

De brouwgids voor beleidsmakers

Beleidsingrediënten voor de legislatuur 2024-2029



10 ingrediënten voor een krachtig en smaakvol bier

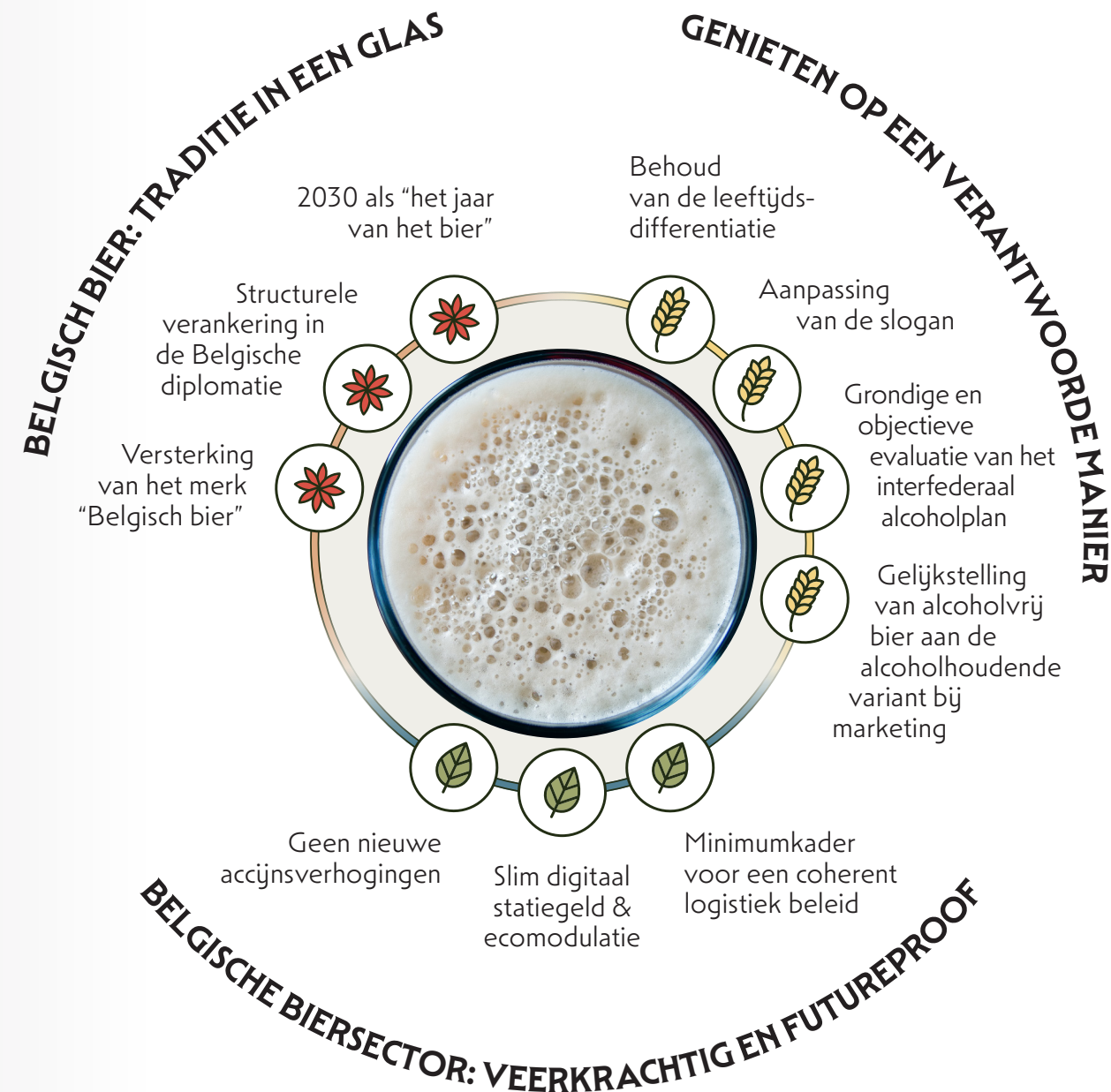
De Belgische brouwers willen met dit memorandum vooruitblikken naar de volgende legislatuur, die zich erg uitdagend aandient. Niet alleen hebben de pandemie en de oorlog in Oekraïne zich stevig laten voelen in de Belgische brouwerijsector, de effecten ervan blijven nazinderen.

