



-----  
STICHTING VERANTWOORD ALCOHOLGEBRUIK SURINAME

## **JAARVERSLAG 2020**

**-lustrumeditie-**

**2015-2020**

## VOORWOORD

Het Covid-19 virus heeft ons land in 2020 in de greep gehouden. Wij hebben met z'n allen een heel rare en moeilijke tijd doorgemaakt met persoonlijke uitdagingen voor ieder individu, bedrijf en organisatie. De focus van een ieder was: veiligheid op de eerste plaats, proberen om zaken op orde te krijgen, en naleving van de Covid-19 maatregelen.

Ook voor STIVASUR was het een uitdaging om in deze periode invulling te geven aan haar doelstellingen. Sterker nog, in 2020 hebben wij ons eerste lustrum mogen gedenken. Gezien de situatie heeft het bestuur dit heuglijk moment moeten beperken tot een interne evaluatie van de afgelopen vijf jaar en een strategische beleidsplanning tot 2025. Zo is ook vastgelegd in het jaarverslag van 2020: onze verworvenheden, de uitdagingen en een vooruitblik op 2021.

Maar ook 2021 is onrustig gestart en het zal helaas nog enige tijd zo blijven. Desondanks, met het vaccinatieproces dat gestaag loopt en de vaccinatiebereidheid van de samenleving, ben ik hoopvol gestemd. Om de economische bedrijvigheid wederom op te kunnen starten is het cruciaal om zo snel als mogelijk groepsimmunitet te bereiken. Alleen hierdoor kunnen wij terug naar normaal. Een langdurige dreiging van besmettingsgolven en langdurige lockdowns kunnen wij met z'n allen, echt niet (meer) gebruiken.

Ik hoop dat het met u persoonlijk goed gaat. Dat u gezond bent gebleven en dat het goed gaat met uw dierbaren. Tot slot wens ik u wijsheid toe bij het maken van zorgvuldige afwegingen in deze voor iedereen moeilijke tijden. Dat wij goed op elkaar blijven letten, genieten van onze minimale herwonnen vrijheid en tegelijkertijd alert blijven.

Namens het STIVASUR Bestuur,



Margarita van der Zwart – Gonsalves Jardin de Ponte  
Voorzitter

## EERSTE LUSTRUM: 2020 EN EEN TERUGBLIK.

De Stichting Verantwoord Alcoholgebruik Suriname, STIVASUR, heeft in mei 2020 haar eerste lustrum mogen herdenken. Een goed moment om terug te kijken naar onze verworvenheden en uitdagingen in de afgelopen 5 jaar; een update te geven van de status anno 2020, maar ook om vooruit te kijken om te werken aan het realiseren van onze doelen.

## OPRICHTING STIVASUR



STIVASUR is in 2015 opgericht door bedrijven uit de alcoholsector, genoemd 'deelnemers', met als visie: het elimineren van alcoholmisbruik in Suriname. De eerste deelnemers waren:

- King's Enterprises N.V.
- Surinaamse Brouwerij N.V.
- Suriname Alcoholic Beverages N.V.
- Trans America Group N.V. als producent van Sranan Biri. In 2016 heeft de Trans America Group N.V. besloten zich uit STIVASUR terug te trekken vanwege beëindiging van haar productie van Sranan Biri.

**2020:** Per ultimo 2020 waren de 3 deelnemers nog steeds King's Enterprises N.V., Surinaamse Brouwerij N.V. en Suriname Alcoholic Beverages N.V., die samen meer dan 80% van de alcoholmarkt vertegenwoordigen. Ondanks de concurrentie op de markt, is de samenwerking om verantwoord alcoholgebruik uit te dragen, zeer goed te noemen.

Net als eerdere jaren is er geprobeerd meerdere bedrijven te interesseren voor het deelnemen aan STIVASUR. Werd de focus in eerdere jaren gelegd op het betrekken van bedrijven uit diverse sectoren (verzekeringswezen, marketingsector, horeca, autobranche), in 2020 is besloten de focus te leggen op producenten, importeurs en distributeurs van alcoholhoudende dranken. Er zijn reeds contacten gelegd met bedrijven binnen de alcoholsector; dit zal in 2021 worden voortgezet.

## MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMERSCHAP

Vanuit hun maatschappelijke verantwoordelijkheid verbinden de deelnemers zich middels zelfregulering aan het verantwoord promoten en verkopen van de alcoholhoudende dranken die zij produceren, importeren en verkopen. Daarnaast zetten zij zich in om samen met de overheid, het bedrijfsleven, NGO's en andere stakeholders middels educatie- en bewustwordingsprogramma's, met de samenleving te communiceren over verantwoorde alcoholconsumptie.

Onder verantwoorde alcoholconsumptie wordt onder meer verstaan:

- Geen alcohol voor alle personen die jonger zijn dan 18 jaar.
- Geen gebruik van alcohol bij deelname aan het verkeer.
- Geen alcoholconsumptie door hen die in verwachting zijn.

Naast deze drie hoofdthema's is ook het matigen van alcoholgebruik van belang, ter voorkoming van het ontwikkelen van een drinkpatroon dat leidt tot lichamelijke klachten en/of psychische of sociale problemen, overmatig en zwaar alcoholgebruik.

## **GEDRAGSCODE VOOR VERANTWOORDE MARKETING EN RECLAME**

STIVASUR heeft in 2016 naar internationale standaarden een 'Gedragscode voor reclame en marketing van alcoholhoudende dranken' ontwikkeld. In hetzelfde jaar hebben de deelnemers zich geëngageerd aan deze Gedragscode. Voorbeelden van verantwoorde marketing en reclame zijn het verbod van: reclame-uitingen in de directe omgeving van een school of kinderspeelplaats, reclame of marketing die kinderen aanspreken (tekenfilms), reclame tijdens activiteiten waar meer dan 30% van het publiek jonger dan 18 is, reclame voor en door zwangere vrouwen, het tonen van discriminatoire elementen, enzovoorts.

Elke 2 jaar dient de Code afgestemd te worden op (technologische) en (inter)nationale ontwikkelingen op het gebied van verantwoord alcoholgebruik. De eerste aanscherping was in 2018. De meest recente Gedragscode is op de website [www.stivasur.com](http://www.stivasur.com) beschikbaar voor het publiek.

**2020:** De code is ook in 2020 geëvalueerd en aangescherpt. De geüpdatete Code zal in 2021 aan de (hierna genoemde) Code Evaluatie Commissie worden gepresenteerd en aan de deelnemers worden voorgelegd ter ondertekening. Bij de evaluatie en aanscherping zijn onder andere meegenomen: de internationale ontwikkeling op het gebied van social media, de marketingcommunicatie van non- en licht alcoholische varianten van alcoholhoudende merken en het voorkomen van online verkopen van alcoholhoudende dranken aan jongeren onder de 18. De online verkopen hebben in het bijzonder onze aandacht, omdat verkopers, restauranthouders en andere horecabedrijven en bezorgers zich onvoldoende bewust zijn, dat ook het online verkopen en leveren van alcohol aan jongeren onder de 18 jaar, strafbaar is.

## **GEDRAGSCODE EVALUATIE COMMISSIE**

De Gedragscode biedt naast verplichte regels ten aanzien van verantwoorde marketing en reclame tevens de mogelijkheid aan de samenleving om melding te maken van c.q. een klacht in te dienen tegen mogelijk onverantwoorde reclame-uitingen van de deelnemers. Het kan gaan om alle reclame-uitingen zoals billboards, promoacties, social media-uitingen, enzovoorts.

Ter beoordeling van deze meldingen en voor het toezien op de naleving van de Code door de deelnemers, is in 2016 de Gedragscode Evaluatie Commissie geïnstalleerd. De Gedragscode Commissie is een onafhankelijke commissie die bestaat uit vertegenwoordigers van stakeholders met ruime expertise om een verantwoord besluit te kunnen nemen. Vanaf de installatie bestaat de commissie uit de volgende onafhankelijke leden:

- De heer S. Gangaram Panday, gepensioneerd rechter;
- De heer M. Blackson, vertegenwoordiger van het ministerie van Justitie en Politie;
- De heer S. Mac Andrew, namens de Vereniging Surinaams Bedrijfsleven;
- De heer W. Leeuwijn, vertegenwoordiger van de Vereniging van Journalisten.

**2020:** In het afgelopen jaar is de heer S. Mac Andrew als vertegenwoordiger van de Vereniging Surinaams Bedrijfsleven, vervangen geworden door de heer Ganesh Kamlesh; de zittingsperiode van de overige leden is verlengd met twee jaar.

