, en lidstaten op cruciale maatregelen waarover serieus moet worden nagedacht om ervoor te zorgen dat de Europese brouwerijsector al zijn groeimogelijkheden benut. Het wil met name dat de beleidsmakers

- vooruitgang boeken met een evenwichtig regelgevingsmilieu waarin de Europese brouwers, ongeacht hun omvang, hun bier kunnen brouwen en in en buiten Europa op de markt kunnen brengen,
- bier als een prioritair product in de momenteel besproken vrijhandelsakkoorden met andere handelspartners van de Unie opnemen waardoor het op positieve wederkerige behandeling kan rekenen,
- meer prikkels verschaffen en voor meer publiciteit zorgen om de brouwerijen en hun verenigingen intensiever te laten deelnemen aan de uitvoering van de EU- en nationale sociale bewustmakings-, gezondheids- en onderwijscampagnes,
- meer rekening houden met de impact van innovatie en ontwikkelingen op het gebied van industrie en landbouwbeleid die zich ook bij de brouwers laat voelen.

1.3 Ook moedigt het Comité het nationale, regionale en lokale bestuursniveau ertoe aan om

- verder te werken aan partnerschappen met de brouwerijsector en ngo's ten behoeve van de promotie van verantwoord drinkgedrag en ter vermindering van alcoholgerelateerde vormen van schade. Daarbij dient ook aandacht uit te gaan naar het verhogen van verantwoordelijkheidsgevoel en preventie betreffende onverantwoorde reclame en verkoop;
- ondersteuning te geven aan de initiatieven van de brouwers om tijdens het gehele productie- en marketingsproces op Europees en lokaal niveau een duurzaam milieu voor ogen te houden,
- stimuli te creëren voor de brouwerijsector om banen te scheppen. Dat kan gebeuren door belemmeringen voor verdere groei weg te werken middels een voorspelbaar en stabiel nationaal fiscaal klimaat voor de sector en de afzetkansen en door distorsies ten gevolge schommelingen van de belastingtarieven aan te pakken. Een verbetering in dit opzicht spoort met de verdere vervolmaking van de interne markt,
- de samenwerking met de lokale autoriteiten uit te werken waar het gaat om de verschillende aspecten van projecten waar de gemeenschap bij betrokken is, en de mogelijkheden voor biertoerisme.

1.4 Volgens het Comité moeten de brouwerijen:

- actiever en met een groter verantwoordelijkheidsgevoel meedoen aan allerlei promotiecampagnes voor voedingsmiddelen binnen en buiten de Unie die gezonde eetgewoonten aanmoedigen en worden gesteund door kamers van koop-handel, regionale autoriteiten, lidstaten en Commissie,

- eraan blijven werken om een vaste en naar behoren betaalde baan in de brouwerijsector aantrekkelijker te maken voor de jongere generaties, en zulks door de bevordering van stages en beroepsopleidingsprogramma's,
- voortgaan met het verbeteren van de samenwerking met onderzoeks- en onderwijsinstellingen door samen met hun partners intensiever deel te nemen aan innovatie- en O&O-programma's van de Unie, alsook aan onderwijs- en opleidingsprogramma's,
- hun deelname opvoeren aan verscheidene activiteiten die via regionale, structuur- en MKB-fondsen worden gefinancierd,
- de bestaande samenwerking op (middel)lange termijn met lokale producenten van hop, graan en andere voor de bierproductie onmisbare ingrediënten verstevigen,
- levenscyclusevaluaties zo breed mogelijk toepassen als een instrument voor zelfanalyse, rekening houdend met de aan capaciteitsgebrek te wijten beperkingen van kleine familie-brouwerijen.

## 2. De Europese brouwsector

2.1 De Unie is een van de grootste bier producerende zones ter wereld. In 2011 bedroeg het productievolume meer dan 380 miljoen hectoliter <sup>(1)</sup>. Dat volume werd bereikt door ongeveer 4 000 brouwers die over heel Europa verspreid waren en dat bier werd overal ter wereld verkocht. Qua volume is de EU met een kwart van de wereldproductie een hoofdrolspeler, die slechts onlangs door China werd ingehaald, maar nog altijd voorligt op de VS, Rusland, Brazilië en Mexico <sup>(2)</sup>.