De brouwers worden nog steeds geconfronteerd met stijgende kosten, aangedreven door de opwaartse druk op grondstofprijzen en energietarieven, mede als gevolg van de aanhoudende inflatie. Daarnaast kampt onze sector met een steeds verder dalende verkoopvolumes, een personeelstekort en toenemende personeelskosten. Wanneer we een blik werpen op de toekomst, zien de brouwers ook nieuwe uitdagingen zoals de dreiging van extra taksen en accijnzen en de druk op de concurrentiekracht.

De afgelopen jaren hebben de brouwers aangetoond dat ze veerkrachtig zijn. Mede door de juiste overheidsmaatregelen heeft de sector standgehouden in een steeds veranderende context. Er is geen reden waarom dit in de toekomst anders zou zijn. Nochtans zijn er duidelijke signalen dat bij sommige brouwers het water aan de lippen staat. Met het juiste overheidsbeleid moet het lukken om de sector weerbaar te houden.

De brouwers zijn dan ook glashelder in wat zij verwachten van de overheden om deze uitdagingen het hoofd te bieden: een sterke promotie van ons Belgisch bier en de daarbij horende biercultuur, de handhaving van de concurrentiepositie en geen nieuwe accijnsverhogingen.

Om te komen tot een krachtig en smaakvol bier stellen de Belgische brouwers daarom onderstaande brouwgids voor met 10 basisingrediënten, ingedeeld volgens de thema's die ons nauw aan het hart liggen: de Belgische biercultuur, een verantwoorde consumptie en een gunstig ondernemersklimaat.



BELGISCH BIER: TRADITIE IN EEN GLAS

Onze unieke Belgische biercultuur versterken en verder uitdragen

Een unieke biercultuur, diep lokaal geworteld en gekoesterd door de Belg

Ons Belgisch bier en de daarbij horende biercultuur is *one of a kind*. Ze is uniek, diep lokaal geworteld en gekoesterd door de Belg. Bier brengt mensen samen, vrienden en familie, zowel thuis, in cafés en restaurants als op festivals. Er is een Belgisch bier voor elke gelegenheid. Onze Belgische biercultuur werd in 2016 dan ook terecht opgenomen in UNESCO's lijst van **immaterieel cultureel erfgoed**, een erkenning waar de Belgische brouwers nog steeds trots op zijn.

Niet alleen de brouwers zijn fier, ook de Belgen. Onze biercultuur zit vervat in het DNA van de Belg. Zo maakt bier voor bijna 4 op de 5 Belgen (80%) deel uit van onze Belgische cultuur.¹

De **lokale verankering** van het Belgisch bier versterkt deze verbondenheid. In ons land zijn meer dan 400 brouwerijen actief, die samen meer dan 1.600 verschillende biermerken op de markt brengen. Het Belgisch bier is aanwezig in bijna elke



stad of gemeente en ondersteunt het lokale sociaal-economische, culturele en sportieve leven. Dit staat garant voor een lokale productie: 89% van de waardeketen van ons bier blijft lokaal.² Deze lokale know-how trekt ook de aandacht van internationale spelers. Velen komen bij ons kijken hoe brouwprocessen worden aangepakt en ontdekken bovendien graag meer over onze biercultuur en kennis.

