

## Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora o spodbujanju potenciala rasti v evropskem pivovarstvu (mnenje na lastno pobudo)

(2014/C 67/06)

Poročevalec: **Ludvík JÍROVEC**

Soporočevalec: **Edwin CALLEJA**

Evropski ekonomsko-socialni odbor je 14. februarja 2013 sklenil, da v skladu s členom 29(2) poslovnika pripravi mnenje na lastno pobudo o naslednji temi:

*Spodbujanje potenciala rasti evropskega pivovarstva.*

Posvetovalna komisija za spremembe v industriji, zadolžena za pripravo dela Odbora na tem področju, je mnenje sprejela 26. septembra 2013.

Evropski ekonomsko-socialni odbor je mnenje sprejel na 493. plenarnem zasedanju 16. in 17. oktobra (seja z dne 16. oktobra ...) s 47 glasovi za, 1 glasom proti in 2 vzdržanima glasovoma.

### 1. Sklepi in priporočila

1.1 Pivo je pijača, ki jo ljudje v različnih skupnostih v Evropi uživajo že več tisoč let. Pivska kultura, za katero so značilne različne vrste piva in potrošniške navade, se v Evropi zelo razlikuje, hkrati pa ima pivo pomembno vlogo v vseh državah članicah Evropske unije, saj je sestavni del kulture, dediščine in prehrane. Evropski ekonomsko-socialni odbor (EESO) poudarja, da se pivovarstvo nenehno razvija, prilagaja in vztraja tudi v sedanjih težkih razmerah. Ugotavlja tudi, da pivovarski sektor prispeva k ciljem strategije Evropa 2020 na različnih prednostnih področjih, kot so zaposlovanje, trajnostni razvoj, inovacije, izobraževanje in socialna vključenost.

1.2 EESO želi pozornost Evropske komisije, Evropskega parlamenta, Sveta in držav članic usmeriti v ključne ukrepe, s katerimi bi bilo treba podpreti evropsko pivovarstvo, da se čim bolj izkoristi njegov potencial rasti. Konkretnije EESO želi, da nosilci odločanja:

- dosežejo napredek pri vzpostavljanju uravnoteženega zakonodajnega okolja, ki bo evropskim pivovarjem vseh velikosti omogočilo, da proizvajajo in tržijo pivo v Evropi in drugod po svetu,
- razvrstijo pivo kot prednostno področje, ki zahteva pozitivno vzajemno obravnavo v prostotrgovinskih sporazumih s trgovinskimi partnerji EU,
- spodbujajo in namenijo več publicitete za krepitev sodelovanja pivovarskih družb in združenj v programih, povezanih z družbeno odgovornostjo, zdravjem in izobraževanjem, ki se izvajajo na nacionalni ravni in na ravni EU,
- v večji meri upoštevajo pomen inovacij ter razvoja industrijske in kmetijske politike za pivovarsko industrijo.

1.3 EESO prav tako spodbuja ukrepanje na ravni držav članic ter na regionalni in lokalni ravni za:

- nadaljevanje razvoja partnerstev s pivovarsko industrijo in nevladnimi organizacijami, s ciljem spodbujati odgovorno potrošnjo in zmanjšati posledice uživanja alkohola, med drugim tudi s sodelovanjem za spodbujanje odgovornosti pri oglaševanju in prodaji ter preprečevanjem neodgovornih ravnanj na teh dveh področjih,
- podporo pobud pivovarskega sektorja za okoljsko trajnost v celotni verigi dobave in dostave na evropski in lokalni ravni,
- uporabo dinamike v pivovarstvu, ki bo ustvarjala delovna mesta z odpravljanjem ovir nadaljnji rasti, in sicer tako da države članice zagotovijo predvidljivo in stabilno davčno okolje za pivovarstvo in njegovo dobavno verigo ter v duhu dokončanja enotnega trga začnejo odpravljati tržna izkrivljanja, ki jih povzročajo različne davčne stopnje,
- nadaljnje raziskave in razvoj sodelovanja z lokalnimi oblastmi na različnih področjih projektov za vključevanje skupnosti in z ustvarjanjem možnosti za pivski turizem.