2.2 De Europese bierindustrie kent een zeer gediversifieerde structuur. Zij bestaat voornamelijk uit kleine of middelgrote ondernemingen (kmo's) die variëren van microbrouwerijen, brouwerijen die op lokaal, regionaal of nationaal niveau actief zijn en vier grote brouwerijen <sup>(3)</sup> die een leidende rol op het wereldtoneel vervullen. De opkomst van nieuwe kleine en microbrouwerijen gedurende het laatste decennium is een veelbetekenend signaal voor het innovatieve potentieel van de sector en een middel om duurzaam te blijven.

2.3 Tot de toeleveranciers van het brouwbedrijf behoren lokale operatoren, maar ook grote globale moutproducenten, producenten van installaties en technische-dienstverleners. Verder verspreiden de Europese brouwerij-instellingen hun kennis wereldwijd. Ook trekken evenementen als het congres van de European Brewery Convention over de gehele wereld bezoekers aan.

2.4 Bier is een verwerkt hoogwaardig landbouwproduct dat goed is voor meer dan 2 miljard EUR aan exportwaarde <sup>(4)</sup>. Het valt onder het Europees beleid voor productkwaliteit <sup>(5)</sup> via de

BOB- en BGA-regelingen <sup>(6)</sup> die via 23 geografische aanduidingen meer dan 2,3 miljard EUR afzetwaarde vertegenwoordigt <sup>(7)</sup>. Toch is die geografische diversiteit beperkt want het bier komt slechts uit minder dan één derde van de lidstaten.

2.5 De belangrijkste bestanddelen van bier zijn van natuurlijke oorsprong en omvatten water, granen, hop en gist. Water is de belangrijkste grondstof voor de brouwerijen want bier bestaat gemiddeld voor 92 % uit water. Daarom is de bescherming van grondwater primordiaal. Granen (gerst, tarwe en andere) zijn een essentiële krachtstof voor bier en daarom zijn de betrekkingen met de landbouwers cruciaal voor de brouwers en de mouters.

2.6 De EU is ook de belangrijkste speler op de wereldmarkt voor hop. Maar liefst 14 lidstaten <sup>(8)</sup> zijn goed voor een derde van het mondiale hopteeltoppervlak <sup>(9)</sup> en de brouwerijsector is de grootste klant van die Europese telers. De mededinging tussen de telers en het verschil in behandeling in het landbouwbeleid van de lidstaten moeten wellicht worden bijgesteld om marktontwrichtingen te voorkomen, die de brouwers op termijn zouden kunnen schaden.

2.7 De afhankelijkheid van de brouwers van de landbouw waar het om grondstoffen gaat, betekende de laatste jaren dat de sector geconfronteerd werd met hogere grondstofprijzen als gevolg van kwalitatief variërende oogsten en prijschommelingen. Waar mogelijk en nodig moet de relatie tussen de leveranciers van grondstoffen en de brouwers gestalte krijgen via een duurzame (d.w.z. lange-termijn)aanpak.

2.8 In 2010 bedroeg de totale bierverkoop, inclusief BTW, zo'n 106 miljard euro, hetgeen staat voor 0,42 % van het BBP van de Unie. Geschat wordt dat meer dan 63 % van het in de Unie gebrouwde bier in supermarkten en andere winkels wordt verkocht (de "off trade"). De rest wordt in de horeca geconsumeerd (bijv. cafés, pubs of restaurants (de "on trade")).

## 3. De uitdagingen van de 21e eeuw aangaan

### Markt- en structurele trends

3.1 De Europese biermarkt werd de laatste 15 jaar met verscheidene veranderingen geconfronteerd: technische vooruitgang, investeringen, fusies, startende bedrijven en gewijzigd consumptiegedrag. Sinds 2007 is de consumptie sterk gedaald en dat had een directe impact op de activiteiten van de brouwers. Jarenlang werd er steeds meer bier gebrouwd in de Unie maar de cijfers daalden sterk, van 420 miljoen hectoliter tot maar liefst 377 miljoen in 2011. Toch worden voor de komende

<sup>(1)</sup> The Brewers of Europe statistics, editie 2012, oktober 2012.

<sup>(2)</sup> Canadean Global beer trends 2012.

<sup>(3)</sup> ABInbev, Carlsberg, Heineken, SABMiller (2013).

