

# Beknopt beleidsplan 2022

STAP richt zich in 2022 op de volgende concrete zaken:

## **1. Verspreiden van kennis over de gevolgen van alcoholgebruik voor de gezondheid.**

STAP streeft naar maatschappelijke bewustwording van de schadelijke gevolgen van alcoholgebruik voor de gezondheid, met name voor het ontstaan van kanker, in het bijzonder borstkanker. Weinig mensen zijn zich bijvoorbeeld bewust van het risico op het ontstaan van kanker als gevolg van zelfs matig alcoholgebruik. Ook beheert STAP een website met actuele informatie en tien themapagina's, waaronder 'alcohol en kanker', 'alcohol en hersenen' en 'alcohol en zwangerschap'. Maandelijks verschijnt Alcohol Actueel met de belangrijkste nieuwsberichten. Wat de richtlijn voor alcoholgebruik betreft sluit STAP zich aan bij die van de Gezondheidsraad: 'drink geen alcohol of in ieder geval niet meer dan één glas per dag'.

## **2. Lobby tegen blurring met alcohol.**

Voor zowel tabak als voor alcohol geldt dat als het aantal verkooppunten wordt beperkt het aantal gebruikers afneemt. En andersom: als het aantal verkooppunten stijgt, neemt het aantal gebruikers toe. En een toename van het aantal gebruikers, leidt per definitie tot een toename van de problematiek. Daarom verzet STAP (maar ook andere gezondheidsorganisaties) zich al enkele jaren tegen blurring met alcohol, zoals voorgesteld in het initiatiefwetsvoorstel van het Kamerlid Erik Ziengs, inmiddels overgenomen door Thierry Aartsen. Als dat wetsvoorstel wordt aangenomen komen er op veel plaatsen mengvormen van retail en horeca (wijnkje bij de kapper, proeverijen in de supermarkt, een wasserette met bar etc.). Helaas is in het Coalitieakkoord 2021-2025 regulering van blurring in winkelgebieden opgenomen. Wat precies de plannen zijn van het kabinet Rutte IV is nog niet duidelijk.

## **3. Pleiten voor informatie en waarschuwingen op verpakkingen van alcoholhoudende dranken.**

STAP is van mening dat alcohol een bijzonder product is waarvoor extra zware wettelijke etiketteringsregels zouden moeten gelden. STAP kiest voor een aparte wettelijke Europese regeling (lex specialis) specifiek voor alcoholhoudende dranken. Daarin moet geregeld worden dat op het etiket komt te staan:

- de ingrediënten en de voedingswaarde;
- het alcoholgehalte en - indien van toepassing - de allergenen;
- opvallende gezondheidsinformatie over bijv. alcohol en zwangerschap, alcohol en kanker en rijden onder invloed.

## **4. Bijdragen aan een betere naleving en handhaving van de leeftijdsgrens van 18 jaar.**

STAP ondersteunt de Nederlandse Vereniging voor Drank en Horeca Inspecteurs (NVDI) die o.m. is opgericht om de handhavingsdeskundigheid te verbeteren, o.a. door uitwisseling van kennis en ervaring. De directeur van STAP is lid van de examencommissie Alcoholwet van ExTH.

STAP draagt ook bij aan goede handhaving van de leeftijdsgrens door het adviseren van gemeenten over zaken m.b.t. de naleving ervan door alcoholverstrekkers.

#### **5. Bevorderen dat alcohol niet te goedkoop wordt aangeboden.**

STAP voert een krachtig pleidooi voor invoering van een minimumprijs voor alcohol (MUP). Onderzoek van het RIVM, waaraan ook het Trimbos-instituut heeft bijgedragen, toont aan dat het alcoholgebruik van overmatige, zware en problematische drinkers door introductie van een MUP afneemt. Zij drinken namelijk een groot deel van de hele goedkope alcohol. De matige drinker wordt nauwelijks geraakt bij het invoeren van een minimumprijs. Daarnaast blijkt uit modelstudies dat MUP leidt tot minder alcoholgerelateerde ziekenhuisopnames, sterfgevallen, verkeersovertredingen, misdrijven, zorgkosten, productieverliezen en kosten voor inzet van politie en justitie.

#### **6. Pleiten voor een verbod op alcoholreclame en alcohol sportsponsoring.**

STAP pleit op landelijk en Europees niveau voor een totaalverbod op alcoholreclame en een verbod op sportsponsoring door de drankindustrie. Wetenschappelijk studies hebben aangetoond dat alcoholgebruik onder jongeren wordt gestimuleerd door reclame via radio, tv en billboard en in toenemende mate via sociale media. STAP dient ook op gezette tijden klachten in over alcoholreclame en -marketing bij de Reclame Code Commissie en het Commissariaat voor de Media. Inmiddels is duidelijk geworden dat de vrijwillige regelgeving m.b.t. alcoholreclame van de alcoholindustrie (zelfregulering) niet effectief is. Daarom moet er wettelijk verankerde regelgeving komen.

STAP tracht zoveel mogelijk te traceren of men zich bij onlineverkoop van alcohol en onlinealcoholreclame aan de geldende regels houdt. Het betreft met name de naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar en het beperken van prijsacties conform de sinds 1 juli 2021 geldende voorschriften.

#### **7. Bijdragen aan enkele uitvoeringsregels van de Alcoholwet.**

In december 2020 is de wijziging van de Drank- en Horecawet door de Tweede en de Eerste Kamer aanvaard. De meeste bepalingen van de nieuwe Alcoholwet zijn 1 juli 2021 in werking treden. Enkele onderdelen komen later. Daartoe moeten nog de nodige uitvoeringsregels opgesteld worden. De belangrijkste zijn die over leeftijdsverificatiesystemen en die over bijschrijving van beheerders op de vergunning. STAP is voornemens aan de discussie over deze uitvoeringsregels een actieve bijdrage te leveren.

#### **8. Samen met AAN-partners vergroten van het draagvlak in de samenleving voor effectieve beleidsmaatregelen.**

STAP adviseert overheden prioriteit te geven aan de 3 Best Buys, dat zijn beleidsmaatregelen die - internationaal erkend - betaalbaar, uitvoerbaar en kosteneffectief zijn, te weten: een verhoging van de prijs van alcohol, een beperking van het aantal verkooppunten en een verbod op alcoholreclame.

STAP probeert regelmatig via de media en contacten met de politiek en het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (bijvoorbeeld in het kader van het Nationaal Preventieakkoord) te wijzen op het belang van deze maatregelen. Ook heeft STAP het initiatief genomen om deze boodschap samen met andere gezondheidsorganisaties actief uit te gaan dragen. Zij werken sinds 1 januari 2020 samen als AAN: Alliantie Alcoholbeleid

Nederland. Bij dit initiatief hebben diverse maatschappelijke organisaties zich aangesloten. De eerste gezamenlijke actie was de organisatie van de Alcoholactieweek 'Zien drinken, doet drinken', uitgevoerd in zowel 2020 als 2021. In 2022 wordt deze actie herhaald.