



Waarom VAD niet samen- werkt met de alcoholindustrie

De Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) roept landen op om snel in actie te schieten om 'schadelijk gebruik van alcohol te reduceren'¹. Zo wil men de gezondheid en de sociale situatie van individuen, families en gemeenschappen verbeteren. Er is internationaal grote bezorgdheid om de rol van de alcoholindustrie in dit proces. In wat volgt motiveert VAD haar standpunt om niet samen te werken met alcoholproducenten.

Wereldwijd veroorzaakt alcoholgebruik ongeveer 3 miljoen doden per jaar - evenveel als het totale aantal COVID-19-doden² van het begin van de pandemie tot nu. Dit is een onaanvaardbaar hoog aantal. Bovendien is er ondertussen voldoende bewijs dat alcoholgebruik bijdraagt aan de ontwikkeling van meer dan 200 aandoeningen, waarvan 7 soorten kanker³.

De WHO is ook bezorgd om de alcoholmarketing, reclame en promoties die een impact hebben op het drinkgedrag van jongeren. Daarom dringt de WHO er bij de lidstaten op aan om nationale alcoholactieplannen te maken en om passende wetgeving uit te werken om de gezondheidsdoelstellingen te halen.

De invloed van de alcoholindustrie

In 2020 vroeg de Wereldgezondheidsorganisatie online advies over een werkdokument⁴ over de alcoholstrategie van de WHO. Het was de bedoeling een wereldwijd actieplan te ontwikkelen om die alcoholstrategie beter te implementeren. Zowel het maatschappelijk middenveld, de academische wereld als de alcoholindustrie konden bijdragen indienen. Intussen heeft de WHO de consultatiebijdragen vrijgegeven. Er waren 253 inzendingen waarvan 75 van de alcohol- en reclame-industrie (bijvoorbeeld Belgische Brouwers, the Brewers of Europe, spiritsEUROPE, World Federation of Advertisers...) en pro-industriële denktanks, zoals het Istituto Bruno Leoni, AssoBirra en Federvini.

Diverse organisaties waaronder VAD, European Alcohol Policy Alliance (Eurocare) en de Global Alcohol Policy Alliance (GAPA) maken zich ernstige zorgen over de invloed die de alcoholindustrie uitoefent op het gezondheidsbeleid en de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (Sustainable Development Goals of SDG's). Recent stellen we in Vlaanderen vast dat ook welzijnsorganisaties en onderwijskoepels actief worden benaderd door de alcoholindustrie om gezamenlijke standpunten te onderschrijven.

¹ [https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB146/B146\(14\)-en.pdf](https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB146/B146(14)-en.pdf)

² <https://covid19.who.int/geraadpleegdop20/04/2021>

³ World Health Organization. (2018). Global status report on alcohol and health 2018. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/274603>

⁴ <https://www.who.int/news-room/articles-detail/global-action-plan-to-reduce-the-harmful-use-of-alcohol>

Geen samenwerking met de alcohol-industrie

VAD kiest er expliciet voor om niet in te gaan op de vraag naar samenwerking met de alcoholindustrie en dit omwille van voor de hand liggende belangenconflicten:

- De alcoholindustrie beoogt een grotere omzet en wil bijgevolg dat (nog) meer mensen meer alcohol gaan drinken. Inzetten op preventie dient in deze context louter om hun imago op te poetsen en is dus weinig geloofwaardig.
- Vanuit gezondheidsperspectief hanteren we de regel 'hoe minder hoe beter' (WHO). Deze doelstelling staat lijnrecht tegenover de doelstellingen van de alcoholindustrie, namelijk de productie en de afzetmarkt vergroten.

De WHO roept ook op om het alcoholbeleid enkel te voeren vanuit het perspectief van de volksgezondheid en niet te laten beïnvloeden door de alcoholindustrie en commerciële belangen⁵.

Enkele strategieën van de industrie

De alcoholindustrie werpt zich graag op als een verantwoordelijke speler die ook belang hecht aan preventie. De industrie gebruikt dan ook uiteenlopende strategieën om zich een positief imago aan te meten, zonder daarbij haar commerciële belangen te schaden. We gaan hier dieper in op een paar van deze strategieën:

- Het naar voren schuiven van verantwoord drinken. De praktijken die de alcoholindustrie hanteert zijn vaak weldoordacht. De op het eerste zicht goed klinkende voorstellen zoals het promoten van 'verantwoord alcoholgebruik' verbloemen het uiteindelijk doel, met name alcohol an sich promoten. Bovendien legt dit de verantwoordelijkheid bij het individu. De boodschap 'drink verantwoord' focust op de individuele verantwoordelijkheid van de drinker. Zo probeert de industrie strengere regulering voor alcoholgebruik en rijden onder invloed te vermijden⁶. Ook de slogan 'Bier drink je met verstand' past binnen deze strategie.
- Acties steunen waarvoor al een groot maatschappelijk draagvlak bestaat. Het gaat hier om maatregelen die al overeenstemmen met de publieke opinie en die bijvoorbeeld al in omliggende landen in voege zijn. Een recent voorbeeld in België zijn de lobbygroepen van de sterkedrankindustrie die draagvlak zoeken voor het verhogen van de beginleeftijd voor alcoholconsumptie naar 18 jaar. Een nobel doel waar VAD en de Hoge Gezondheidsraad al lang voor pleiten. Bovendien weten we uit onderzoek dat hier een groot maatschappelijk draagvlak voor bestaat. Voor de sterkedrankindustrie zou dit echter niets veranderen, want de beginleeftijd voor sterkedrank ligt toch al op 18 jaar. Veelzeggend is dat de bierbrouwers, die het meest te verliezen hebben bij een verhoging van de minimumleeftijd voor bier en wijn, net blijven pleiten en lobbyen voor het verschil in beginleeftijd.

⁵ <https://www.who.int/publications/i/item/the-safer-brochure>. Geraadpleegd op 20/04/2021.

⁶ Perl, R., & Brotzman, L. (2018). Trouble Brewing: Making the Case for Alcohol Policy. New York geraadpleegd via <https://troublebrewingreport.org/the-alcohol-industry>

- Betrokkenheid van de alcoholindustrie in wetenschappelijk onderzoek. Bijvoorbeeld over de zogenaamde gezondheidsclaims van matig alcoholgebruik. Zolang onderzoeksresultaten en publicaties echter opgevolgd en beoordeeld worden vanuit de industrie, kan er van onafhankelijk onderzoek geen sprake zijn. Dergelijk onderzoek en de aanbevelingen die eruit volgen missen elke vorm van geloofwaardigheid (Stockwell et al, 2016)⁷.

Door rond een aantal geïsoleerde en weinig effectieve of onvermijdelijke maatregelen samen te werken met de overheid, middenveldorganisaties en NGO's, verzekert de alcoholindustrie zich van een preventief imago. Ondertussen werken zij echter effectievere beleidsmaatregelen tegen, bijvoorbeeld de WHO 'SAFER-richtlijn. Die richtlijn voorziet in effectieve maatregelen op vlak van prijsbeleid, beschikbaarheid, marketing, screenings, korte interventies en behandeling en rijden onder invloed.

Binnenlandse en buitenlandse ervaringen en evaluaties

Het standpunt van VAD om niet met de alcoholindustrie samen te werken, bouwt verder op ervaringen en evaluaties in binnen- en buitenland en op standpunten van instellingen zoals de Wereldgezondheidsorganisatie.

AB InBev, de grootste bierbrouwer ter wereld, met hoofdzetel in België, speelt in op imagoversterkende preventiecampagnes. In het kader van een Corporate Social Responsibility-strategie⁸ heeft de bierbrouwer de 'Smart Drinking Goals' ontwikkeld. Dat programma moet de negatieve gevolgen van alcoholconsumptie met tien procent verminderen tegen 2025. AB InBev stelt hiervoor een aanzienlijk bedrag ter beschikking en zoekt samenwerking met lokale en regionale overheden en partners. Zo ontstond in Leuven het Lazarus-project⁹, waarin de stad Leuven samenwerkt met ABInBev.

In Engeland vond in het verleden samenwerking tussen de overheid en de alcoholindustrie plaats. In 2011 werd daar de Public Health Responsibility Deal gelanceerd, een overeenkomst tussen de overheid en o.a. de gezondheidsorganisaties en de alcoholindustrie. De verschillende actoren die de overeenkomst tekenden, engageerden zich ertoe om tussen 2011 en 2015 op vrijwillige basis stappen zetten om de schade van alcohol te beperken en zo de gezondheidsdoelstellingen te halen. Dat experiment wordt nu door de academische wereld¹⁰ en gezondheidsvoorzieningen zeer negatief beoordeeld. De belangrijkste kritiek is dat de alcoholindustrie kiest voor de minst effectieve preventiestrategieën. Een dergelijke deal voorkomt dat de overheid krachtigere maatregelen treft door bijvoorbeeld hogere taksen te heffen om de beschikbaarheid van alcoholproducten verder te beperken. In die periode heeft de alcoholindustrie ook verhinderd dat de Schotse overheid een minimumprijs zou opleggen voor alcoholische dranken om te beletten dat men met prijsverlagingen specifieke groepen probeert aan te trekken, bijvoorbeeld jongeren. Dat deed ze door een zaak aanhangig te maken bij het Europees Hof omwille van marktverstoring. Ook toen in 2016 in het

⁷ Stockwell, T., Zhao, J., Panwar, S., Roemer, A., Naimi, T., Chikritzh, T. (2016). Do 'Moderate' Drinkers have reduced Mortality Risk? A systematic review and meta-analysis of alcohol consumption and all-cause mortality.

⁸ EUCAM (2009). Corporate Social Responsibility: the new marketing tool Trends in Alcohol Marketing. EUCAM. geraadpleegd op 30/03/2021 via <https://eucam.info/2009/08/06/corporate-social-responsibility-the-new-marketing-tool/>

⁹ <https://lazarusproject.be/lazarus-heeft-de-kracht-om-ook-de-regels-te-veranderen/>

¹⁰ Institute of Alcohol Studies (2015). 'Dead on Arrival? Evaluating the Public Health Responsibility Deal for Alcohol'. Londen: Institute of Alcohol Studies. Geraadpleegd op 30/03/2021 via https://www.ias.org.uk/uploads/pdf/IAS%20reports/Dead%20on%20Arrival_x3F_%20Evaluating%20the%20Public%20Health%20Responsibility%20Deal%20for%20Alcohol.pdf

Verenigd Koninkrijk de alcoholrichtlijn werd herzien stelde de alcoholindustrie zich erg kritisch op omdat ze niet waren betrokken bij de ontwikkeling van de nieuwe alcoholrichtlijn. The Portman Group belette tot 2019 dat de nieuwe richtlijn werd vermeld op de productlabels, hoewel dit net een afspraak was in de Public Health Responsibility Deal¹¹.

Professor Thomas Babor¹² concludeert in een recent artikel dat de Corporate Social Responsibility-activiteiten van de alcoholindustrie net tot resultaat hebben dat alcohol toegankelijker wordt en dat ze in feite een promotiecampagne zijn. Dergelijke campagnes wekken de indruk dat ze de volksgezondheid dienen, terwijl het weinig waarschijnlijk is dat deze aanpak het schadelijk alcoholgebruik doet afnemen. De alcoholindustrie haalt hier vooral een commercieel strategisch voordeel uit. Ook andere onderzoekers¹³ komen tot de bevinding dat initiatieven vanuit de alcoholindustrie gebruikt worden om het regulerend kader te beïnvloeden in overeenstemming met de belangen van de industrie.

Margaret Chan, voormalig directeur-generaal van de WHO, stelt het zo: “Vanuit het oogpunt van de WHO, heeft de alcoholindustrie geen rol in het formuleren van een [preventie] beleid, dat moet worden beschermd tegen vervorming door commerciële of gevestigde belangen. De WHO is dankbaar voor de vele wetenschappers en maatschappelijke organisaties die zorgvuldig waken over het gedrag van de alcoholindustrie¹⁴.”

Ieder zijn rol

VAD moedigt de alcoholindustrie aan om op hun terrein stappen te zetten zoals het promoten van bijvoorbeeld bieren met een lager alcoholgehalte, het opleiden van barpersoneel om leeftijdsgrenzen te respecteren, het correct informeren op de etiketten, enzovoort. De industrie volgt een commerciële logica en is dus niet geloofwaardig wanneer ze het drinkgedrag bij het grote publiek wil doen afnemen of ouders wil zeggen hoe ze hun kinderen best op een verantwoordelijke manier met alcohol leren omgaan. Van de industrie wordt wel verwacht dat ze de overheidsrestricties respecteert en deze niet hindert door lobbywerk en het aanspannen van rechtszaken.

¹¹ Hawkins, B. R., & McCambridge, J. (2021). Partners or opponents? Alcohol industry strategy and the 2016 revision of the UK low-risk drinking guidelines. *Journal of studies on alcohol and drugs*, 82(1), 84-92.

¹² Babor, T. F., Robaina, K., Brown, K., Noel, J., Cremonese, M., Pantani, D., ... & Pinsky, I. (2018). Is the alcohol industry doing well by 'doing good'? Findings from a content analysis of the alcohol industry's actions to reduce harmful drinking. *BMJ open*, 8(10), e024325.

¹³ Mialon, M. & McCambridge, J., (2018). Alcohol industry corporate social responsibility initiatives and harmful drinking: a systematic review, *European Journal of Public Health*, Volume 28, Issue 4, 664–673. Geraadpleegd via <https://academic.oup.com/eurpub/article/28/4/664/4985717?login=true>

¹⁴ Chan, M. (2013). WHO's response to article on doctors and the alcohol industry. *BMJ (Clinical Research Ed.)*, 346(May), Geraadpleegd op 30/03/2021 via <https://www.bmj.com/content/346/bmj.f2647>



Colofon

Redactie & Layout: VAD

V.U.: P. Van Deun, Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel

© 2021

VAD, Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel

T 02 423 03 33 | vad@vad.be | www.vad.be

Ondernemingsnummer: 0424.327.587 | RPR Brussel

Deze tekst werd op 21 mei 2021 bekrachtigd door de Raad van Bestuur van VAD



VLAAMS EXPERTISECENTRUM
ALCOHOL EN ANDERE DRUGS