Ondanks, dat via diverse mediakanalen aandacht is besteed aan de Code en de mogelijkheden tot het melden van klachten, zijn er door de samenleving in de periode tot en met 2020 geen meldingen van onverantwoorde marketing en reclame aan de Code Evaluatie Commissie gedaan. Dit kan liggen aan onbekendheid met het bestaan van en de regels in de Code, waardoor beoordeling van reclame en promotie van alcoholhoudende dranken, uitblijft. Een andere mogelijkheid is dat de deelnemers zich conformeren aan de letter en geest van de Code en hun marketing en reclame aldus afstemmen. De deelnemers willen uiteraard voorkomen dat de Code Commissie hen publiekelijk op basis van binnengekomen klachten aanspreekt, dan wel sancties oplegt op het niet naleven van de Code.

In 2021 en ook daarna zal STIVASUR zich blijven inzetten om meer bekendheid te geven aan de samenleving over het bestaan en de inhoud van de Gedragscode en het creëren van een grotere betrokkenheid. Daarbij zal voor een optimaal bereik, gebruik worden gemaakt van diverse (social) mediakanalen.

## **STRATEGISCH BELEID**

In 2016 heeft STIVASUR mogen participeren op een tweedaagse workshop georganiseerd door het ministerie van Volksgezondheid en de Pan American Health Organization, PAHO, voor de totstandkoming van een nationaal beleidsplan tot het reduceren van alcoholmisbruik. Ondanks dit nationaal beleidsplan nimmer is geformaliseerd, waren de uitkomsten van deze workshop belangrijke input voor STIVASUR bij het samenstellen van haar eerste strategisch beleidsplan in 2017, waarin haar visie, missie en beleidsvoornemens voor 2017-2021 zijn vastgelegd.

In de eerste beleidsjaren is de focus vooral gelegd op het worden van een organisatie die zich onafhankelijk van de alcoholindustrie opstelt in de strijd tegen onverantwoord alcoholgebruik. De drie kernstrategieën van onze jonge organisatie waren Organisatieversterking, Bewustwording en Netwerkontwikkeling.

**2020:** Het Beleidsplan is in 2020 geëvalueerd en gestart is met het samen-/bijstellen van een plan voor 2021-2025, waarbij voormelde kernstrategieën ongewijzigd zijn gebleven. Het beleidsplan zal in 2021 worden gefinaliseerd.

## **ORGANISATIEVERSTERKING**

Ten aanzien van Organisatieversterking was de focus tweeledig.

Om onafhankelijkheid in beleid, aanpak, handhaving en samenwerking te garanderen was het streven gericht op het uitbreiden van het aantal deelnemers uit de sector en vooral op het aantrekken van deelnemers uit andere sectoren, waaronder verzekeringsmaatschappijen, media- en evenementenbedrijven; bedrijven die een belangrijke invloed kunnen uitoefenen en (in)direct voordeel hebben bij het voorkomen en terugdringen van alcoholmisbruik. Om deelname te stimuleren is er in 2018 een contributieschema ontwikkeld met verschillende vormen van deelnemerschap.

Diverse bedrijven erkennen de importantie en de missie van STIVASUR, maar gaven de voorkeur aan het ondersteunen van bewustwordingsprogramma's in plaats van formele bundeling en de daarmee gepaard gaande deelnemerscontributie. Een belangrijk uitgangspunt daarbij was, dat het thema niet tot hun core-business kan worden gerekend.

**2020:** In 2020 is door de Stichting besloten om het deelnemerschap te beperken tot deelnemers uit de alcoholsector en partnerschappen aan te gaan met stakeholders uit de andere sectoren

voor het initiëren en uitvoeren van programma's en projecten. Om de onafhankelijkheid in besluitvorming te garanderen is gestreefd naar het aantrekken van een onafhankelijke directeur c.q. voorzitter. Hiervoor zijn er gesprekken gevoerd. Het besluit hierover zal in 2021 worden genomen.

## BEWUSTWORDING

In het beleidsplan 2017-2021 is besloten om ons, in het kader van verantwoord alcoholgebruik, te richten op de educatie en communicatie van de thema's: alcohol en jongeren, alcohol en zwangerschap, alcohol en verkeer en alcohol en (huiselijk) geweld.

Vanaf 2017 communiceert STIVASUR met de samenleving voornamelijk over alcohol en verkeer. Daar is bewust voor gekozen, omdat de gevolgen van alcohol in het verkeer direct zichtbaar zijn en een negatieve impact hebben op de samenleving. De communicatie is erop gericht om de samenleving bewust te maken dat alcohol en verkeer nooit samen gaan!