<sup>(4)</sup> Commissie, DG Ondernemingen en Industrie

<sup>(5)</sup> [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_en.htm)

<sup>(6)</sup> BOA (beschermde oorsprongs aanduiding), BGA (beschermde geografische aanduiding)

<sup>(7)</sup> Commissie, DG Landbouw en Plattelandsontwikkeling

<sup>(8)</sup> Commissie, DG Landbouw en Plattelandsontwikkeling, december 2009; Pavlovic M, februari 2012

<sup>(9)</sup> Commissie, DG Landbouw en Plattelandsontwikkeling

jaren herstel en groeipotentieel verwacht, mits het met het economisch en regelgevingsklimaat weer de goede kant opgaat.

3.2 De economische crisis en de daling van de consumptie resulteerden in een herstructurering van de sector in Europa, die werd gevoed door het feit dat de grotere nationale en internationale groepen overgingen tot consolidering van activiteiten hier en investeringen in derde landen. Tegelijkertijd nam het aantal kleine brouwerijen in alle lidstaten toe. Dat leidde tot een breder aanbod en vormde een bevestiging van de ondernemersgeest van de brouwers die past bij het Actieplan voor ondernemerschap 2020<sup>(10)</sup>. Vanuit duurzaamheidsperspectief gezien, is dit een gunstige ontwikkeling. Er zijn immers vaak spin-offeffecten op regionaal toerisme en er ontstaan nauwere verbanden tussen productie en consumptie, hetgeen het milieu ten goede komt.

3.3 Als gevolg van de economische situatie werd bier ook meer thuis dan in cafés of restaurants gedronken, waardoor iedere in de Unie gedronken liter resulteerde in minder banen, minder toegevoegde waarde en minder inkomsten voor de staat<sup>(11)</sup>. Die tendens werd ook door meer prijsdruk op de groot- en detailhandel verscherpt.

3.4 De toename van het aantal brouwers en productinnovatie hebben ook tot nieuwe producten geleid en dat is goed voor de consument, de samenleving en het milieu. Brouwers van allerlei omvang kregen kansen dank zij de opkomst van bier zonder of met weinig alcohol, die in meer verkoop resulteerde terwijl organisch bier geleidelijk steeds meer beschikbaar werd.

#### *Fiscale aspecten*

3.5 De bierbrouwers leveren de nationale begrotingen veel op. De overheden krijgen veel geld dank zij het brouwen en verkopen van bier: accijnzen, BTW, inkomsten-/loonbelasting, sociale zekerheids-afdrachten van werknemers en werkgevers in de brouwsector en in verwante sectoren waar banen indirect door de biersector worden gecreëerd. In 2010 streken zij ongeveer 50,6 miljard EUR op<sup>(12)</sup>!

3.6 De veerkracht van de brouwsector werd door de huidige economische moeilijkheden op de proef gesteld: de belastingdruk nam toe, men denke met name aan accijnsverhogingen maar ook aan meer BTW in vooral de horeca. Die toegenomen druk heeft er de toch al niet ideale positie van de brouwerijen er alleen maar moeilijker op gemaakt en dat vooral in landen als Hongarije, Finland, Frankrijk, Nederland en het VK<sup>(13)</sup>. De totale toegevoegde waarde van productie en verkoop van bier in de

Unie zakte in de periode 2008-2010 met 10 %<sup>(14)</sup> en de door de EU-brouwsector betaalde belasting daalde met 3,4 miljard euro.

3.7 In de accijnsstelsels van de Unie en de lidstaten moet erkenning bestaan voor de unieke kenmerken van bier, inclusief zijn over het algemeen laag alcoholpercentage, het brouwproces en de bijdrage van de sector tot de samenleving, de werkgelegenheid en de economie als geheel. Daarom moet in de accijnsregelgeving van de Unie voor bier als gefermenteerde drank hetzelfde minimumtarief van 0 EUR gelden als voor wijn en andere gegiste dranken<sup>(15)</sup>.

3.8 Een evenwichtig nationaal accijnsbeleid en betere gebruikmaking van de bestaande samenwerkingsmechanismen van de belastingadministraties kunnen instrumenten zijn om belastingomzeilende handel en de daarmee gepaard gaande schade te voorkomen en er dus toe bijdragen dat het concurrentievermogen van de brouwerijen in met name grensgebieden overeind blijft.