1.4 Po mnenju Evropskega ekonomsko-socialnega odbora bi morale pivovarske družbe:

- aktivneje in odgovorneje sodelovati v različnih dejavnostih za promocijo živil, ki spodbujajo zdrav način prehranjevanja v EU in v tretjih državah in ki jih podpirajo gospodarske zbornice, regionalne oblasti, države članice in Evropska komisija,

- ohranjati prizadevanja, da s spodbujanjem vajeniških programov in programov poklicnega usposabljanja pivovarstvo naredijo privlačnejše za mlade generacije kot delodajalca, ki zagotavlja stabilno in ustrezno plačano zaposlitev,
- še naprej izboljševati svoje sodelovanje z raziskovalnimi in izobraževalnimi zavodi, in sicer z večjo udeležbo v inovacijskih in raziskovalno-razvojnih programih EU s svojimi partnerji kakor tudi v programih izobraževanja in usposabljanja,
- okrepiti svojo udeležbo v različnih dejavnostih, ki se razvijajo s pomočjo regionalnih in strukturnih sredstev ter sredstev, namenjenih posebej za MSP,
- razvijati srednje- in dolgoročno obstoječe sodelovanje z lokalnimi pridelovalci hmelja, žita in drugih proizvodov, ki so nujni za proizvodnjo piva,
- spodbujati čim širšo uporabo ocene življenjskega cikla v pivovarstvu kot orodja za samoanalizo, hkrati pa upoštevati omejitve malih družinskih pivovarjev zaradi premajhnih zmogljivosti.

## 2. Evropsko pivovarstvo

2.1 Evropska unija kot celota se uvršča med regije, ki proizvajajo največ piva v svetu. Leta 2011 je obseg proizvodnje znašal 380 milijonov hektolitrov<sup>(1)</sup>, pridelanih v 4 000 pivovarnah po vsej Evropi. Te svoje proizvode izvažajo po vsem svetu. EU je po obsegu proizvodnje v samem svetovnem vrhu, saj prispeva več kot četrtino celotne svetovne proizvodnje, s čimer se uvršča za Kitajsko, vendar še vedno pred ZDA, Rusijo, Brazilijo in Mehiko<sup>(2)</sup>.

2.2 Struktura evropske pivovarske industrije je zelo raznolika. Sestavljena je v glavnem iz malih in srednje velikih podjetij, vključno z mikropivovarnami, pivovarnami, ki delujejo na lokalni, regionalni in nacionalni ravni, vključuje pa tudi štiri velike pivovarje<sup>(3)</sup> s sedežem v Evropi, ki se uvrščajo v sam vrh svetovnega pivovarstva. Porast števila novih manjših pivovarn in mikropivovarn je pomemben dokaz, da ima sektor inovacijski potencial in prispeva k cilju trajnostnega razvoja.

2.3 V dobavni verigi, povezani s pivovarskim sektorjem, je mogoče najti tako lokalne akterje kot najpomembnejša svetovna podjetja na področju pivskih sladov, proizvodnje opreme in izvajalcev tehničnih storitev. Poleg tega evropske pivovarske ustanove razširjajo svoje znanje po vsem svetu. Dogodki, kot so kongres Evropske pivovarske konvencije ali posamezne pivovarske konference, pritegnejo obiskovalce z vsega sveta.

<sup>(1)</sup> Statistični podatki: *The Brewers of Europe*, izdaja iz leta 2012, oktober 2012.

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

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

2.4 Pivo je med najpomembnejšimi predelanimi kmetijskimi proizvodi, katerega izvoz znaša več kot dve milijardi EUR<sup>(4)</sup>. Zajeto je tudi v politiki kakovosti kmetijskih proizvodov EU<sup>(5)</sup> v okviru sistemov ZOP/ZGO<sup>(6)</sup>, ki zagotavljata prodajo več kot 2,3 milijarde EUR prek 23 geografskih označb<sup>(7)</sup>. Kljub temu je geografska raznolikost piv znotraj teh sistemov omejena, saj vsa ta piva prihajajo iz manj kot ene tretjine držav članic EU.

2.5 Ključne sestavine piva so naravnega izvora in zajemajo vodo, žitarice, hmelj in kvas. Voda je najpomembnejša surovina, ki se uporablja v pivovarstvu, saj v povprečju tvori 92 % piva. Zato je varstvo podzemne vode bistvenega pomena. Zaradi potrebe po žitaricah (kot so ječmen, pšenica in druge), ki so ključen vir škroba za pivo, je odnos s kmetijsko skupnostjo izjemno pomemben za pivovarje in sladarje.