Onze biercultuur meer en sterker uitdragen

De toekomst brengt verschillende uitdagingen met zich mee. Dat de Belgen trots zijn op onze unieke en lokaal gewortelde biercultuur staat buiten kijf. De Belgische brouwers vragen daarom, ook vanuit de overheden, **meer bescherming en waardering** voor het Belgisch bier, zowel binnen als buiten de landsgrenzen. Het toerisme dat

er bovendien mee gepaard gaat, doet onze economie goed. Initiatieven zoals Belgian Beer World geven het Belgisch bier een internationale vitrine.



Versterking van het merk "Belgisch bier"

De Belgische brouwers vragen aan de overheden om het merk "Belgisch bier" **sterker te maken** door o.a. een actievere samenwerking tussen de verschillende overheden in België. Daarbij denken we, onder andere, aan gecoördineerde initiatieven en campagnes en aan het onderstrepen van de bijdrage van de biercultuur aan ons toerisme. Ook dienen de verschillende overheden stil te staan bij de waarde die ons bier levert aan landbouw, duizenden toeleveranciers, het horecanetwerk en de export.

Structurele verankering in de Belgische diplomatie

De economische en culturele waarde van het Belgisch bier moet worden uitgelicht en de plaats van ons bier dient **structureel verankerd** te worden in de Belgische diplomatie.

2030 als "het jaar van het bier"

In het licht daarvan schuiven de Belgische brouwers **2030** naar voren als "het jaar van het bier", want alle bovengenoemde zaken zijn van onschatbare waarde voor België en zetten ons land internationaal op de kaart.

GENIETEN OP EEN VERANTWOORDE MANIER

Alcoholmisbruik tegengaan zonder de meerwaarde van ons Belgisch bier te verliezen

Het staat buiten discussie dat alcoholmisbruik schadelijk is voor de gezondheid en voor onze samenleving. De aandacht voor overmatig en onverantwoord alcoholgebruik, voornamelijk bij jongeren en 55-plussers, neemt toe en dat is terecht. De Belgische brouwers pleiten al jarenlang voor een gematigde en verantwoorde omgang met bier, want misbruik ervan gaat in tegen alles waar Belgisch bier voor staat: **kwaliteit, passie en vakmanschap**.

In vergelijking met twintig jaar geleden, wordt vandaag 43% **minder bier gedronken**. In de laatste tien jaar zien we zelfs een daling van 32%. Terwijl de volumes dalen, valt op dat de Belgen steeds meer kiezen voor **speciaalbieren**. Degusteren boven consumeren. Bovendien gaan bierliefhebbers steeds vaker op zoek naar **kwaliteitsvolle non-alcoholische alternatieven** om bewust en verantwoord te drinken.³ De Belgische brouwers blijven innoveren om deze alternatieven voor onze traditionele bieren te kunnen aanbieden. Het IWSR⁴ verwacht dat alcoholvrije volumes tussen 2022 en 2026 zullen groeien met een samengesteld jaarlijks groeipercentage van 9%. Bovendien zou alcoholvrij bier voor 70% bijdragen aan de totale groei van de alcoholvrije of -arme markt.

De gezondheids- en maatschappelijke risico's van alcoholmisbruik zijn uitgebreid aangetoond. Wetenschappelijke consensus over de risico's van **gematigd en verantwoord gebruik** ontbreekt tot op heden echter. Zo is de impact van geheelonthouding op

het risico op kanker beperkt, dient er een onderscheid te worden gemaakt tussen het relatieve en het absolute risico en moet rekening worden gehouden met onderliggende aandoeningen (die variëren naargelang leeftijd, geslacht, regio en tijd, factoren zoals beweging, voeding, roken...) om de impact van alcohol op de gezondheid correct in te schatten.

Daarom vragen de Belgische brouwers om **nuance in het debat** rond alcoholgebruik en -misbruik. Op basis van de juiste informatie en een goede inschatting van de gezondheidsrisico's, moeten consumenten zelf een keuze kunnen maken over hun bierconsumptie. De Belgische brouwers ondernemen zelf verschillende acties in de strijd tegen misbruik. Zo leggen we onszelf regels op in het Convenant inzake reclame voor en marketing van alcoholhoudende dranken (afgekort 'Convenant') en vallen we onder de controle van de Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame (afgekort 'JEP'). Daarnaast beschikken we over een uitgebreid aanbod van alcoholvrije en -arme bieren en zijn we medegrondlegger van verschillende sensibiliseringscampagnes, waaronder de BOB-campagnes.