3.9 Gegeven het belang van de afzet in de horeca<sup>(16)</sup> kan fiscaal beleid ook groeibevorderend werken voor dat afzetkanaal en de brouwerijen, en zulks met alle lokale werkgelegenheidsvoordelen van dien.

#### *Internationale handel*

3.10 Ondanks de ongunstige omstandigheden blijft de Europese bierindustrie veerkrachtig en concurrerend en de lokale brouwers behouden nog altijd hun positie op markten die buiten hun land of de Unie gelegen zijn. Het meeste Europese bier wordt nog altijd op de interne markt verkocht, maar de uitvoer naar derde landen is sinds 2000 geleidelijk gestegen en kent sinds 2007 een groei van 30 %. Het meest wordt uitgevoerd naar onder meer de VS, Canada, Angola, China, Zwitserland, Taiwan, Rusland en Australië<sup>(17)</sup>. Bovendien zijn de Europese brouwers grote investeerders op alle continenten en participeren zij in verschillende samenwerkingsinitiatieven met lokale brouwers en distributeurs.

3.11 Toch kunnen de mogelijkheden voor het Europees bier om zijn positie in derde landen te handhaven en uit te bouwen gevaar lopen door lokale regelingen die de Europese export en investeringen belemmeren. Wetgeving bevat namelijk eventueel niet alleen tarifaire maar ook andere belemmeringen zoals productdefinities (bijv. in Rusland) of fiscale administratieve procedures (bijv. in Albanië en Turkije). Hier is een belangrijke rol weggelegd voor de Commissie en de lidstaten om samen met de brouwerijsector het nodige te doen aan deze en andere problemen die van tijd tot tijd in derde landen de kop opsteken.

<sup>(10)</sup> COM(2012) 795 definitief.

<sup>(11)</sup> Ernst Young, *The Contribution made by Beer to the European Economy*, september 2011.

<sup>(12)</sup> Ernst Young, 2011.

<sup>(13)</sup> Commissie, *Accijnzentabellen*, 2013.

<sup>(14)</sup> Ernst Young, 2011.

<sup>(15)</sup> PB C 69 van 21.7.2006, blz. 10

<sup>(16)</sup> Ernst Young, *"The Hospitality Sector in Europe"*, september 2013.

<sup>(17)</sup> Europese Commissie, DG Handel

3.12 Krachtens een aantal handelsakkoorden heft de EU geen douanerechten op de invoer van bier, maar verscheidene derde landen handhaven die rechten om invoer van concurrerend Europees bier te ontmoedigen. De lopende onderhandelingen over vrijhandelsakkoorden betreffen ook deze kwesties en recente akkoorden (bijv. met Zuid Korea) bevatten een geleidelijke reductie van douanerechten, hetgeen zou moeten worden uitgebreid.

3.13 De mogelijkheden voor Europese biermerken in derde landen zijn ook toegenomen door promotie- evenementen als tentoonstellingen en beurzen en adviesfaciliteiten die de Commissie in derde landen organiseert. De brouwers doen tot op heden niet erg mee aan die activiteiten. Zij zijn zich niet erg bewust van de potentiële mogelijkheden die deze bieden en ook werd een en ander niet met veel publiciteit omgeven.

#### 4. Voor werkgelegenheid op alle niveaus zorgen

4.1 De sector omvat meer dan bier brouwen alleen. Het gaat ook om activiteiten die om te beginnen betrekking hebben op de agrarische grondstoffen, die aan de basis van het brouwproces liggen, en zich voorts uitstrekken tot de horeca en de detailhandel. Verder zijn de brouwerijen in de EU in totaal goed voor meer dan 128 800 directe arbeidsplaatsen. Ook zijn er 2 miljoen banen gemoeid met de productie en verkoop van bier, en dat is maar liefst goed voor ongeveer 1 % van alle banen in de Unie <sup>(18)</sup>.

4.2 De brouwsector vormt een afspiegeling van de doelstellingen voor een slimme, duurzame en inclusieve economie van de groeistrategie Europa 2020. Brouwers bestaan er in alle Europese landen en zorgen voor meer dan 2 miljoen banen dank zij het vele geld dat wordt besteed aan goederen en diensten en de hoge omzet in de horeca en de (groot)handelssector. Bier is goed voor 73 % van de banen in de horeca.

