

BELEIDSPLAN 2025-2030



STICHTING VERANTWOORD ALCOHOLGEBRUIK SURINAME

HERZIENING BELEID MOTIVATIE

- **10-jarig jubileum.** Een goed moment voor reflectie, evaluatie en verscherpen van de visie.
- **Onafhankelijke voorzitter.** Nieuwe kansen voor nauwer samenwerken met (inter)nationale partners.
- **Uitbreiden focus.** Verantwoord alcoholgebruik rond alcohol en verkeer uitbreiden met andere risicogebieden.
- **Samenwerking concreet invullen.** Met strategische partners zoals het ministerie van Volksgezondheid op het gebied van bewustwording.
- **Spelers uit diverse sectoren.** Uitbreiden ter versterking van de positie van STIVASUR en de impact van de Gedragscode.
- **Fondswerving.** Meer focus op fondswerving ter financiering van programma's en projecten.
- **Internationale ontwikkelingen.** Inspelen op het Global Alcohol Action Plan 2022-2030 en de no safe level-benadering van de World Health Organization.



STICHTING VERANTWOORD ALCOHOLGEBRUIK SURINAME

STIVASUR: BELEIDSPLAN 2025-2030

Visie Samen naar een Suriname vrij van alcoholmisbruik.

Missie In partnerschap bestrijden van alcoholmisbruik in Suriname en bewust verantwoord gebruik bevorderen bij hen die kiezen om te drinken.

SWOT-ANALYSE

Krachten	Verbeterpunten
Sterke organisatiestructuur (onafhankelijke voorzitter en coördinator).	Minder operationele betrokkenheid van het bestuur door betrekken werk-arm vanuit de deelnemers
Sterke marketing en communicatie capaciteiten.	
Uitgebreide kennis van verantwoord alcoholgebruik en -misbruik.	Onvoldoende statistische onderbouwing en data-integratie van de problematiek in Suriname
Digitale leeromgeving beschikbaar (EVAS).	Duidelijk beleids- en activiteitenplan dat als leidraad dient en wordt gebruikt.
Zelfregulerende deelnemers voor verantwoorde marketing en reclame en toetsing van de Gedragscode regels door de Gedragscode Cie.	Werving (invloedrijke) deelnemers en vrienden.
Goede betrokkenheid en samenwerking met de deelnemers in de industrie.	Versterken van de financiële basis (meer deelnemers, donaties, projectinschrijvingen met externe financiering).
Financiële basis voor kernactiviteiten en kleine projecten.	Onvoldoende voorlichting aan gebruikers over het effect van alcohol op de kwaliteit van hun (rij-)gedrag.
Thema- en doelgroepgerichte awareness programma's.	Gedifferentieerde communicatie gericht op verschillende doelgroepen (gebieden, culturele benadering, enz.) en thema's (jeugd, zwangerschap.)
Redelijke naamsbekendheid bij stakeholders.	Gebrekkige naamsbekendheid/zichtbaarheid van STIVASUR en haar programma's bij het brede publiek.
Toegang tot regionale en internationale industriepartners en -platformen.	Frequente en inhoudelijke communicatie en lobby met en betrekken van stakeholders (overheid, ngo's en bedrijfsleven) bij beleid en programma's.

SWOT-ANALYSE

Kansen	Bedreigingen
Uitgroeien van STIVASUR tot het toonaangevend instituut in Suriname voor verantwoord alcoholgebruik.	Mismatch tussen STIVASUR en internationale beleidslijnen (Verantwoord alcoholgebruik vs. SAFER-strategie en No-safe-level beleid WHO/PAHO). Risico als niet onafhankelijk gezien, maar spreekbuis van de industrie.
STIVASUR is de bron en kennispartner voor betrouwbare en feitelijke informatie over alcoholgebruik en -misbruik.	Gebrekkige naleving en handhaving van wet- en regelgeving (verkeer, (online-) verkoop alcohol, onverantwoorde reclame, contraband import/illegale productie en - handel, vergunningenbeleid, corruptie, douane).
Versterken samenwerking met en ondersteuning van regionale en internationale organisaties voor gebruik van bestaande concepten. (Movendi, WIRSPA, IARD, Cerveceros Latinos Americanos)	Sociaaleconomische omstandigheden leiden tot meer illegaliteit, stress gerelateerd alcoholmisbruik en verminderde MVO-betrokkenheid van bedrijven en horeca.
Inspelen op bewustwording voor gezonde levensstijl. Verantwoord alcoholgebruik hiermee integreren. Jonge samenleving biedt potentieel voor duurzame gedragsverandering.	Lage bewustwording en maatschappelijke acceptatie (incl. tradities) van alcoholrisico's.
Uitbreiden van partnerschappen (overheid, horeca, media, eventorganisaties, maatschappelijke organisaties, enz.). Uitbreiding netwerk met vrijwilligers en ambassadeurs.	Fragmentatie en gebrek aan structurele samenwerking (overheid/maatschappelijke organisaties).
Maximale benutting van social media en digitale tools.	(Social) Mediagebruik (toegang tot ongerichte en onverantwoorde alcoholmarketing, beïnvloeding door trends en online peer pressure enz.).
Actieve bijdrage aan (verbetering van) relevante wet en regelgeving en naleving daarvan.	Onzekerheid in continuïteit in overheidsbeleid (proactieve lobbystrategie nodig).

STRATEGISCHE DOELEN

2025-2030

1. Erkend worden door stakeholders en de samenleving als dé voorvechter van verantwoord alcoholgebruik in Suriname in samenwerking met de alcoholindustrie.
2. De STIVASUR 'Gedragscode voor Reclame en Marketing voor Alcoholhoudende dranken' wordt als norm gehanteerd door een ieder die alcohol produceert, verkoopt of promoot.
3. Bewustwording creëren en gedragsverandering teweegbrengen voor verantwoord alcoholgebruik via een multichannel benadering.
4. Het vaststellen en uitvoeren van organisatie- en nationaal beleid op basis van dataverzameling, data-analyse en datamonitoring.