Verskillende types alcoholische dranken hebben een andere impact op de volksgezondheid. Dranken met een hoog alcoholpercentage hebben een grotere impact en worden gelinkt aan negatievere gevolgen voor de samenleving.⁵ De Belgische brouwers trachten bier bijgevolg in te zetten als gematigd alternatief in een duurzaam en effectief beleid tegen alcoholmisbruik.

Dat vraagt om enkele concrete maatregelen:



4 Behoud van de leeftijdsdifferentiatie

We vragen om steeds de **leeftijdsdifferentiatie** te behouden en we dringen aan op de handhaving van de minimumleeftijd voor de verkoop van alcoholhoudende dranken. Met andere woorden: bij het optrekken van de leeftijd op verkoop van bier, moet de leeftijd van verkoop van sterke dranken evenredig stijgen.



5 Aanpassing van de slogan

De Belgische brouwers hebben werk gemaakt van een nieuwe **slogan** "Alcoholmisbruik schaadt de gezondheid" ter vervanging van "Bier met liefde gebrouwen, drink je met verstand". Met het oog op een efficiëntere strijd tegen alcoholmisbruik hopen we dat elke reclame voor alcoholhoudende dranken voortaan deze niet mis te verstane boodschap, die bovendien ook wordt gedragen door de sector, zal dragen.



6 Grondige en objectieve evaluatie van het interfederaal alcoholplan

De Belgische brouwers vragen bovendien om een **grondige en objectieve evaluatie van het interfederaal alcoholplan**. Aangezien de brouwers beschikken over de nodige kennis om de haalbaarheid van een bepaalde maatregel en de impact daarvan op de sector in te schatten, is het van noodzakelijk belang dat wij betrokken worden bij die evaluatie.



7 Gelijikstelling van alcoholvrij bier aan de alcoholhoudende variant bij marketing

Om verder aan te tonen dat de Belgische brouwers de strijd tegen alcoholmisbruik serieus nemen, stellen we voor om, op het vlak van reclame en marketing, **alcoholvrij bier gelijk te stellen aan de alcoholhoudende variant als die dezelfde merknaam draagt**. Dit impliceert dat marketing en reclame voor deze alcoholvrije bieren ook aan de regels in het Convenant worden onderworpen.



BELGISCHE BIERSECTOR: VEERKRACHTIG EN FUTUREPROOF

De competitiviteit, die onder steeds grotere druk komt te staan, waarborgen

De Belgische brouwers maken deel uit van een **toekomstgerichte en veerkrachtige sector**. De sector wordt namelijk voortdurend geconfronteerd met uitdagingen, waardoor de brouwers zich steeds opnieuw moeten heruitvinden. Zo laten de pandemie en het conflict in Oekraïne zich blijvend voelen in hogere energie-, grondstof- en verpakkingsprijzen. Bovendien is het moeilijk om de verkoopvolumes en -marges op peil te houden in een context waarin de koopkracht onder druk staat. Dat terzijde, vormt ook nieuwe regelgeving, bijvoorbeeld de zwerfvuilheffing, een uitdaging voor de Belgische brouwers. Bijkomende verpakkingsheffingen, accijnsverhogingen en dergelijke meer vormen geen oplossing, want zulke initiatieven zetten de koopkracht van de consumenten nog meer onder druk.