2.6 Evropska unija je v svetovnem vrhu tudi v proizvodnji hmelja, ki se proizvaja v štirinajstih državah članicah EU<sup>(8)</sup> na ozemlju, ki obsega okrog tretjino svetovne površine, na kateri se prideluje hmelj<sup>(9)</sup>, pri čemer je pivovarstvo glavna stranka evropskih hmeljarjev. O konkurenci med proizvajalci hmelja in različni obravnavi v kmetijskih politikah v posameznih državah članicah EU bi morali vnovič razpravljati, če želimo preprečiti tržna izkrivljanja, ki bi lahko dolgoročno imela škodljive posledice za pivovarje.

2.7 Odvisnost pivovarjev od kmetijskega sektorja in njegovih surovin pomeni, da se je moralo pivovarstvo v zadnjih letih zaradi spremenljive kakovosti žetev in nestanovitnosti cen soočiti z višjimi cenami kmetijskih surovin, potrebnih za proizvodnjo piva. Njihov odnos bi moral po potrebi in po možnostih temeljiti na trajnostnem in dolgoročnem razmerju med dobavitelji surovin in pivovarji.

2.8 Skupna prodaja piva v letu 2010 je znašala 106 milijard EUR, vključno z DDV, kar predstavlja 0,42 % BDP EU. Po ocenah se več kot 63 % evropske proizvodnje piva kupi v supermarketih in drugih maloprodajnih trgovinah ("domača potrošnja"). Preostalih 37 % je prodanih v gostinskem sektorju (npr. barih, točilnicah, restavracijah; "gostinska ponudba").

## 3. Obvladovanje gospodarskih izzivov 21. stoletja

### Trg in strukturni trendi

3.1 V zadnjih 15 letih je evropski trg piva doživel različne spremembe na področju tehničnega razvoja, vlaganj, združitvev podjetij, ustanavljanja novih podjetij in potrošniških vedenjskih vzorcev. Močan upad potrošnje, ki traja že od leta 2007, ima neposredne učinke na pivovarske dejavnosti. Po letih rasti v Evropski uniji se je proizvodnja piva močno zmanjšala, s 420 milijonov hektolitrov na 377 milijonov hektolitrov v letu 2011.

<sup>(4)</sup> Evropska komisija, GD za podjetništvo in industrijo.

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

<sup>(6)</sup> ZOP (zaščitena označba porekla), ZGO (zaščitena geografska označba).

<sup>(7)</sup> Evropska komisija, GD za kmetijstvo in razvoj podeželja.

<sup>(8)</sup> Evropska komisija, GD za kmetijstvo in razvoj podeželja, december 2009; Pavlovic M., februar 2012.

<sup>(9)</sup> Evropska komisija, GD za kmetijstvo in razvoj podeželja.

V prihodnjih letih je vendarle pričakovati oživitev in potencial za rast, če bodo gospodarske in zakonodajne razmere postale ugodnejše.

3.2 Gospodarska kriza in padec potrošnje sta privedla do prestrukturiranja evropskega pivovarskega sektorja, ki so ga povzročili konsolidacija dejavnosti v Evropi in vlaganja večjih mednarodnih in nacionalnih družb zunaj EU. Hkrati se je v vseh državah povečalo število manjših pivovarn, s čimer se je povečala raznolikost ponudbe za potrošnika in potrdila podjetniška miselnost pivovarjev skladno z Akcijskim načrtom za podjetništvo 2020<sup>(10)</sup>. To je ugoden razvoj dogodkov tudi z vidika trajnosti, saj ima običajno pozitiven učinek na regionalni turizem in je pogosto povezano z manjšim krogom proizvodnje in potrošnje, kar je koristno za okolje.

3.3 Zaradi gospodarskih razmer se namesto v barih ali restavracijah več piva užije doma, kar pomeni, da se število delovnih mest zmanjšuje, dodana vrednost pada, v državno blagajno pa se steka manj prihodkov iz potrošnje piva v EU<sup>(11)</sup>. Na ta trend so vplivali tudi večji pritiski na cene v maloprodajnem sektorju.

3.4 Naraščajoče število pivovarjev in proizvodne inovacije so privedli tudi do nastanka novih proizvodov, kar je prineslo koristi potrošnikom, družbi in okolju. Pojavile so se priložnosti za pivovarje vseh velikosti zaradi diverzifikacije na področje piv z nizko vsebnostjo alkohola in brezalkoholnih piv, kar je privedlo do večje prodaje, medtem ko razpoložljivost organskih piv vztrajno narašča.

#### Davčni vidiki

3.5 Pivovarstvo prinaša nacionalnim vladam znatne koristi v fiskalnem smislu. Na račun proizvodnje in prodaje piva imajo vlade znatne dohodke od trošarin, DDV, davkov, povezanih z dohodnino, in prispevkov za socialno varnost, ki jih delavci in njihovi delodajalci plačujejo tako znotraj pivovarskega sektorja kot tudi v drugih povezanih sektorjih, kjer delovna mesta posredno izhajajo iz pivovarske dejavnosti. Leta 2010 so ti dohodki znašali približno 50,6 milijarde EUR<sup>(12)</sup>.

3.6 Odpornost pivovarstva na sedanje gospodarske težave se sooča z izzivi, kot je čedalje velja davčna obremenitev, predvsem v obliki trošarin, pa tudi v obliki stopnje DDV, zlasti v gostinskem sektorju. Te okrepljene obremenitve so dodatno poslabšale neugodne gospodarske razmere v pivovarnah v nekaterih državah, kot so Madžarska, Finska, Francija, Nizozemska in Združeno kraljestvo<sup>(13)</sup>. Skupna dodana vrednost, ki jo ustvarita proizvodnja in prodaja piva v EU, je v obdobju 2008-2010

padla za 10 %<sup>(14)</sup>, skupni znesek davkov, pobranih iz pivovarskega sektorja EU, pa se je zmanjšal za 3,4 milijarde EUR.

3.7 V okviru sistema trošarin na ravni EU in na nacionalni ravni bi bilo treba priznati edinstvene lastnosti piva, vključno z razmeroma nizko vsebnostjo alkohola, postopkom varjenja in lokalnim prispevkom pivovarstva k družbi, ustvarjanju delovnih mest in širšemu gospodarstvu. V ta namen bi bilo treba za pivo kot fermentirano pijačo zagotoviti enake konkurenčne pogoje, kar pomeni, da bi bilo treba v trošarinski zakonodaji EU tudi za pivo določiti ničelno stopnjo, ki se že uporablja za vino in druge fermentirane pijače<sup>(15)</sup>.

3.8 Uravnotežena trošarinska politika na nacionalni ravni in boljše uporaba obstoječih mehanizmov sodelovanja znotraj fiskalne uprave bi lahko postali instrument za preprečevanje davčno motivirane trgovine in z njo povezanih škodljivih praks, kar bi pomagalo ohraniti konkurenčnost pivovarskega sektorja, zlasti na obmejnih območjih.

3.9 Zaradi pomena, ki ga ima gostinski sektor za prodajo piva<sup>(16)</sup>, bi lahko davčno politiko uporabili kot ukrep za izboljšanje rasti v gostinskem in pivovarskem sektorju, kar bi pozitivno vplivalo na zaposlovanje na lokalni ravni.

#### Mednarodna trgovina

3.10 Navkljub neugodnim razmeram evropsko pivovarstvo še naprej izkazuje odpornost in konkurenčnost. Lokalni pivovarji še vedno ohranjajo svoj položaj na trgih onkraj nacionalnih in evropskih meja. Čeprav se večina proizvedenega piva prodaja znotraj enotnega trga EU, izvoz v različne dele sveta vztrajno raste že od leta 2000, od leta 2007 je stopnja rasti 30-odstotna. Največji izvozni trgi so ZDA, Kanada, Angola, Kitajska, Švica, Tajvan, Rusija in Avstralija<sup>(17)</sup>. Poleg tega so evropski pivovarji pomembni vlagatelji na vseh celinah in udeleženi v različnih pobudah za sodelovanje z lokalnimi pivovarji in distributerji.

3.11 Potencial evropskega pivovarstva, da ohranja in širi svojo prisotnost v tretjih državah, pa bi lahko ogrozili lokalni predpisi v obliki trgovinske ovire, ki zavira izvoz piva in vlaganja. Poleg tarif so te ovire lahko v obliki ukrepov, povezanih z zakonodajo, kot so opredelitve proizvodov (npr. Rusija), ali v obliki fiskalnih upravnih postopkov (npr. Albanija, Turčija). Pri odpravljanju teh in drugih težav, ki od časa do časa nastanejo na tujih trgih, imajo Evropska komisija in države članice v sodelovanju s pivovarskim sektorjem ključno vlogo.

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

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

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

<sup>(13)</sup> Evropska komisija, *Excise duty tables*, 2013.

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

<sup>(15)</sup> UL C 69, 21.7.2006, str. 10.

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

<sup>(17)</sup> Evropska komisija, GD za trgovino.

3.12 Medtem ko Evropska unija uporablja ničelno carinsko stopnjo za uvoz piva v okviru ustreznih trgovinskih sporazumov, več držav ohranja carine kot sredstvo za odvratanje uvoza konkurenčnih proizvodov iz držav članic EU. Aktualna pogajanja o prostotrgovinskih sporazumih zajemajo tudi ta vidik, pri čemer najnovejši sporazumi (npr. EU-Južna Koreja) predvidevajo postopno zmanjševanje carin, kar je podlaga, na kateri je treba dalje graditi.

3.13 Prihodnje obete evropskih blagovnih znamk piva na tujih trgih dodatno izboljšujejo promocijski dogodki, kot so razstave in sejmi, ter različna posvetovanja, ki jih v tretjih državah izvaja Evropska komisija. Doslejšnja udeležba pivovarjev v teh dejavnostih na kraju samem je bila precej nizka zaradi nezadostne ozaveščenosti o potencialnih koristih in premajhne publiciteti.

#### 4. Zagotavljanje zaposlovanja na vseh ravneh

4.1 Pivovarski sektor je precej več kot samo proizvodnja piva. Zajema namreč več dejavnosti, od dejavnosti, povezanih s kmetijskimi surovinami, ki so osrednjega pomena za varjenje piva, do gostinsko-hotelirske in maloprodajne dejavnosti. Pivovarne v Evropski uniji prispevajo več kot 128 800 neposrednih delovnih mest. Poleg tega je na takšen ali drugačen način s proizvodnjo in prodajo piva povezanih še dva milijona delovnih mest, kar predstavlja 1 % vseh delovnih mest v EU <sup>(18)</sup>.

4.2 Cilji EU, ki se nanašajo na pametno, trajnostno in vključujoče gospodarstvo iz strategije za rast Evropa 2020, so razvidni tudi iz značilnosti pivovarskega sektorja. Pivovarji so prisotni v vseh evropskih državah in prispevajo k več kot 2 milijonoma delovnih mest zaradi visoke porabe za proizvodvo in storitve ter znatnih prihodkov od prodaje v gostinskem in maloprodajnem sektorju. Več kot 73 % delovnih mest, ki jih ustvari pivovarstvo, je v gostinsko-hotelirski panogi.

4.3 Ker je gostinski sektor temeljnega pomena za zagotavljanje delovnih mest in rasti, ne samo neposredno znotraj povezanih podjetij, temveč tudi posredno v velikih delih gospodarstva, so ukrepi za njegov razvoj bistveni za zaposlovanje, kar velja zlasti za mlade in nekvalificirane delavce, pri čemer se ne sme uporabljati negotovih oblik zaposlitve in prakse nizkih plač.

4.4 Ta svojevrstna raznolikost povezuje dediščino, kulturo in sodobnost ter ponuja različne možnosti za izkoriščanje delovnih spretnosti v pivovarnah in okrog njih. Poleg delovnih mest, ki jih zagotavlja v verigi dobave in dostave, bi bilo treba nadalje razvijati potencial za gastronomske izkušnje in turizem, da bi zvišali zaposlenost v okviru lastnih dejavnosti pivovarjev ter evropskih in nacionalnih programov financiranja.

4.5 Pivovarstvo čuti učinke svetovnih gospodarskih razmer, saj je zmanjšanje potrošnje piva povzročilo upad neposrednega zaposlovanja za 9 % med letoma 2008 in 2010. Kljub zmanjšanju potrošnje zaradi neugodnih gospodarskih razmer v Evropi, je bilo število pivovarn (vključno z mikropivovarnami) v Evropi leta 2010 (3 638 pivovarn) višje kot leta 2008 (3 071 pivovarn), in tudi nenehno raste ter tako odpira dodaten zaposlitveni potencial. Ta potencial ne bi smeli ogrožati ukrepi, ki bi omejevali prodajo, ali škodljivi davčni ukrepi, temveč bi ga bilo treba nadalje krepiti s poklicnim izobraževanjem in usposabljanjem ter zagotavljanjem celo višjih stopenj izobraževanja za ustvarjanje visokokakovostnih delovnih mest v tem sektorju.

#### 5. Prispevanje k ciljem okoljske trajnosti

5.1 Evropsko pivovarstvo se mora izpolniti različne cilje, povezane z energetske učinkovitostjo, zmanjšanjem emisij CO<sub>2</sub> in uporabo virov v okviru svojega delovanja na področju trajnostnega razvoja. Vlaganja, ki so bila opravljena v zadnjih letih, spodbujajo manjšo uporabo naravnih virov in zmanjšano proizvodnjo odpadkov ter dosledno ponovno uporabo sekundarnih materialov iz postopka varjenja piva.

5.2 Pivovarji so pokazali svojo odgovornost do okolja s sprejetjem ukrepov in vlaganji, ki so privedli do zmanjšane porabe energije in manjše količine emisij CO<sub>2</sub>, manjše proizvodnje odpadne vode in sprememb v embalaži. Pivovarstvo je tudi pripravilo smernice za najboljšo razpoložljivo tehnologijo (*Best Available Techniques*, BAT), ki poudarjajo vlogo trajnostnega upravljanja in lahko služijo kot referenčni okvir za zaveze, sprejete v zvezi z okoljskimi cilji. Uporabo ocene življenjskega cikla v pivovarstvu kot orodja za samoanalizo bi bilo treba spodbujati, da zajame čim večji spekter pivovarjev, hkrati pa je treba v zvezi s tem upoštevati omejitve malih družinskih pivovarjev zaradi premajhnih zmogljivosti.

5.3 Med letoma 2008 in 2010 je pivovarski sektor kljub čedalje slabšim poslovnim razmeram in rezultatom nadaljeval svoja prizadevanja za zmanjšanje porabe vode za 4,5 %, porabe energije pa za 3,8 % na hektoliter proizvedenega piva. Po ocenah so se tudi emisije CO<sub>2</sub> zmanjšale za 7,1 % <sup>(19)</sup>.

5.4 Kakovost vode in njena uporaba sta pomembna dejavnika v procesu varjenja piva. Zato morajo dobavitelji vode in pivovarji za trajnost proizvodnje piva nujno zagotoviti ustrezno upravljanje vode. V zvezi s tem je treba sprejeti ustrezne preventivne ukrepe, ki bodo zagotovili, da pridobivanje plina iz skrilavca ne ogroža oskrbe potrošnikov (vključno z industrijskimi uporabniki) s podtalnico. V primeru pivovarstva EESO ugotavlja, da nizozemski in nemški pivovarji že spremljajo razvoj dogodkov na tem področju z veliko zaskrbljenostjo.

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

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

5.5 Iz pivskih surovin kot rezultat postopka varjenja piva nastane tudi več drugih koristnih proizvodov (imenovanih stranski proizvodi). Ti proizvodi so zelo cenjeni kot surovine za druge industrijske procese ali kot materiali za posebne končne uporabe, npr. za farmacevtske proizvode, živila za zdravo prehrano, obnovljive vire energije, industrijske rabe, živalske krme in kmetijske proizvode<sup>(20)</sup>, kozmetične ali zdraviliščne proizvode. Ti materiali izpolnjujejo natančno določene standarde kakovosti in so skladni s strogo zakonodajo na področju varnosti živil/živalske krme in drugo zakonodajo. Pomen in uporabnost teh stranskih materialov je pivovarje spodbudila k sklenitvi zdaj že uveljavljenih dobavnih sporazumov s trgovci in končnimi uporabniki.

## 6. Odgovorni akterji v skupnosti

6.1 Skozi leta so pivovarniške družbe in združenja v vseh evropskih državah sprejemali pobude, usmerjene v ozaveščanje o odgovorni potrošnji, izboljšanje ozaveščenosti potrošnikov, zagotavljanje odgovornega oglaševanja in trženja, posredovanja preventivnih sporočil in odvratanja potrošnikov od neodgovornega vedenja. Kar nekaj teh lokalnih pobud je bilo izvedenih v okviru partnerstev, ki so jih nacionalne vlade priznale kot pomemben prispevek k družbi, in ki so bila prenesena na evropsko raven v okviru Evropskega foruma za alkohol in zdravje<sup>(21)</sup>.

6.2 Na podlagi teh dejavnosti bi morali vlade, pivovarji, drugi gospodarski subjekti in skupine civilne družbe sodelovati v kampanjah za spodbujanje odgovornega uživanja piva, ki je lahko povsem združljivo z zdravim življenjskim slogom človeka, in za odvratanje od zlorabe alkohola.

6.3 Zaradi lokalnega značaja piva so evropski pivovarji zelo dobro umeščeni v svoje lokalne skupnosti in podpirajo vrsto lokalnih dejavnosti. Pivovarski sektor porabi v Evropski uniji več kot 900 milijonov EUR za podporo lokalnim skupnostim<sup>(22)</sup>, in sicer v obliki vrste različnih dejavnosti, ki prejemajo podporo na lokalni in regionalni ravni.

6.4 Pivovarska industrija in širši deležniki v njej so se trdno zavezali, da bodo podpirali izvajanje pobud družbene odgovornosti podjetij in institucij pri odpravljanju negativnih učinkov škodljivega uživanja alkohola. To angažiranost bi bilo treba priznati v uravnoteženem okviru na področju trženja in komercialnih sporočil, ki jih izvajajo pivovarji<sup>(23)</sup>.

6.5 Glede na pomen, ki ga ima pivo za kulturo, tradicijo in potrošnjo, bi bilo treba razmisliti o pobudi EU, da se namenijo finančna sredstva za organizacijo strokovnega usposabljanja učiteljev in vzgojiteljev na vseh šolah, na katerem bi obravnavali zdravstveni, družbeni in kulturni vidik uživanja fermentiranih pijač.

## 7. Ohranitev položaja/vloge pri raziskavah, izobraževanju in inovacijah

7.1 Vloga izobraževanja in raziskav je ključnega pomena za ohranitev angažiranosti tega sektorja tudi v prihodnosti. Te dejavnosti potekajo na univerzah, v pivovarskih šolah, v zavodih za živilsko tehnologijo in prek drugih mrež. Organizacija forumov za izmenjavo znanja bi se morala nadaljevati, da Evropa ohrani svoj položaj vodilnega središča raziskav, ki jih izvajajo pivovarji, njihovi partnerji, raziskovalci in zainteresirani posamezniki.

7.2 Spodbujati je treba raziskovalno zmogljivost in potencial, saj imajo pivovarji kot industrijski partnerji pomembno vlogo na vrsti področij, povezanih z živilsko in pivovarsko tehnologijo, zdravstvenimi vidiki ali okoljsko uspešnostjo. Obstoječi potencial bi dodatno okrepiło sodelovanje v evropskem raziskovalnem prostoru, pobudi Obzorje 2020 in drugih tehnoloških platformah<sup>(24)</sup>.

7.3 K izboljšanju obveščenosti in izobraženosti na tem pomembnem področju lahko prispeva tudi podpora prizadevanjem pivovarstva, da spodbuja odličnost skladno z najvišjimi znanstvenimi standardi v zvezi z značilnostmi piva in njegovimi učinki na zdravje in vedenje. Vse aktivne strani bi lahko razmislile o okrepitvi udeležbe v programih financiranja in sodelovanja, ki jih ponuja EU.

V Bruslju, 16. oktobra 2013

Predsednik  
Evropskega ekonomsko-socialnega odbora  
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: 1st year report, april 2013.

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

<sup>(23)</sup> UL C 48, 21.2.2002, str. 130.

<sup>(24)</sup> UL C 327, 12.11.2013, str. 82.