4.3 Ook die sector is fundamenteel voor banen en groei, en dat niet alleen voor de horecabedrijven zelf maar indirect ook voor grote delen van de Europese economie. Daarom zijn maatregelen om de ontwikkeling van die sector te stimuleren wettelijk voor de werkgelegenheid, met name voor jongeren en niet-opgeleiden en zonder toevlucht te zoeken in vage arbeidsbetrekkingen en lage lonen.

4.4 Die unieke variatie combineert historie, cultuur en moderniteit en biedt allerlei mogelijkheden voor banen in en rond de brouwerij. Er moet niet alleen voor meer banen in het productie- en handelssegment worden gezorgd, maar ook moeten de brouwers zelf in dit verband meer doen aan gastronomie en toerisme, en verder moet er EU- en nationale financiering voorhanden zijn.

4.5 Het brouwerijbedrijf heeft de impact van de globale economische situatie zeker gevoeld: vanwege de teruggelopen bierconsumptie daalde de werkgelegenheid tussen 2008 en 2010 met 9 %. Ondanks die terugloop waren er in Europa in 2010 meer brouwerijen (inclusief microbrouwerijen) dan in 2008 (3 638 tegen 3 071), en die trend zet zich door met alle positieve werkgelegenheidseffecten van dien. De daardoor geboden mogelijkheden mogen niet worden geschaad door restrictieve of schadelijke fiscale maatregelen, maar moeten juist worden vergroot via betere beroepsopleiding om voor kwalitatief hoogwaardigere banen in de sector te zorgen.

#### 5. Bijdrage tot duurzame milieudoelstellingen

5.1 De Europese bierindustrie moet voldoen aan verschillende langetermijndoelstellingen waartoe zij zich heeft verbonden in verband met energie-efficiëntie, vermindering van CO<sub>2</sub>-uitstoot en verbruiksefficiëntie. De investeringen van de laatste jaren beginnen hun vruchten af te werpen: minder gebruik van natuurlijke hulpbronnen, minder afval en permanent hergebruik van secundaire brouwstoffen.

5.2 De brouwers hebben zich milieuvriendelijk getoond door te investeren in vermindering van CO<sub>2</sub>-uitstoot, energieverbruik en afvalwater en verandering van verpakkingen. Ook heeft de sector richtsnoeren ontwikkeld in verband met de beste beschikbare technieken (BAT's). Daarin wordt de aandacht gevestigd op het belang van op duurzaamheid gericht management en verder kunnen deze dienen als referentie bij het verwezenlijken van milieudoelstellingen. In dit verband moeten levenscyclusbeoordelingen als een instrument voor zelfanalyse brede ingang gaan vinden, rekening houdend met de aan capaciteitsgebrek te wijten beperkingen van kleine familie brouwerijen.

5.3 Ondanks de verslechterde economische situatie bleef de brouwsector tussen 2008 en 2010 aan milieuvriendelijkheid werken met als resultaat dat er per hectoliter bier 4,5 % minder water en 3,8 % minder energie nodig was. Ook de CO<sub>2</sub>-emissies namen naar schatting met 7,1 % af <sup>(19)</sup>.

5.4 Waterkwaliteit en -verbruik zijn belangrijke factoren in het brouwproces. Daarom is goed waterbeheer door de leveranciers ervan en de brouwers noodzakelijk voor de duurzaamheid van de bierproductie. In dit verband moeten voorzorgsmaatregelen worden genomen om te garanderen dat schaliegasexploitatie de grondwatervoorraden van consumenten en industriële gebruikers niet verontreinigt. Het Comité stelt inzonderheid vast dat Duitse en Nederlandse brouwers de ontwikkelingen op dit gebied met grote bezorgdheid volgen.

<sup>(18)</sup> Ernst Young, 2011.

<sup>(19)</sup> CampdenBRI / KWA, The Environmental Performance of the European Brewing Sector, mei 2012.

5.5 Er zijn verschillende andere waardevolle producten (zog. secundaire producten) die tijdens het brouwen uit de grondstoffen vrijkomen. Deze zijn zeer gewild voor andere industriële processen of als materiaal voor specifieke eindproducten als geneesmiddelen, gezondheidsvoeding, hernieuwbare energiebronnen, diervoeding en landbouwproducten<sup>(20)</sup>, cosmetica of wellnessproducten. Deze producten voldoen aan hoge kwaliteitsnormen en de strenge voedselveiligheidsvoorschriften (mens en dier) en andere regels. Het belang en de waarde van deze producten hebben de brouwers ertoe aangezet om leveringscontracten voor de lange termijn te sluiten met handelaren en eindgebruikers.