In de afgelopen periode is jaarlijks geparticipeerd aan de activiteiten van het ministerie van Justitie en Politie in het kader van de Verkeersveiligheidsmaand (15 augustus – 15 september). Daarnaast is er een billboardcampagne "Hoe eindigt jouw rit" uitgezet en een minidocumentaire 'Don't Drink and Drive' geproduceerd, waarin uitleg is gegeven over de effecten van alcohol op het lichaam met als gevolg een verminderd reactievermogen. De minidocumentaire is via lokale televisiezenders en social media uitgezonden. Tevens zijn korte video's gemaakt en vertoond via social media.



Ter educatie van de samenleving is tevens gekozen voor het plaatsen van “feiten over verantwoord alcoholgebruik” via social media.

**Ken je de feiten?**

Weet jij vanaf welke leeftijd alcoholconsumptie wettelijk toegestaan is ?



- Alcoholverkoop aan personen onder de 18 jaar is wettelijk verboden en strafbaar.
- Alcoholconsumptie is strafbaar voor personen onder de 18 jaar.
- Proeven en testen van alcohol is toegestaan vanaf 18 jaar.

**18+** Wettelijk vastgesteld:  
Alcoholverkoop en -consumptie! Alleen voor 18+

**Ken je de feiten?**

Weet jij wat voor effect alcohol heeft op jouw reactievermogen en rijgedrag?



Het effect van een borrel is verschillend op mannen en vrouwen!

Het is onder andere afhankelijk van je gemoedstoestand op die dag. Ben je moe, gestrest, heb je bepaalde medicijnen gebruikt of heb je slecht gegeten?

Dan heeft alcohol sneller effect op je reactievermogen en op je rijvaardigheid.

**ADVIES:**  
Neem na een borrel niet zelf deel aan het verkeer!  
Laat iemand die geen alcohol heeft gedronken, rijden!



**Ken je de feiten?**

Weet jij vanaf hoeveel promille genuttigd alcohol het strafbaar is om zelf een voertuig te besturen?



Volgens de wet bent u strafbaar wanneer u een voertuig bestuurt terwijl minstens 0,5 promille alcohol in uw bloed zit.

Desondanks stappen er jammer genoeg nog steeds dagelijks mensen met meer dan 0,5 promille genuttigde alcohol achter het stuur om zelf deel te nemen aan het verkeer.

Zij vormen een gevaar op de weg, en zorgen voor veel verdriet en ellende door dit ondoordacht besluit.

**ADVIES:**  
Neem na een borrel niet zelf deel aan het verkeer!  
DRINK VERANTWOORD!



STIVASUR heeft in 2019 de BOSS, de *Bewust Onbeschonken Sturende Surinamer* geïntroduceerd. Dat is de persoon die geen alcohol gebruikt en zorgt dat zijn/haar gezelschap, veilig wordt gereden. Hiermee worden mannen en vrouwen gestimuleerd om verantwoordelijkheid te nemen voor eigen en elkaars veiligheid op de weg.

De BOSS-campagne moet dé nationale campagne voor Suriname worden, zoals Nederland en België de welbekende ‘BOB’ hebben.



2019 Who's the BOSS?

In dit kader zijn een BOSS video en radiospot gelanceerd, diverse billboards en posters geplaatst op recreatieoorden in de districten Paramaribo, Wanica en Para om de bezoekers eraan te herinneren om vooraf af te spreken wie geen alcohol drinkt en de BOSS zal zijn. De introductie is gedaan door STIVASUR met ondersteuning van lokale partners. Doch, er is een grotere campagne nodig om de BOSS meer bekendheid te geven.

Onverantwoord alcoholgebruik blijft de verantwoordelijkheid van het individu zelf. Desondanks is STIVASUR van mening dat in samenwerking met de horeca en eventsorganisaties alcoholmisbruik en de gevolgen daarvan voorkomen kunnen worden.

Om die reden heeft STIVASUR in het kader van haar bewustwordingsbeleid met financiering van het Assuria Community Fund, groot USD 5.000, een *E-learning Verantwoord Alcohol Serveren*, ontwikkeld gericht op horecaeigenaren/-medewerkers en andere schenkers/verkopers van alcoholhoudende dranken op (huis)feesten, in (sport)kantines of bij (straat)evenementen.



