

Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie wspierania potencjału wzrostu europejskiej branży piwowarskiej (opinia z inicjatywy własnej)

(2014/C 67/06)

Sprawozdawca: **Ludvík JÍROVEC**

Współsprawozdawca: **Edwin CALLEJA**

Dnia 14 lutego 2013 r. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny postanowił, zgodnie z art. 29 ust. 2 regulaminu wewnętrznego, sporządzić opinię z inicjatywy własnej w sprawie

wspierania potencjału wzrostu europejskiej branży piwowarskiej.

Komisja Konsultacyjna ds. Przemian w Przemysle, której powierzono przygotowanie prac Komitetu w tej sprawie, przyjęła swoją opinię 26 września 2013 r.

Na 493. sesji plenarnej w dniach 16–17 października 2013 r. (posiedzenie z 16 października) Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny stosunkiem głosów 47 do 1 – 2 osoby wstrzymały się od głosu – przyjął następującą opinię:

1. Wnioski i zalecenia

1.1 Piwo to napój spożywany w społecznościach całej Europy od kilku tysięcy lat. Wprawdzie kultura piwna jest w Europie bardzo zróżnicowana – różne są rodzaje piwa i zwyczaje konsumpcyjne – jednak piwo odgrywa ważną rolę w każdym kraju Unii Europejskiej i stanowi nieodłączny element kultury, dziedzictwa i konsumpcji. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny podkreśla stały rozwój sektora piwowarskiego oraz jego zdolność dostosowawczą i odporność, nawet w obecnych trudnych okolicznościach. Zauważa, że działalność tego sektora jest zgodna z celami strategii „Europa 2020” w poszczególnych priorytetowych obszarach: zatrudnienia, zrównoważoności, innowacji, edukacji i włączenia społecznego.

1.2 Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny zwraca uwagę Komisji Europejskiej, Parlamentu Europejskiego, Rady i państw członkowskich na następujące kluczowe polityki, które powinny się zdecydowanie rozważyć, aby europejski sektor piwowarski mógł w pełni wykorzystać swój potencjał wzrostu. W szczególności EKES pragnie, by decydenci zadbali o następujące kwestie:

- osiągnięcie postępu w tworzeniu wyważonego otoczenia regulacyjnego, które umożliwi europejskim browarom każdej wielkości produkowanie i sprzedaż piwa w Europie i poza jej granicami;
- uwzględnienie piwa jako dziedziny priorytetowej, wymagającej wzajemnego pozytywnego traktowania, w umowach o wolnym handlu omawianych z innymi partnerami handlowymi UE;
- zachęcanie i większe nagłaśnianie konieczne dla zwiększenia uczestnictwa przedsiębiorstw i organizacji piwowarskich w programach na rzecz odpowiedzialności społecznej, zdrowia i edukacji wdrażanych na szczeblu UE i na szczeblu krajowym;

— uwzględnienie w większym stopniu skutków rozwoju polityki innowacji, polityki przemysłowej i rolnej dla branży piwowarskiej.

1.3 Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny zachęca również do podejmowania działań na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym, aby:

- dalej rozwijać partnerstwa z branżą piwowarską i organizacjami pozarządowymi mające na celu promowanie odpowiedzialnego spożycia i ograniczanie szkodliwych skutków picia alkoholu, włączając w to współpracę w propagowaniu odpowiedzialności za lekkomyślną reklamę i sprzedaż oraz unikaniu takich działań;
- wspierać inicjatywy sektora piwowarskiego na rzecz zrównoważenia środowiskowego w całym łańcuchu zaopatrzenia i dostaw na szczeblu europejskim i lokalnym;
- wykorzystać dynamikę w sektorze piwowarskim do tworzenia miejsc pracy, usuwając przeszkody dla dalszego wzrostu poprzez stworzenie na szczeblu państw członkowskich przewidywalnego i ustabilizowanego otoczenia fiskalnego dla tego sektora i jego łańcucha dostaw oraz rozwiązując kwestię zakłóceń rynku wywołanych fluktuacją stawek podatkowych; poprawa w tym względzie byłaby zgodna z duchem dalszej realizacji jednolitego rynku.
- dalej rozważać i rozwijać współpracę z władzami lokalnymi w związku z różnymi aspektami projektów zaangażowania społeczności oraz z możliwościami turystyki piwnej.

1.4 Zdaniem Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego przedsiębiorstwa piwowarskie powinny:

- bardziej aktywnie i odpowiedzialnie brać udział w różnych działaniach promujących produkty spożywcze kształtujące zdrowe nawyki żywieniowe w UE i krajach trzecich wspieranych przez izby handlowe, władze regionalne, państwa członkowskie i Komisję Europejską;

- kontynuować starania, by czynić branżę piwowarską atrakcyjną dla młodszych pokoleń pod względem potencjalnego stabilnego i właściwie opłacanego zatrudnienia, poprzez wspieranie programów praktyk zawodowych i szkolenia zawodowego;
- dalej wzmacniać współpracę z instytucjami badawczymi i edukacyjnymi, a w tym celu w większym stopniu uczestniczyć wraz ze swymi partnerami w unijnych programach badań naukowych, rozwoju i innowacji, a także w programach edukacyjnych i szkoleniowych;
- zwiększyć uczestnictwo w różnego rodzaju działaniach realizowanych w ramach funduszy regionalnych, strukturalnych i przeznaczonych dla MŚP.
- rozwijać istniejącą średnio- i długoterminową współpracę z lokalnymi producentami chmielu, zbóż i innych produktów niezbędnych w produkcji piwa;
- zachęcać do jak najszerszego stosowania oceny cyklu życia w browarnictwie jako narzędzia samoanalizy, z jednoczesnym uwzględnieniem ograniczeń, jakie z powodu niewystarczającego potencjału występują w małych browarach rodzinnych.

2. Europejski sektor piwowarski

2.1 Unia Europejska jest jednym z najważniejszych regionów produkcji piwa na świecie. W 2011 r. w ok. 4 tys. browarów rozsiadanych po całej Europie warzono ponad 380 mln hektolitrow piwa⁽¹⁾. Ich produkty sprzedawano na całym świecie. Pod względem wielkości produkcji Unia Europejska, która dostarcza jedną czwartą produkcji światowej, jest jednym z największych graczy na rynku: dopiero niedawno wyprzedziły ją Chiny, lecz wciąż plasuje się przed Stanami Zjednoczonymi, Rosją, Brazylią i Meksykiem⁽²⁾.

2.2 Europejski przemysł piwowarski to sektor o bardzo zróżnicowanej strukturze. Składa się głównie z małych i średnich przedsiębiorstw i obejmuje zakłady o różnej wielkości: mikrobrowary, browary działające na skalę lokalną, regionalną albo krajową, a także cztery największe browary mające siedzibę w Europie⁽³⁾, które należą do światowej czołówki w tej branży. Zwiększenie liczby nowych małych browarów i mikrobrowarów w ostatnim dziesięcioleciu jest wyraźną oznaką potencjału innowacyjnego tego sektora oraz atutem w realizacji celu, którym jest zrównoważony rozwój.

2.3 Łańcuch dostaw powiązany z przemysłem browarniczym obejmuje operatorów lokalnych, ale także światowych liderów wśród słodowni, producentów wyposażenia oraz dostawców usług technicznych. Europejskie instytuty browarnictwa rozpowszechniają swą wiedzę na całym świecie. Wydarzenia takie jak kongres Europejskiej Konwencji Piwa czy indywidualne konferencje piwowarskie przyciągają gości z całego świata.

2.4 Piwo należy do najważniejszych przetworzonych produktów rolnych. Wartość eksportu piwa wynosi 2 mld EUR⁽⁴⁾. Jest ono także objęte unijną polityką jakości produktów

rolnych⁽⁵⁾ w ramach systemów ChNP i ChOG⁽⁶⁾. Wartość sprzedaży pochodzącej z 23 oznaczeń geograficznych wynosi ponad 2,3 mld EUR⁽⁷⁾. Zróżnicowanie geograficzne piw w ramach tych systemów jest jednak ograniczone, ponieważ pochodzą one z mniej niż 1/3 krajów UE.