De huidige tijdsgeest vraagt om een **aangepast aanbod**. De Belgische brouwers zetten daar uitgebreid op in. Zo denken we voortdurend na over oplossingen om het hoofd te bieden aan complexe vraagstukken waarmee onze samenleving en onze planeet worden geconfronteerd. Het vakmanschap ligt aan de basis van de nieuwe technieken en concepten, merkinnovaties... waarmee de brouwers

tegenmoet willen komen aan de verwachtingen van de hedendaagse bierliefhebber. Zo ontwikkelden de brouwers al een uitgebreid gamma aan alcoholvrij bieren, werken ze met nieuwe technieken in de landbouw en werken ze samen met universiteiten. Daar worden namelijk de brouwers van de toekomst opgeleid.

De Belgische brouwers zetten ook enorm in op **duurzaamheid**. Er werd reeds geïnvesteerd in de circulariteit van flessen, vaten en tankbierinstallaties en de uitbreiding naar andere verpakkingen volgt later. Momenteel zijn reeds 67% van de volumes retourneerbaar. **Daarmee onderscheiden de brouwers zich van eender welke andere sector**. Toch worden we daar tot op heden niet voor beloond. We vragen daarom om alle verpakkingstaksen op herbruikbare verpakkingen af te schaffen en alle verpakkingsgerelateerde zaken op één beleidsniveau te brengen.

De komende jaren kondigen zich uitdagend aan. Er is veel economische onzekerheid, de verkoopvolumes dalen en verkleinde financiële buffers zorgen voor een gevaarlijke combinatie die we met de juiste maatregelen kunnen ombuigen.

Concreet stellen de Belgische brouwers volgende competitiviteits-versterkende maatregelen voor:



Geen nieuwe accijnsverhogingen

Met accijnsverhogingen kan de overheid het aankoopgedrag van consumenten bijsturen, maar vanaf een bepaald moment is het kantelpunt bereikt: de consumptie neemt niet langer af, consumenten doen hun aankopen over de landsgrens heen of ze grijpen naar niet-gereguleerde kanalen. Voor de Belgische brouwers is het vermijden van een nieuwe accijnsverhoging absoluut prioriteit nummer 1. Tegelijk hameren we ook hier op **differentiatie** met de accijnzen op wijn en sterke drank.



Slim digitaal statiegeld & ecomodulatie

We onderzoeken en investeren momenteel in het **slim, digitaal statiegeld** als performant systeem dat verder bouwt op het succes van de blauwe PMD-zak. Als het goed werkt, kan het een **incentive** zijn voor **ecomodulatie**. Retourneerbare, gerecycleerde en recycleerbare verpakkingen zouden minder belast moeten worden. Daarbij blijft het ontzettend belangrijk dat er een gelijk speelveld is voor alle drankverpakkingen. We stellen daarnaast de **indexering** van statiegeld op glazen flesjes, vaten en blik voor.

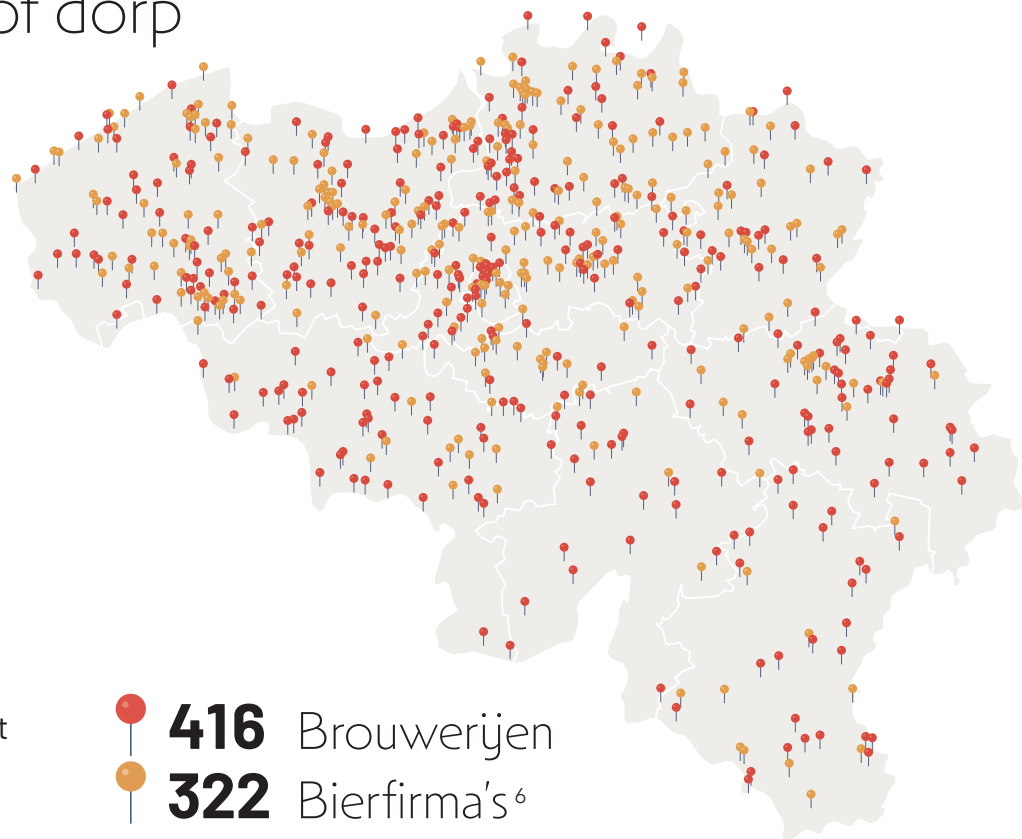


Minimumkader voor een coherent logistiek beleid

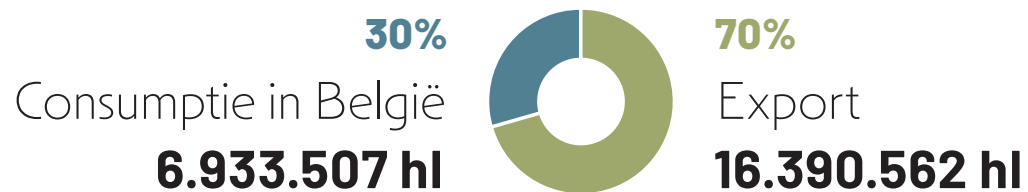
Wat betreft **logistiek**, vragen de Belgische brouwers om een **minimumkader** dat coherentie moet bieden in de plaats van sterk versnipperd lokaal beleid. Autoluwe zones en voetgangerszones dragen bij aan een bruisend horecalandschap, maar de stadsmobiliteit maakt het voor de leveranciers moeilijk, of zelfs onmogelijk, om te leveren op de plaats waar nodig. Vaak gaat het simpelweg om onwetendheid, wat zou kunnen worden opgelost door een minimumkader dat handvaten biedt voor lokale besturen.



Een brouwer in elke stad,
gemeente of dorp



Onze sector is nauw
verbonden is met het
lokale economische
en sociale weefsel.



6.866 Directe jobs

±50.000 Indirecte jobs

€267.000.000 Investeringen

€22.533.955 Verpakkingsheffing
op niet-herbruikbare verpakkingen

€4.437.053 Verpakkingsheffing
op herbruikbare verpakkingen

€191.298.619 Accijns op bier

±€700.000.000 Totale fiscaliteit,
sociale lasten en andere belastingen inbegrepen⁷

1 iVox survey, 2023
2 Oxford Economics, 2022
3 iVox survey, 2023
4 International Wine and
Spirit Research (IWSR), 2022

5 Rehm, Jürgen, et al. "Regulatory policies for alcohol, other psychoactive substances and
addictive behaviours: the role of level of use and potency. A systematic review." *International
journal of environmental research and public health* 16.19(2019): 3749.
6 Op 24 november 2023
7 Belgische Brouwers, Jaarrapport 2022



Belgische Brouwers

Brouwershuis
Grote Markt 10, B-1000 Brussel
+32 (0)2 511 49 87

info@belgianbrewers.be
www.belgianbrewers.be