

Redactioneel

De verkiezingen zijn voorbij en iedereen kijkt, hopelijk, weer rond hoe we er samen het beste kunnen van maken. VAD heeft naar de toekomstige beleidsmakers gecommuniceerd wat wij vanuit de verslavingssector belangrijk vinden, nl. een coherent beleid met een brede visie die vanuit een gezondheidsperspectief zowel preventie en vroeginterventie, als intensieve behandeling en schadebeperkende interventies omvat.

Hoe begrijpend alle politici ook reageerden, wij beseffen maar al te goed, dat bij het uittekenen van het beleid niet alleen met gezondheid wordt rekening gehouden, maatschappelijk en justitiële aspecten zijn al even belangrijk. Ook voor ons trouwens. Erger is misschien dat de ervaring ons leert dat economische factoren vaak binnensluipen en na een aantal overlegondes alles gaan domineren. Dat is in ieder geval meegemaakt bij het ontstaan van het Nationaal Alcoholplan.

De industrie heeft veel middelen en vooral, kan veel middelen inzetten om de eigen belangen, en dus de eigen middelen te beschermen. Meer nog, de industrie weet de weg naar marketingstrategieën die haar weinig kosten. Zo zagen we de afgelopen maanden de slogan “Wees fier op ons bier” verschijnen, een campagne, ondersteund door de VLAM. Wat is de VLAM ? Het “Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing” een vzw, gesubsidieerd door de Vlaamse overheid.

Dus ... met het Vlaamse belastingsgeld wordt een campagne gesteund om meer bier te consumeren. En VAD, ook een vzw, gesteund door de Vlaamse Overheid, voert actie en organiseert preventiecampagnes om mensen juist tegen alcohol te wapenen en te beschermen. Begrijpe, wie begrijpen kan.