

Regeling tabaksreclame in of aan tabaksspeciaalzaken en tabaksverkooppunten

Regeling van de Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport van 4 mei 2007, nr. VGP/ADT 2758655, houdende vaststelling van de Regeling tabaksreclame in of aan tabaksspeciaalzaken en tabaksverkooppunten

De Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport,
Gelet op artikel 5, derde lid, onder c, van de Tabakswet;

Besluit:

§ 1. Algemene bepalingen

Artikel 1

1. Reclame in of aan een tabaksspeciaalzaak of een daarmee gelijkgesteld tabaksverkoop punt wordt slechts aangebracht met inachtname van de in deze regeling gestelde voorschriften.
2. Voor de toepassing van deze paragraaf en paragraaf 3 wordt onder tabaksspeciaalzaak tevens verstaan een met een afsluitbare eigen toegang duidelijk afgescheiden tabaksverkoop punt in een levensmiddelenzaak of een warenhuis.

Artikel 2

1. Reclame legt op geen enkele wijze een positief verband met gezondheid.
2. Onverminderd het eerste lid gelden beperkingen aan het gebruik van materialen niet voor historische materialen van tabaksmerken die niet meer in de handel zijn.

Artikel 3

1. Reclame is voorzien van de gezondheidswaarschuwing 'Roken is dodelijk', zoals aangegeven in het Aanduidingenbesluit tabaksproducten.
2. De gezondheidswaarschuwing, bedoeld in het eerste lid, wordt aangebracht overeenkomstig de voorschriften voor de wettelijk verplichte gezondheidswaarschuwingen op de verpakking van tabaksproducten. De tekst van de gezondheidswaarschuwing beslaat 15% van het totale oppervlak van de reclame.
3. Bij de bepaling van het oppervlak van reclame in of aan een tabaksspeciaalzaak of een tabaksverkoop punt worden in aanmerking genomen de feitelijke uiting of uitingen, zoals bestaande uit woorden, afbeeldingen, specifieke merkgerelateerde kleuren of -kleurenschema's, afbeeldingen van het merk, het merklogo of de merknaam.

§ 2. Voorgevel- en etalagereclame tabaksspeciaalzaken

Artikel 4

1. Indien reclame aan de voorgevel is aangebracht, beslaat de reclame niet meer dan 2 m².
2. Indien het ingevinge bindende regels, anders dan de regels die gesteld zijn bij of krachtens de Tabakswet, verboden is aan de voorgevel van de tabaksspeciaalzaak reclame voor tabaksproducten te voeren, is het toegestaan die reclame in de etalage, of bij afwezigheid van een etalage, achter de winkelruit aan te brengen, mits die reclame niet meer dan 2 m² beslaat.
3. Het is verboden reclame deels aan de voorgevel en deels in de etalage, dan wel achter de winkelruit, aan te brengen.
4. Tabaksproducten in de etalage van een tabaksspeciaalzaak worden op zodanige wijze getoond dat er een redelijke afspiegeling van het assortiment, zoals dat in de desbetreffende zaak verkocht wordt, te zien is.
5. In de etalage van een tabaksspeciaalzaak worden, behoudens het geval bedoeld in het tweede lid, geen attributen met merkreclame voor tabaksproducten geplaatst.

§ 3. Inpandige reclame in enkele typen verkooppunten

Artikel 5

1. In een tabaksspeciaalzaak met een groter verkoopvloeroppervlak dan 120 m² is het tonen van reclame alleen toegestaan in, aan of in een straal van 5 meter van het schap van waaruit de tabaksproducten verkocht worden, alsmede op en in de directe nabijheid van de toonbank.
2. Reclame wordt niet:
 - a. geplaatst in de directe omgeving van productgroepen die met name aantrekkelijk zijn voor jongeren onder de 16 jaar;
 - b. bevestigd op of aan dispensers van niet-tabaksproducten, verrijdbare rekken met wenskaarten, manden met snoepgoed en speciaal voor de verkoop van tijdschriften ontworpen kasten.
3. Behoudens paragraaf 2 wordt reclame in een tabaksspeciaalzaak niet zodanig geplaatst dat zij ook buiten de zaak zichtbaar is.

Artikel 6

De Regeling tabaksreclame wordt ingetrokken.

Artikel 7

Deze regeling treedt in werking met ingang van de tweede dag na de dagtekening van de Staatscourant waarin zij wordt geplaatst.

Artikel 8

Deze regeling wordt aangehaald als: Regeling tabaksreclame in of aan tabaksspeciaalzaken en tabaksverkooppunten.

Deze regeling zal met de toelichting in de Staatscourant worden geplaatst.

De Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport,
A. Klink.

Toelichting

Algemeen

Inleiding

De Tabakswet bevat zelf al, naast het algemene verbod op tabaksreclame, een aantal specifieke verboden rondom de vrijstellingen van het algemene verbod. Zo mag reclame nimmer gericht zijn op minderjarigen en mag de reclame in een tabaksspeciaalzaak uitsluitend gericht zijn op de zich in die zaak bevindende koper.

In verband met het feit dat er toch nog enige onduidelijkheid blijkt te bestaan rond de interpretatie van de huidige in de Tabakswet opgenomen vrijstellingen van het algemene verbod is besloten tot nadere regelgeving op het gebied van de tabaksreclame in of aan tabaksspeciaalzaken en tabaksverkooppunten. De onderhavige regeling zal eveneens leiden tot een eenduidig handhavend optreden op het terrein van de tabaksreclame, wat de naleving ten goede zal komen.

De NSO, brancheorganisatie voor de tabaksdetailhandel, heeft meegewerkt aan de totstandkoming van de onderhavige regeling en de tabaksspeciaalzaken die zijn aangesloten bij de NSO zijn via deze organisatie op de hoogte gesteld van de aanvulling van de huidige regels.

Belangrijk in dit verband is ook dat de tabaksbranche zelf regels heeft ontwikkeld en zich daaraan op vrijwillige basis heeft verbonden (zelfregulering). