



De Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) heeft in 2010 een globale strategieⁱ uitgetekend om het 'schadelijk gebruik van alcohol' te reduceren en zo de gezondheid en de sociale situatie van individuen, families én gemeenschappen te verbeteren.

De WHO dringt er bij de lidstaten op aan om nationale plannen te maken op alle vlakken van hun bevoegdheden en om passende wetgeving uit te werken om de gezondheidsdoelstellingen te halen. De WHO stelt voor om ook de Ngo's en de alcoholindustrie erbij te betrekken.

AB-Inbev, de nummer 1 in België en goed voor 30% van de wereldmarkt, speelt hierop in. In het kader van een Corporate Social Responsibilityⁱⁱ strategie heeft de bierbrouwer een programma ontwikkeld, de 'Smart Drinking Goals'ⁱⁱⁱ, dat tot doel heeft tegen 2025 een 10% vermindering te realiseren van de negatieve gevolgen van alcoholconsumptie. Zij stellen hiervoor een aanzienlijk bedrag ter beschikking en zoeken samenwerking met lokale en regionale overheden en partners.

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 is in deze context louter voor de schone schijn en dus weinig geloofwaardig;
- Vanuit gezondheidsperspectief hanteren we 'hoe minder hoe beter' (WHO). Deze doelstelling staat lijnrecht tegenover de doelstellingen van de alcoholindustrie;
- Ook al probeert de alcoholindustrie het negatieve imago van problematisch alcoholmisbruik van zich af te schudden, toch is het net de groep van 20% problematische drinkers die zorgen voor 80% van hun omzet;
- Door op een aantal geïsoleerde en weinig effectieve maatregelen en domeinen samen te werken met de overheid en de Ngo's, verzekert de alcoholindustrie zich van een preventief imago, terwijl men effectieve beleidsmaatregelen (de WHO 'Best Buys': prijsbeleid, beschikbaarheid en marketing) tegenwerkt;
- Door de betrokkenheid van de alcoholindustrie in wetenschappelijk onderzoek over de zogenaamde gezondheidsclaims van matig alcoholgebruik mist dit onderzoek en de aanbevelingen die eruit volgen, elke vorm van geloofwaardigheid (Stockwell et al, 2016)^{iv}.

We baseren dit standpunt op een aantal ervaringen en evaluaties in het buitenland en standpunten van o.a. de Wereldgezondheidsorganisatie.

In Engeland vond in het verleden wel samenwerking met de alcoholindustrie plaats. Tussen 2011 en 2015 heeft de overheid o.a. met de gezondheidsorganisaties en de alcoholindustrie een overeenkomst gemaakt op basis van vrijwillige zelfregulatie om de gezondheidsdoelstellingen te halen, de Responsibility Deal^v. Dat experiment is nu door de academische wereld^w 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 krachtiger maatregelen treft door bijvoorbeeld hogere belastingen te heffen wat de beschikbaarheid van alcoholproducten verder beperkt. In die periode heeft de alcoholindustrie ook verhindert 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 Europese Hof omwille van marktverstoring (Bron: Institute on Alcohol Studies^{vii}).

Thomas Babor^{viii}, een eminent onderzoeker, 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.

Margaret Chan, 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. WHO is dankbaar voor de vele wetenschappers en maatschappelijke organisaties die zorgvuldig waken over het gedrag van de alcoholindustrie.”*^{ix}

Ieder zijn rol

VAD moedigt de alcoholindustrie aan om op hun terrein stappen te zetten zoals het promoten van bv. bieren met lager alcoholgehalte, het opleiden van barpersoneel om leeftijdsgrenzen te respecteren, door correct te informeren op de etiketten, enz. Het is niet de rol van de alcoholindustrie om het drinkgedrag bij het grote publiek te beïnvloeden of ouders te zeggen hoe ze hun kinderen best op een verantwoordelijke manier met alcohol leren omgaan. Van de industrie wordt wel verwacht dat ze de overheidsrestricties respecteren en deze niet hinderen door lobbywerk en het aanspannen van rechtszaken.

Referenties

- ⁱ World Health Organisation. (2010). The WHO global strategy to reduce the harmful use of alcohol. WHO Geneva (Vol. 46). doi:10.1093/alcalc/agr035
- ⁱⁱ <http://eucam.info/2009/08/06/corporate-social-responsibility-the-new-marketing-tool/> bezocht op 6/1/16
- ⁱⁱⁱ <http://www.ab-inbev.com/social-responsibility/smart-drinking/global-goals.html> bezocht 6/1/2016
- ^{iv} Stockwell, T., Zhao, J., Panwar, S, Roemer, A, Naimi, T., Chikritzhs, T. (2016). Do 'Moderate' Drinkers have reduced Mortality Risk? A systematic review and meta-analysis of alcohol consumption and all-cause mortality.
- ^v <https://responsibilitydeal.dh.gov.uk/about/> bezocht op 6/1/2016
- ^{vi} Gornall, J. (2013). Doctors and the alcohol industry: an unhealthy mix? BMJ (Clinical Research Ed.), 1889(April), 1–4. doi:10.1136/bmj.f1889
- ^{vii} IAS. (2015). Dead on Arrival ? Evaluating the Public Health Responsibility Deal for Alcohol. <http://www.ias.org.uk/>
- ^{viii} Babor, T., Robaina, K., & Jernigan, D. (2014). The influence of industry actions on the availability of alcoholic beverages in the African Region. Addiction (Abingdon, England), 110(1), 561–71. doi:10.1111/add.12832
- ^{ix} Chan, M. (2013). WHO's response to article on doctors and the alcohol industry. BMJ (Clinical Research Ed.), 346(May), f2647. doi:10.1136/bmj.f2647

Colofon

Deze tekst werd op 18 maart 2016 bekrachtigd door de Raad van Bestuur van VAD

Redactie: Paul Van Deun, voorzitter

Lay-out: Greet Van Holsbeeck, VAD

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

© 2016

VAD, Vanderlindenstraat 15, 1030 Brussel

T 02 423 03 33 | F 02 423 03 34 | vad@vad.be | www.vad.be