STRATEGISCH DOEL 1

Erkend worden door stakeholders en de samenleving als dé voorvechter van verantwoord alcoholgebruik in Suriname in samenwerking met de alcoholindustrie.

SUBDOELEN:

- Versterkte interne organisatie: Gericht beleid. Onafhankelijke voorzitter en coördinator, betrokken bestuur en deelnemers.
- Samenwerking overheid en de alcoholindustrie aan programma's tegen alcoholmisbruik.
- Netwerkontwikkeling, kennisuitwisseling en partnerschappen met overige stakeholders voor verantwoord alcoholgebruik.
- Bekendheid STIVASUR en haar activiteiten bij het algemeen publiek.
- Resultaatgerichte (educatie/ bewustwording)-programma's, projecten.
- Vergroten reguliere inkomsten door uitbreiding deelnemers en vrienden.
- Genereren inkomsten door projectfinanciering (inter) nationaal, regionaal.



STRATEGISCH DOEL 2

Erkend worden door stakeholders en de samenleving als dé voorvechter van verantwoord alcoholgebruik in Suriname in samenwerking met de alcoholindustrie.

SUBDOELEN:

- Up to date houden van de Gedragscode conform de internationale standaarden (IARD).
- Bevorderen van de naleving door de gehele industrie.
- Uitbreiden van zelfregulerende deelnemers en vrienden.
- Vergroten van de bekendheid van de Gedragscode binnen de samenleving en actief stimuleren voor indienen van klachten.



STICHTING VERANTWOORD ALCOHOLGEBRUIK SURINAME

STRATEGISCH DOEL 3

Bewustwording creëren en gedragsverandering teweegbrengen voor verantwoord alcoholgebruik via een multichannel benadering.

SUBDOELEN:

- Voorkomen van vroegtijdig alcoholgebruik bij jongeren < 18 jaar.
- Bewuste keuze voor verantwoord alcoholgebruik, incl. non alcoholische varianten, voorkomen van overmatig gebruik.
- Gebruik tijdens zwangerschap en bij borstvoeding.
- Bewustwording binnen het gezin en voorbeeldgedrag.
- Verantwoord drinken/serveren in een werkomgeving (events) en balans werk/privé.
- Gedragsverandering bij een ieder die alcohol produceert, verkoopt of promoot middels brede acceptatie van de gedragscode en relevante wet- en regelgeving en participatie aan programma's.
- Verantwoord alcohol serveren naleven incl. non-alcoholische varianten.
- Samenwerking programma's, initiëren en handhaven wetgeving, aanpak verkoop contraband producten.
- Alcohol en verkeer gaan nooit samen.



STICHTING VERANTWOORD ALCOHOLGEBRUIK SURINAME

DOELGROEPEN BEWUSTWORDING

Doelgroep	Thema
Jongeren, ouders, onderwijs, gemeenschapscentra	voorkomen van vroegtijdig alcoholgebruik bij jongeren < 18 jaar.
(Jong) volwassenen i.h.b. leeftijdsgroep 18-35 jaar	bewuste keuze voor verantwoord alcoholgebruik, incl. non alcoholische varianten, voorkomen van overmatig gebruik.
Zwangere en borst voedende moeders	gebruik tijdens zwangerschap en bij borstvoeding.
Ouders en gezinnen	bewustwording binnen het gezin en voorbeeldgedrag.
Werkgevers, werkenden en professionals	verantwoord drinken/serveren in een werkomgeving (events) en balans werk/privé.
Producenten, horeca, retail en detailhandel	gedragsverandering bij een ieder die alcohol produceert, verkoopt of promoot middels brede acceptatie van de gedragscode en relevante wet- en regelgeving en participatie aan programma's.
Verenigingen en clubs w.o. sport	verantwoord alcohol serveren naleven incl. non-alcoholische varianten.
Overheid	samenwerking programma's, initiëren en handhaven wetgeving, aanpak verkoop contraband producten.
Verkeersdeelnemers	alcohol en verkeer gaan nooit samen.

STRATEGISCH DOEL 4

Het vaststellen en uitvoeren van organisatie- en nationaal beleid op basis van dataverzameling, data-analyse en datamonitoring.

SUBDOELEN:

- Het periodiek vaststellen en uitvoeren van organisatie beleid.
- Samenwerking bij de totstandkoming van het nationaal alcoholbeleidsplan.
- Vaststellen, meten en monitoren van KPI's om data gedreven het succes van beleid en programma's te beoordelen.
- Doen uitvoeren van onderzoek.
- Uitwisselen van onderzoeksresultaten met relevante organisaties.
- Regelmatige rapportage en publicatie.

STRATEGIEËN

STRATEGIE

A. ORGANISATIEVERSTERKING

- Verbeteren interne structuur
- Versterken financiële basis
- Ontwikkelen beleids- en activiteitenplan
- Werven invloedrijke partners

B. BEWUSTWORDING

- Multichannel campagnes
- Social media gebruik
- Doelgroep gerichte communicatie
- STIVASUR als kennispartner positioneren.

C. DATAVERZAMELING

- Statistische onderbouwing verbeteren
- Monitoring systeem opzetten
- Publieke rapportages publiceren

D. NETWERKVERSTERKING

- Versterken samenwerking regionale/ internationale partners.
- Uitbreiding partnerschappen overheid en maatschappelijke orga's.
- Netwerk ambassadeurs uitbreiden.