Aandachtgebieden tijdens deze onlinetraining zijn onder andere informatie over en de effecten van alcohol, het (bloed)alcoholgehalte, relevante wetgeving, het nee-verkopen op een klantvriendelijke wijze, enzovoorts. Na het succesvol afronden van het toets-deel van EVAS, ontvangt de deelnemer een certificaat.

**2020:** Het streven was om in 2020 wederom een grote BOSS-campagne te lanceren, maar vanwege de COVID 19-pandemie is deze uitgesteld naar 2021. In 2020 is uitvoering gegeven aan het volledig opzetten van voormeld EVAS E-Learning programma. De lancering die in het afgelopen jaar was gepland, is eveneens door de COVID-maatregelen en de tijdelijke sluiting van de horeca, uitgesteld.

## NETWERKONTWIKKELING

Voor het succesvol realiseren van de doelstellingen en daarmee verband houdende programma's en projecten van STIVASUR, zijn kennis- en ervaringsuitwisseling en samenwerken met partners, van eminent belang. In de afgelopen lustrumperiode zijn gesprekken gevoerd met ministers/directeuren van Volksgezondheid, Justitie en Politie alsook van Handel en Industrie.

Tot op heden is het niet gelukt om met de internationale gezondheidsorganisatie, PAHO, gesprekken te voeren vanwege het beleid dat zij voert: geen dialoog met de alcoholindustrie. Vanuit de WHO zijn er thans veranderende inzichten, hetgeen hoop geeft voor de toekomst.

In de afgelopen 5 vijf jaar is er tevens veel contact geweest met zusterorganisaties als STIVA (Stichting Verantwoorde Alcoholconsumptie) Nederland als met de Trinidad and Tobago Beverage Alcohol Alliance (TTBAA).

**2020:** Het voornemen om in het eerste kwartaal van 2020 een 2-daags seminar "Nationaal Dialoog Verantwoord Alcoholgebruik" te organiseren is mede vanwege afzeggingen van lokale key-note sprekers, aangehouden. Het doel van dit seminar was om alle stakeholders/actoren, betrokken bij het vraagstuk samen te brengen, voor een juiste afstemming en integrale aanpak bij het elimineren van alcoholmisbruik. Daartoe zou de directeur van STIVA zijn ervaringen bij de totstandkoming en implementatie van het Nationaal Preventieakkoord ten behoeve van het voorkomen van problematisch alcoholgebruik in Nederland, delen met de Surinaamse actoren. Vanwege de COVID-maatregelen maar ook door het aantreden van een geheel nieuwe regering in 2020 met een nieuw beleid, is dit seminar tot nader order uitgesteld. In 2021 zal worden nagegaan op welk moment het seminar (al dan niet online) kan worden georganiseerd.

## EVALUATIE

Zoals eerder aangegeven was 2020 een uitdagend jaar, waarbij niet alleen STIVASUR, maar ook de rest van de wereld een pas op de plaats heeft moeten maken in het realiseren van haar doelstellingen en tegelijkertijd heeft kunnen evalueren en plannen kunnen bijstellen. Wij hopen dat de omstandigheden in 2021 gunstig zijn om de communicatie met de samenleving over verantwoord alcoholgebruik verder te verspreiden.



## VOORUITBLIK 2021

Het eerste kwartaal van 2021 doet ons beseffen dat het einde van COVID-19 vooralsnog niet in zicht is. STIVASUR zal in 2021 werken aan het finaliseren van haar beleidsplan 2021-2025, het updaten en ondertekend krijgen van haar Gedragscode voor verantwoorde marketing en reclame, het aantrekken van een onafhankelijke voorzitter danwel directeur, het juiste moment bepalen voor de (soft) launch van de E-learning Verantwoord Alcohol Serveren, het uitvoeren van een bewustwordingscampagne betreffende het (online) verkopen van alcohol aan 18+, de banden aantrekken met de nieuwe ministers en het inplannen van het seminar “Nationaal Dialoog Verantwoord Alcoholgebruik”.

## CONTACTGEGEVENS

Stichting Verantwoord Alcoholgebruik Suriname

Contactpersoon: Grace Boschman, Coördinator

Telefoon: +597 870 7501

E-mail: [info@stivasur.com](mailto:info@stivasur.com)

Website: [www.stivasur.com](http://www.stivasur.com)

Facebook: @STIVASUR