## 6. Een verantwoordelijke actor in de samenleving

6.1 De brouwerijen en hun verenigingen in alle Europese landen hebben al jaren initiatieven genomen om de mensen bewust te maken van verantwoorde consumptie, de kennis van de consument te verhogen, te zorgen voor verantwoord adverteren en verantwoorde marketing, te werken aan preventie en de consument van onverantwoord gedrag af te houden. Verscheidene van de lokale initiatieven zijn genomen in partnerschap en werden door de nationale autoriteiten als een belangrijke maatschappelijke bijdrage erkend. Ook werden zij op Europees niveau overgenomen in het kader van het Europees Alcohol- en Gezondheidsforum<sup>(21)</sup>.

6.2 Overheden, brouwers, andere economische operatoren en groepen van het maatschappelijk middenveld zouden voortbouwend op deze activiteiten moeten samenwerken ten behoeve van het promoten van verantwoord bierdrinken, zodat het geen kwaad kan voor de gezondheid van een volwassene, en het ontmoedigen van alcoholmisbruik.

6.3 Gegeven het lokale karakter van bier zijn de Europese brouwers goed geworteld in de plaatselijke gemeenschap en ondersteunen zij allerlei activiteiten. De brouwsector geeft in de Unie jaarlijks meer dan 900 miljoen EUR uit om een brede waaier aan lokale en regionale maatschappelijke activiteiten te ondersteunen<sup>(22)</sup>.

6.4 De bedrijfstak en andere stakeholders spannen zich ten zeerste in om de uitvoering van initiatieven betreffende verantwoordelijke ondernemingen en instellingen te ondersteunen met het oog op het aanpakken van de gevolgen van schadelijk drinkgedrag. Die betrokkenheid moet worden erkend in evenwichtige regelgeving betreffende marketing en reclame van de brouwers<sup>(23)</sup>.

6.5 Gelet op de betekenis van bier voor cultuur, patrimonium en consumptie zou de EU moeten overwegen geld vrij te maken voor vakcursussen voor docenten uit alle onderwijsniveaus over de sociale, culturele en gezondheidsaspecten van gefermenteerde dranken.

## 7. Handhaving van een rol in onderzoek, onderwijs en innovatie

7.1 De rol van onderwijs en onderzoek is cruciaal om de inspanningen van de sector op peil te houden. Die inspanningen worden geleverd via universiteiten, brouwscholen, instellingen voor voedingstechnologie en andere netwerken. Fora voor de uitwisseling van kennis moeten verder worden georganiseerd om Europa te behouden als leidend centrum voor onderzoek door brouwers, hun partners, onderzoekers en geïnteresseerde individuen.

7.2 Onderzoekscapaciteit en -mogelijkheden moeten worden uitgebreid omdat brouwers een belangrijke rol spelen als industriële partner op verschillende gebieden die verband houden met voedings- en brouwtechnologie, gezondheidsaspecten of prestaties op milieugebied. Het bestaande potentieel zou nog verder kunnen worden ontvouwd door intensievere deelname aan de Europese Onderzoeksruiimte, Horizon 2020 en andere technologieplatforms<sup>(24)</sup>.

7.3 Steun voor de inspanningen van de brouwsector om "excellence" te promoten die overeenkomt met de hoogste wetenschappelijke normen voor de eigenschappen van bier en de uitwerking van die drank op gezondheid en gedrag kan ook bijdragen tot meer informatie en onderwijs op dit belangrijke terrein. Ten slotte zouden alle stakeholders moeten nadenken over meer deelname aan financierings- en samenwerkingsprogramma's van de Unie.

Brussel, 16 oktober 2013

*De voorzitter*  
*van het Europees Economisch en Sociaal Comité*  
Henri MALOSSE

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

<sup>(21)</sup> The Brewers of Europe, European beer pledge: 1<sup>e</sup> jaarverslag, april 2013.

<sup>(22)</sup> Sponsorship ideas, "Supporting local communities: Assessing the contribution of local brewers", May 2011.

<sup>(23)</sup> PB C 48 van 21.02.2002, blz. 130.

<sup>(24)</sup> PB C 327 van 12.11.2013, blz. 82.