2.5 Główne składniki piwa są pochodzenia naturalnego. Należą do nich woda, zboże, chmiel i drożdże. Woda to najważniejszy surowiec stosowany w sektorze browarniczym. Stanowi ona średnio ok. 92 % objętości piwa. Dlatego też kluczowym problemem jest ochrona wód gruntowych. Ze względu na zastosowanie zboża (jęczmienia, pszenicy lub innych gatunków) jako źródła skrobi niezbędnej w produkcji piwa, kluczowe znaczenie dla browarów i słodowni mają powiązania z przedstawicielami sektora rolnego.

2.6 Unia Europejska jest także głównym podmiotem na światowym rynku chmielu – produkuje się go w 14 państwach członkowskich UE⁽⁸⁾, na powierzchni stanowiącej ok. jedną trzecią światowego arealu tej uprawy⁽⁹⁾. Głównym odbiorcą europejskich producentów chmielu jest browarnictwo. Konkurencja wśród producentów chmielu, a także zróżnicowane traktowanie w ramach polityki rolnej zachodzące między poszczególnymi państwami członkowskimi UE powinny zostać ponownie rozważone, jeśli mają zapobiegać zakłóceniom rynku, które mogłyby w dłuższej perspektywie wywrzeć szkodliwy wpływ na browary.

2.7 Zależność producentów piwa od sektora rolnego dostarczającego im surowców do produkcji spowodowała, że w ostatnich latach dotknął ich wzrost cen tych surowców wynikający ze zmiennej jakości plonów oraz wahań cen. Stosunki między dostawcami surowców i browarami powinny opierać się na zrównoważonym i długoterminowym podejściu, gdy jest to możliwe i potrzebne.

2.8 Całkowita sprzedaż piwa w 2010 r. sięgnęła 106 mld EUR (włącznie z VAT), co odpowiadało 0,42 % PKB UE. Szacuje się, że ponad 63 % europejskiej produkcji piwa kupowane jest w supermarketach i innych punktach sprzedaży detalicznej (kanał „off trade”). Pozostałe 37 % przypada na konsumpcję w sektorze hotelarsko-gastronomicznym (bary, puby, restauracje, tzn. kanał „on trade”).

3. Pokonywanie ekonomicznych wyzwań XXI wieku

Tendencje rynkowe i strukturalne

3.1 W ostatnich 15 latach europejski rynek piwa przechodził różnorodne przemiany związane z postępowaniem technologicznym, inwestycjami, łączeniem przedsiębiorstw i powstawaniem nowych, a także z postawami konsumentów. Silny spadek spożycia, który zaznacza się od 2007 r., ma bezpośredni wpływ na działalność browarów. Po latach ekspansji na rynku Unii Europejskiej produkcja piwa znacząco się zmniejszyła – z 420 mln hektolitrow do 377 mln hektolitrow w 2011 r. W nadchodzących latach oczekuje się jednak ożywienia oraz

⁽¹⁾ Dane statystyczne „Brewers of Europe”, wydanie 2012, październik 2012 r.

⁽²⁾ Badanie Canadean nt. światowych tendencji na rynku piwa, 2012 r.

⁽³⁾ ABInbev, Carlsberg, Heineken, SABMiller (dane z 2013 r.).

⁽⁴⁾ Komisja Europejska, DG ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu.

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

⁽⁶⁾ ChNP – chroniona nazwa pochodzenia; ChOG – chronione oznaczenie geograficzne.

⁽⁷⁾ Komisja Europejska, DG ds. Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich.

⁽⁸⁾ Komisja Europejska, DG ds. Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich, grudzień 2009 r.; Pavlovic M., luty 2012 r.

⁽⁹⁾ Komisja Europejska, DG ds. Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich.

dostrzeżać potencjał wzrostu, o ile warunki gospodarcze i regulacyjne zmienią się na korzystniejsze.

3.2 Kryzys gospodarczy i spadek konsumpcji doprowadziły do restrukturyzacji sektora piwowarskiego w Europie, czemu sprzyjała konsolidacja działalności na kontynencie i inwestowanie poza UE przez większe grupy międzynarodowe i krajowe. Jednocześnie we wszystkich państwach wzrosła liczba mniejszych browarów, co poszerzyło asortyment oferowany konsumentom i potwierdziło postawę przedsiębiorczości wśród piwowarów, zgodnie z planem działania na rzecz przedsiębiorczości do 2020 r. ⁽¹⁰⁾ Jest to także korzystne zjawisko z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju, ponieważ z reguły przyczynia się pośrednio do rozwoju turystyki regionalnej oraz do skrócenia cyklu produkcji i konsumpcji, co pozytywnie oddziałuje na środowisko.

3.3 Sytuacja gospodarcza miała także wpływ na to, że więcej piwa pito w domach, a mniej w barach czy restauracjach, czego skutkiem było zmniejszenie liczby miejsc pracy, a także spadek wartości dodanej i przychodów do skarbu państwa generowanych przez każdy litr piwa spożyty w UE ⁽¹¹⁾. Silniejsze presje cenowe w sektorze detalicznym także miały wpływ na tę tendencję.

3.4 Rosnąca liczba browarów i innowacji produktowych doprowadziła też do pojawienia się nowych produktów, przynoszących korzyści konsumentom, społeczeństwu i środowisku. Pojawiły się szanse dla browarów każdej wielkości dzięki dywersyfikacji w stronę piw o niskiej zawartości alkoholu oraz piw bezalkoholowych, która doprowadziła do wzrostu sprzedaży. Dostępność piw ekologicznych również stale wzrasta.

Aspekty podatkowe

3.5 Sektor piwowarski przynosi rządowi krajowym znaczące korzyści budżetowe. Produkcja i sprzedaż piwa generuje pokaźne przychody do skarbu państwa pochodzące z akcyzy, podatku VAT i podatków dochodowych, składek na ubezpieczenia społeczne płaconych przez pracowników i pracodawców w sektorze piwowarskim, jak również w innych sektorach, w których miejsca pracy są pośrednio związane z działalnością branży piwnej. W 2010 r. przychody te wyniosły ok. 50,6 mld EUR ⁽¹²⁾.

3.6 Odporność sektora piwowarskiego na obecne trudności gospodarcze została także wystawiona na próbę przez zwiększenie obciążeń podatkowych – głównie akcyzy, ale także stawki VAT, szczególnie w sektorze hotelarsko-gastronomicznym. Podwyżki te zaostrzyły niepewną sytuację gospodarczą browarów, zwłaszcza w takich krajach, jak Węgry, Finlandia, Francja, Niderlandy i Zjednoczone Królestwo ⁽¹³⁾. Całkowita wartość dodana wytworzona w wyniku produkcji i sprzedaży piwa w UE spadła w okresie od 2008 do 2010 r. o 10 % ⁽¹⁴⁾,

a łączna suma podatków pobranych w sektorze piwowarskim w UE zmniejszyła się o 3,4 mld EUR.

3.7 System akcyzowy na szczeblu unijnym i krajowym powinien brać pod uwagę wyjątkowe właściwości piwa, takie jak ogólnie niska zawartość alkoholu, proces warzenia, a także wkład, jaki sektor piwowarski wnosi na szczeblu lokalnym na rzecz społeczeństwa, tworzenia miejsc pracy i szerzej gospodarki. W tym celu piwo, jako napój fermentowany, powinno być traktowane na równych warunkach, a zatem minimalna zerowa stawka stosowana w przypadku wina i innych napojów fermentowanych powinna być zapisana także w unijnych przepisach dotyczących akcyzy nakładanej na piwo ⁽¹⁵⁾.

3.8 Wyważona polityka akcyzowa na szczeblu krajowym i lepsze wykorzystanie istniejących mechanizmów współpracy w ramach administracji skarbowej może stać się instrumentem pozwalającym uniknąć handlu motywowanego względami podatkowymi oraz związanych z tym szkodliwych praktyk, pomagając w ten sposób utrzymać konkurencyjność sektora, zwłaszcza na obszarach przygranicznych.

3.9 Ze względu na znaczenie segmentu „on trade” w sprzedaży piwa ⁽¹⁶⁾, polityka podatkowa może także odegrać rolę jako środek wspierający wzrost w sektorach „on-trade” i piwowarskim, wpływając pozytywnie na zatrudnienie na szczeblu lokalnym.

Handel międzynarodowy

3.10 Wobec niekorzystnych warunków europejska branża piwowarska nadal zachowuje odporność i konkurencyjność. Lokalne browary nadal utrzymują swą pozycję na rynkach przekraczających granice państwowe i granice UE. Wprawdzie większość europejskiej produkcji piwa sprzedawana jest na wewnętrznym rynku UE, jednak eksport do innych regionów świata od 2000 r. stale rośnie; od 2007 r. wzrost ten wyniósł 30 %. Do największych odbiorców eksportu należą USA, Kanada, Angola, Chiny, Szwajcaria, Tajwan, Rosja i Australia ⁽¹⁷⁾. Ponadto browary europejskie są także dużymi inwestorami na wszystkich kontynentach i uczestniczą w różnych inicjatywach współpracy z browarami i dystrybutorami lokalnymi.

3.11 Możliwości utrzymania i poszerzenia obecności europejskiej branży piwowarskiej w krajach trzecich mogą jednak być zagrożone przez lokalne regulacje tworzące bariery handlowe, które utrudniają eksport piwa i inwestycje. Bariery te mogą przyjmować formę, oprócz ceł, środków z zakresu ustawodawstwa, takich jak definicje produktu (np. Rosja) czy administracyjne procedury fiskalne (np. Albania, Turcja). Komisja Europejska i państwa członkowskie, we współpracy z sektorem piwowarskim, powinny odgrywać kluczową rolę w rozwiązywaniu tych i innych trudności, które pojawiają się niekiedy na rynkach zagranicznych.

⁽¹⁰⁾ COM(2012) 795 final.

⁽¹¹⁾ Ernst Young, The Contribution made by Beer to the European Economy [Wkład piwa w europejską gospodarkę], wrzesień 2011 r.

⁽¹²⁾ Ernst Young, wrzesień 2011 r.

⁽¹³⁾ Komisja Europejska, Tabele dotyczące podatków akcyzowych, 2013 r.

⁽¹⁴⁾ Ernst Young, wrzesień 2011 r.

⁽¹⁵⁾ Dz.U. C 69 z 21.7.2006, s. 10.

⁽¹⁶⁾ Ernst Young, „The Hospitality Sector in Europe” [Sektor hotelarsko-gastronomiczny w Europie], wrzesień 2013 r.

⁽¹⁷⁾ Komisja Europejska, DG ds. Handlu.

3.12 Podczas gdy Unia Europejska w ramach odpowiednich umów handlowych stosuje zerową taryfę celną na import piwa, niektóre państwa nadal utrzymują opłaty celne jako środek zniechęcający do importu konkurencyjnych towarów z państw członkowskich UE. Kwestia ta podejmowana jest także w trwających negocjacjach w sprawie umów o wolnym handlu, a najnowsze umowy (np. między UE a Koreą Południową) przewidują stopniową obniżkę ceł. Jest to model, który powinno się szerzej rozpowszechnić.

3.13 Perspektywy obecności europejskich marek piwa na rynkach zagranicznych poprawiają także wydarzenia promocyjne, takie jak wystawy i targi oraz programy konsultacji organizowane przez Komisję Europejską w krajach trzecich. Udział browarów w odpowiednich przedsięwzięciach na miejscu był jak dotąd raczej niski z powodu ograniczonej świadomości potencjalnych korzyści oraz niedostatecznego nagłośnienia.

4. Zapewnianie zatrudnienia na wszystkich szczeblach

4.1 Sektor piwowarski to nie tylko sama produkcja piwa. Obejmuje on także różnego rodzaju inną działalność, począwszy od pozyskiwania surowców rolnych, które stanowią sedno procesu warzenia piwa, a skończywszy na branży hotelarsko-gastronomicznej i sektorze detalicznym. Browary w Unii Europejskiej zapewniają łącznie ponad 128 800 bezpośrednich miejsc pracy. Dalsze 2 miliony związane są pośrednio z produkcją i sprzedażą piwa, co stanowi ok. 1 % wszystkich miejsc pracy w samej tylko UE ⁽¹⁸⁾, o zróżnicowanym potencjale zatrudnienia.

4.2 Unijne cele dotyczące inteligentnej, zrównoważonej gospodarki sprzyjającej włączeniu społecznemu, zawarte w strategii „Europa 2020”, znajdują odzwierciedlenie w charakterystycznych cechach sektora piwowarskiego. Browary działają w wszystkich krajach europejskich i wspierają ponad 2 mln miejsc pracy, co wynika z wysokich wydatków na towary i usługi oraz znacznych obrotów generowanych w sektorach hotelarsko-gastronomicznym i detalicznym. Ponad 73 % miejsc pracy powstałych dzięki piwu to zatrudnienie w dziedzinie hotelarsko-gastronomicznej.

4.3 Jako że sektor hotelarsko-gastronomiczny także odgrywa zasadniczą rolę w tworzeniu miejsc pracy i wzroście gospodarczego – nie tylko bezpośrednio w związanych z nim przedsiębiorstwach, ale pośrednio także w dużej części gospodarki europejskiej – środki na rzecz jego rozwoju mają podstawowe znaczenie dla zatrudnienia, zwłaszcza wśród młodych i nisko wykwalifikowanych pracowników, bez stosowania rozwiązań, takich jak niestabilne warunki pracy i niskie wynagrodzenia.

4.4 Ta wyjątkowa różnorodność stanowi połączenie dziedzictwa, kultury i nowoczesności. Stwarza także rozmaite możliwości wykorzystania kwalifikacji siły roboczej w browarach i w powiązanych z nimi przedsiębiorstwach. Oprócz działalności w zakresie zaopatrzenia i dostaw należy dalej rozwijać potencjał w dziedzinie gastronomii i turystyki, tak by zwiększyć zatrudnienie poprzez działalność własną browarów, a także poprzez unijne i krajowe programy finansowania.

4.5 Światowa sytuacja gospodarcza odbiła się także na branży piwowarskiej: w latach 2008–2010 bezpośrednie zatrudnienie spadło o 9 % w wyniku niższego spożycia piwa. Mimo spadku spożycia, spowodowanego trudną sytuacją gospodarczą w Europie, całkowita liczba browarów (w tym mikrobrowarów) w Europie w 2010 r. (3 638) była wyższa niż w 2008 r. (3 071). Ponadto liczba ta stale rośnie, przez co tworzy się dalszy potencjał zatrudnienia. Potencjałowi temu nie powinny zagrażać środki ograniczające sprzedaż lub szkodliwe środki fiskalne. Należy go raczej wzmacniać poprzez kształcenie i szkolenie zawodowe, nawet na wyższych poziomach, aby tworzyć miejsca pracy wyższej jakości w tym sektorze.

5. Wkład w realizację celów dotyczących zrównoważenia środowiskowego

5.1 Europejska branża piwowarska musi podjąć działania w odpowiedzi na szereg celów związanych z efektywnością energetyczną, ograniczeniem emisji dwutlenku węgla oraz wykorzystaniem zasobów. Jest to element jej zaangażowania na rzecz zrównoważonego rozwoju. Dokonane w ostatnich latach inwestycje prowadzą do zmniejszenia zużycia zasobów naturalnych, ograniczenia ilości produkowanych odpadów oraz konsekwentnego odzyskiwania materiałów wtórnych powstałych w procesie produkcyjnym.

5.2 Browary wykazały zaangażowanie na rzecz środowiska naturalnego, podejmując kroki i inwestycje, które przyniosły efekty w postaci ograniczenia zużycia energii i emisji dwutlenku węgla, zmniejszenia produkcji ścieków, a także zmian w sposobie pakowania. Sektor piwowarski opracował także wytyczne dotyczące najlepszych dostępnych technik (BAT), w których podkreśla się rolę zrównoważonego zarządzania i które mogą służyć jako punkt odniesienia dla zaangażowania na rzecz realizacji celów w zakresie ochrony środowiska. Należy zachęcać do korzystania z ocen cyklu życia jako narzędzia samooceny, aby objąć jak najszersze spektrum branży piwowarskiej, z jednoczesnym uwzględnieniem ograniczeń, z jakimi borykają się małe browary rodzinne z powodu niedoborów mocy przerobowej.

5.3 W latach 2008–2010 sektor piwowarski kontynuował te wysiłki mimo pogarszającej się sytuacji biznesu. W rezultacie osiągnięto zmniejszenie zużycia wody o 4,5 %, a energii o 3,8 % na 1 hektolitry wyprodukowanego piwa. Szacuje się, że ograniczono także emisje CO₂ o 7,1 % ⁽¹⁹⁾.

5.4 Jakość wody i jej zużycie to istotne czynniki w procesie warzenia piwa. Dlatego właściwa gospodarka wodna ze strony dostawców wody i browarów jest konieczna, by zagwarantować zrównoważony charakter produkcji piwa. W związku z tym należy podjąć odpowiednie środki ostrożności i zadbać o to, by poszukiwania gazu łupkowego nie doprowadziły do zanieczyszczenia zasobów wód gruntowych dla konsumentów, w tym użytkowników przemysłowych. Jeśli chodzi konkretnie o przemysł piwowarski, EKES zauważa, że browary holenderskie i niemieckie już teraz śledzą rozwój sytuacji w tej dziedzinie z głębokim niepokojem.

⁽¹⁹⁾ CampdenBRI / KWA, The Environmental Performance of the European Brewing Sector [Wyniki europejskiego sektora piwowarskiego w zakresie efektywności środowiskowej], maj 2012 r.

⁽¹⁸⁾ Ernst Young, wrzesień 2011 r.

5.5 Z surowców używanych do produkcji piwa powstają w procesie jego warzenia inne wartościowe produkty (produkty uboczne). Są one bardzo cenione i wykorzystywane w innych procesach przemysłowych lub jako surowce do konkretnych celów lub wyrobów, takich jak produkty farmaceutyczne, zdrowa żywność, odnawialne źródła energii, zastosowania przemysłowe, pasze dla zwierząt i produkty rolne⁽²⁰⁾, kosmetyki czy produkty spa. Produkty te spełniają rygorystyczne normy jakości i są zgodne z surowymi wymogami ustawodawstwa dotyczącego bezpieczeństwa żywności i pasz oraz z innymi przepisami. Znaczenie i wartość produktów ubocznych piwowarstwa skłoniła browary do nawiązywania długoletnich umów w zakresie dostaw z handlowcami i użytkownikami końcowymi.

6. Odpowiedzialny podmiot w społeczności

6.1 W minionych latach przedsiębiorstwa i stowarzyszenia branży piwowarskiej we wszystkich krajach europejskich podejmowały inicjatywy mające na celu podnoszenie świadomości co do odpowiedzialnej konsumpcji, poszerzanie wiedzy konsumentów, zapewnienie odpowiedzialnej reklamy i odpowiedzialnego marketingu, szerzenie informacji prewencyjnej oraz powstrzymanie konsumentów przed nieodpowiedzialnymi zachowaniami. Szereg takich inicjatyw było podejmowanych w ramach partnerstw, zyskały one także uznanie władz krajowych jako istotny wkład na rzecz społeczeństwa oraz zostały uwzględnione na szczelbu europejskim w ramach Europejskiego Forum Alkoholu i Zdrowia⁽²¹⁾.

6.2 Rządy, browary oraz inne podmioty gospodarcze i grupy społeczeństwa obywatelskiego – w oparciu o te inicjatywy – powinny wspólnie organizować kampanie propagujące odpowiedzialne spożycie piwa, które może być w pełni zgodne ze zdrowym trybem życia dorosłego człowieka, a także zniechęcające do nadużywania alkoholu.

6.3 Ze względu na lokalny charakter piwa browary europejskie są też silnie zakorzenione w społecznościach lokalnych i wspierają wiele różnego rodzaju działań. Sektor piwowarski wydaje rocznie w UE ponad 900 mln EUR na rzecz społeczności⁽²²⁾, wspierając szeroki zakres działań na szczelbu lokalnym i regionalnym.

6.4 Zarówno tak branża, jak i inne zainteresowane strony są bardzo zaangażowane na rzecz wdrażania inicjatyw dotyczących odpowiedzialności przedsiębiorstw i instytucji w dziedzinie przeciwdziałania szkodliwym skutkom spożycia. Zaangażowanie to należy uwzględnić w zrównoważonych ramach regulujących politykę informacji marketingowych i handlowych prowadzoną przez browary⁽²³⁾.

6.5 Zważywszy na istotną rolę, jaką piwo odgrywa w obszarach kultury, dziedzictwa i konsumpcji, należy rozważyć inicjatywę unijną dotyczącą finansowania organizacji specjalistycznych szkoleń dla nauczycieli i wychowawców szkół wszystkich szczebli, poświęconych aspektom zdrowotnym, jak również społecznym i kulturowym spożywania napojów fermentowanych.

7. Utrzymanie roli w dziedzinie badań, edukacji i innowacji

7.1 Rola edukacji i badań naukowych ma kluczowe znaczenie dla dalszego utrzymania zaangażowania ze strony sektora. Kształcenie i badania prowadzone są przez wyższe uczelnie, szkoły piwowarskie, instytuty technologii żywienia oraz za pośrednictwem innych sieci. Trzeba kontynuować organizowanie forów służących wymianie wiedzy, tak by utrzymać pozycję Europy jako wiodącego ośrodka badań prowadzonych przez browary, ich partnerów, naukowców oraz zainteresowane osoby prywatne.

7.2 Należy wspierać zdolności badawcze i potencjał w tym zakresie, ponieważ browary odgrywają istotną rolę jako partner przemysłowy w wielu dziedzinach związanych z technologią żywności i browarnictwa, aspektami zdrowotnymi czy efektywnością środowiskową. Większy udział w europejskiej przestrzeni badawczej, programie „Horyzont 2020” i innych platformach technologicznych zwiększyłby istniejący potencjał⁽²⁴⁾.

7.3 Wsparcie wysiłków sektora piwowarskiego na rzecz promowania doskonałości zgodnie z najwyższymi standardami naukowymi w zakresie właściwości piwa i wpływu jego spożycia na zdrowie i zachowanie także może przyczynić się do poprawy informacji i edukacji w tej istotnej dziedzinie. Wszystkie zaangażowane strony mogłyby rozważyć wzmocniony udział w programach finansowania i współpracy UE.

Bruksela, 16 października 2013 r.

Przewodniczący
Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego
Henri MALOSSE

⁽²⁰⁾ Bamforth, C. (2009) „Contraception, Charcoal and Cows: The World of Brewery Co-Products” [Antykoncepcja, węgiel i krowy: świat produktów ubocznych przemysłu piwowarskiego], Brew. Guardian, 138(1), 24-27.

⁽²¹⁾ The Brewers of Europe, „European beer pledge: 1st year report” [„Zobowiązanie europejskiego sektora piwowarskiego: sprawozdanie z pierwszego roku”], kwiecień 2013 r.

⁽²²⁾ Sponsorship ideas, „Supporting local communities: Assessing the contribution of local brewers” [Wspieranie społeczności lokalnych: Ocena wkładu browarników lokalnych], maj 2011 r.

⁽²³⁾ Dz.U. C 48 z 21.2.2002, s. 130.

⁽²⁴⁾ Dz.U. C 327 z 12.11.2013, s. 82.