

JAARVERSLAG 2021

maart 2022



VOORWOORD

Het jaar 2021 was het tweede opeenvolgende jaar waarin niets was als tevoren. Covid-19 in delta en omikron-varianten bleven ons leven beheersen en stond het jaar wederom in het teken van ondermeer verdriet, onzekerheid en frustraties. Wederom een ongekend jaar met vele uitdaging voor de publieke en private sector.

De impact van Covid-19 op het bedrijfsleven in Suriname is voornamelijk inkomstenderving en zijn op enkele na, bijkans alle bedrijven negatief beïnvloed geworden door de pandemie. Covid-19 heeft in het afgelopen jaar indirect ook een effect gehad op hoe alcohol geconsumeerd werd. Enorm verheugd waren wij om te zien dat de handhaving van de bestaande regel waarbij eenieder verboden was om alcoholhoudende dranken te gebruiken in het openbaar een onderdeel was van de Covid-19 overheidsmaatregelen. Met de lockdowns werd de aan huis leveringen in snel tempo ontwikkeld. Enerzijds een goede ontwikkeling van de horeca service verlening anderzijds een groot risico voor onverantwoorde alcohol consumptie. De leveringen aan huis zijn ons inziens onvoldoende erop berekend om te voorkomen dat er alcohol aan huis geleverd werd aan minder jarigen.

Vooruitkijkend, hoewel de snelheid van herstel onzeker blijft en we worden geconfronteerd met andere uitdagingen zoals de wereldwijde effecten op de productie sector door de oorlog in Oekraïne, maar ook de globale en locatie inflatie, worden we aangemoedigd door de daling van de Covid-19 besmettingscijfers en sterftegetal en daarmee ook openstelling van de samenleving. Dit geeft mij het vertrouwen dat we op koers liggen om op een veilige en gefaseerde manier de transitie in gang kunnen zetten terug naar het nieuwe normaal.

Namens het STIVASUR Bestuur,



Margarita van der Zwart – Gonsalves Jardin de Ponte
Voorzitter

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord

1. Strategisch beleid 2022-2025	4
2. Organisatieversterking	4
3. Bewustwording	7
4. Netwerkontwikkeling	9
5. Vooruitblik 2022	11

Contactgegevens

1. STRATEGISCH BELEID 2022-2025

Vanaf de oprichting van STIVASUR in 2015 is de focus vooral gelegd op de onafhankelijkheid van de organisatie - onafhankelijk van de alcoholindustrie - in de strijd tegen alcoholmisbruik. In de strategische beleidsessies van 2021 met de Deelnemers zijn deze visie en de missie van STIVASUR, wederom bekrachtigd.

MISSIE

1. Het vaststellen van spelregels voor verantwoorde alcohol reclame en verkoop en het beïnvloeden van de naleving hiervan.
 2. Het bestrijden van onverantwoorde alcoholconsumptie.
 3. Duidelijke communicatie en samenwerking hieromtrent met alle stakeholders binnen de overheid en samenleving.
-

De strategische doelen van de organisatie zijn eveneens gehandhaafd.

STRATEGISCHE DOELEN

1. Organisatieversterking (intern)
 2. Bewustwordingsprojecten voor verantwoord gebruik van alcohol en de gevolgen daarvan (lokaal)
 3. Netwerkontwikkeling (zusterorganisaties, overheid, organisaties bestrijding misbruik, horeca, PAHO/WHO) (nationaal en regionaal/internationaal)
-

Tijdens het strategisch proces is besloten tot wijziging van de strategie bij de beleidsdoelen; de wijzigingen worden bij de bespreking van de strategische doelen belicht.

2. ORGANISATIEVERSTERKING

In het eerste lustrum van de organisatie is gewerkt aan het neerzetten van een stabiele basis van de onafhankelijke organisatie: het Bestuur, de Deelnemers, de Gedragscode Evaluatie Commissie en het Bureau zijn de resultaten daarvan.

Door de zelfregulering van de Deelnemers, blijft de onafhankelijke positie van STIVASUR gegarandeerd. Met die zelfregulering committeren de Deelnemers zich aan het voeren van verantwoorde reclame, marketing en verkoop van alcoholhoudende producten en het stimuleren van programma's gericht op verantwoord alcoholgebruik.

Was de focus vanaf de oprichting nog op het werven van deelnemers uit diverse sectoren, in 2021 is besloten het werven te beperken tot bedrijven in de alcoholindustrie, terwijl bij de uitvoering van activiteiten gewerkt moet worden aan het verruimen van partnerschappen met organisaties/bedrijven uit diverse sectoren.

Zoals in eerdere jaarverslagen vermeld is het toetreden van nieuwe deelnemers tot STIVASUR helaas nog moeizaam verlopen.

- De kleinere bedrijven in de alcoholsector zien nog onvoldoende het nut van samenwerking en zien meer in eigen organisatiebeleid ten aanzien van de verantwoorde alcoholreclame en marketing; onder andere hierdoor wordt deelnemen in STIVASUR strategisch nog niet erkend.
- Organisaties/bedrijven uit diverse sectoren zijn bereid middels samenwerking, sponsoring de activiteiten op het gebied van verantwoord alcoholgebruik te stimuleren. Dit blijkt uit de sponsoring/donaties die STIVASUR bij de uitvoering van programma's heeft ontvangen.

De aanpak van STIVASUR in het bijzonder t.a.v. de communicatie bij de werving van partijen, zal in 2022 gerichter aangepakt worden.

Met betrekking tot organisatieversterking 2022-2025 zullen de activiteiten zijn:

ORGANISATIEVERSTERKING

1. Coördinatie van activiteiten, vormgeven aan onafhankelijke organisatie die zelfregulering stuurt en bewaakt.
2. Werven deelnemers, samenwerkingspartners, aangaan van partnerschappen.
3. Financiële versterking middels uitbreiding deelnemers en samenwerkingspartners: deelnemersbijdrage, sponsoring, projectfinanciering.
4. Periodieke rapportages.

BESTUUR

Statutair is vastgelegd dat bestuursleden voor twee jaar in functie gekozen worden. In 2021 is per vergadering bepaald dat er geen wijzigingen komen in de bestuurssamenstelling.

Derhalve wordt het bestuur gevormd door:

- Margarita van der Zwart – Gonsalves Jardin de Ponte, Voorzitter
- Diana Halfhide, Secretaris
- Shailesh Soekhai, Penningmeester

Het Bestuur wordt bijgestaan door Grace Boschman, in de functie van Coördinator van het Bureau.

DEELNEMERS

De huidige deelnemers van STIVASUR zijn: King's Enterprises N.V., Surinaamse Brouwerij N.V. en Suriname Alcoholic Beverages N.V., die samen meer dan 80% van de alcoholmarkt vertegenwoordigen. De samenwerking om verantwoorde alcoholreclame en -marketing en verantwoord alcoholgebruik uit te dragen, is zeer goed te noemen.

GEDRAGSCODE VOOR VERANTWOORDE RECLAME EN MARKETING VOOR ALCOHOLHOUDENDE DRANKEN

VERANTWOORDE ALCOHOLRECLAME EN-MARKETING

- De regels zijn van toepassing op producenten, importeurs, leveranciers, verkopers (via digitale platformen), reclamebureau's, de horeca en cateringbedrijven, event- en mediabedrijven.
 - Regels zijn vastgelegd in de *Gedragscode voor Reclame en Marketing voor Alcoholhoudende Dranken* van STIVASUR.
 - De communicatie is gericht op de samenleving die moet toezien op de juiste toepassing van de deelnemende bedrijven bij hun reclame-uitingen. Burgers worden in de gelegenheid gesteld om vragen te stellen/klachten in te dienen.
 - De naleving van de Gedragscode wordt bewaakt door de Gedragscode Evaluatie Commissie, die na onderzoek een besluit neemt over de klacht en maatregelen treft.
-

Reeds in 2016 hebben de deelnemers zich gecommitteerd aan deze Gedragscode. Elke 2 jaar dient de Code statutair aangescherpt te worden op (internationale) ontwikkelingen op het gebied van verantwoord alcoholgebruik. De eerste aanscherping was in 2018.

De aanscherping in 2021 was in het bijzonder gericht op aanbevelingen die door de IARD, International Alliance for Responsible Drinking 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 jaar.

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 (w.o. animatiefilms), 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.

De samenleving moet middels het melden van een klacht, fungeren als bewaker van de juiste toepassing van de gedragsregels bij reclame-uitingen. Vanwege het uitblijven van klachten of vragen over reclame-uitingen, billboards, promotie-acties, en dergelijke, zal STIVASUR in

2022 een campagne lanceren, gericht op het vergroten van de betrokkenheid van de samenleving bij de beoordeling van de gedragsregels. De toetsing van de klacht geschiedt door de onafhankelijke Gedragscode Evaluatie Commissie.

GEDRAGSCODE EVALUATIE COMMISSIE

De Gedragscode Evaluatie Commissie is in 2016 geïnstalleerd en bestaat uit vertegenwoordigers van stakeholders met ruime expertise om een verantwoord besluit te kunnen nemen. Het betreft de volgende stakeholders:

- Een gepensioneerd rechter, de heer S. Gangaram Panday.
- Het ministerie van Justitie en Politie, de heer M. Blackson.
- De Vereniging Surinaams Bedrijfsleven, de heer K. Ganesh.
- De Vereniging van Journalisten, de heer W. Leeuwin.

Vanwege een lagere frequentie van onze activiteiten mede door de Covid-pandemie was het niet mogelijk de leden bijeen te krijgen voor de jaarlijkse vergadering. In het begin van 2022 zal hier aandacht aan besteed worden. De recente update van de Gedragscode als ook de genoemde campagne zullen eveneens onderdeel zijn van deze vergadering.

3. BEWUSTWORDING

BEWUSTWORDING

Uitvoering van zichtbare projecten gericht op: verkeer, zwangerschap, jongeren, onderwijs, horeca- en horecazoekers, media- en eventbedrijven, verslavingszorg.

De noodzakelijkheid van dit doel in het strategisch beleid 2022-2025 is in de diverse overleggen van het bestuur en met de Deelnemers, extra benadrukt. In het algemeen wordt gesteld dat de Surinaamse burger nog te achteloos omgaat met de eigen verantwoordelijkheid met betrekking tot verantwoorde alcoholconsumptie; wellicht vanwege groepsdruk, onwetendheid en onvoldoende handhaving.¹

¹ Handhaving door de politie in het verkeer, handhaving van winkeliers, de horeca en bij evenementen op alcoholverkoop aan jongeren/bij gebruik door jongeren, handhaving in de media m.b.t. de zendtijd van reclameboodschappen in relatie tot de doelgroep, enz.

VERANTWOORDE ALCOHOLCONSUMPTIE

- De communicatie is gericht op de samenleving.
- Het matigen van alcoholgebruik ter voorkoming van het ontwikkelen van een drankpatroon dat leidt tot lichamelijke klachten en/of psychische of sociale problemen, overmatig en zwaar alcoholgebruik.
- Geen alcohol voor personen jonger dan 18 jaar.
- Geen alcohol voor vrouwen die in verwachting zijn.
- Geen alcohol bij deelname aan het verkeer.

In 2021 is een bewustwordingscampagne gevoerd gericht op verkopers, restauranthouders en andere horecabedrijven alsook bezorgers om aandacht te vragen voor het leveren van alcoholhoudende producten aan jongeren. Het online bestellen was mede vanwege de COVID maatregelen een welkome oplossing, doch de doelgroepen waren zich er onvoldoende van bewust dat de levering aan jongeren onder de 18 jaar, ook strafbaar is. Een drietal video's en images met tips voor verkopers, bezorgers en ook ouders zijn ontwikkeld en via social media verspreid.



De productie van de E-learning voor Verantwoord Alcohol Serveren is afgerond; het voor Suriname unieke project is gereed voor lancering. Doch, 2021 was voor de horeca-eigenaren en evenementenorganisaties geen gunstig jaar vanwege de Covid-pandemie. De introductie is gepland voor het tweede semester van 2022, uiteraard afhankelijk van de dan geldende Covid 19-maatregelen.

4. NETWERKONTWIKKELING

Voor een breder draagvlak is het van belang dat STIVASUR zowel nationaal als internationaal in nauw contact blijft en samenwerkt met relevante organisaties.

NETWERKONTWIKKELING

Het uitbreiden van partnerschappen met de overheid, horeca en mediabedrijven en samenwerking met en ondersteuning van internationale zusterorganisaties voor ontwikkelen van nieuwe en gebruik van bestaande concepten om verantwoord alcoholgebruik te stimuleren.

Het is in 2021 niet mogelijk geweest om een kennismakingsbezoek te brengen aan de ministeries betrokken bij het vraagstuk van voorkomen van onverantwoord alcoholgebruik. Door de regeringswisseling in 2020 is een herhaald bezoek waarbij de doelstellingen van de organisatie en de speerpunten voor samenwerking worden benoemd, gewenst. In 2022 zal hier aandacht aan besteed worden.

5. VOORUITBLIK 2022

Met een verhoogd percentage van de bevolking dat gevaccineerd is tegen Covid, lijken de vooruitzichten voor 2022 gunstiger gestemd. Weliswaar zal voorzichtigheid nog altijd geboden zijn, maar een voorzichtige planning van activiteiten is mogelijk.

In het jaarplan 2022 zijn onder andere opgenomen:

- Werken aan de werving van deelnemers en samenwerkingspartners bij projecten.
- Een campagne gericht op het vergroten van de bekendheid van de regels in de gedragscode voor verantwoorde marketing en reclame.
- De introductie van de E-learning voor Verantwoord Alcohol Serveren en daaraan gekoppeld een campagne voor de bewustwording.
- Kennismakingsbezoeken aan ministeries en oriëntatiegesprekken voeren met stakeholders.
- Inventariseren van de mogelijkheden voor het doen van een nationaal onderzoek over de omvang van alcoholmisbruik en de perceptie van verantwoord alcoholgebruik in Suriname.

Ook in 2022 blijven wij verder werken aan meer bewust verantwoord alcohol consumeren in Suriname.

CONTACTGEGEVENS

Stichting Verantwoord Alcoholgebruik Suriname

Contactpersoon: Grace Boschman, Coördinator

Telefoon: +597 870 7501

E-mail: info@stivasur.com

Website: www.stivasur.com

Follow us on social media:   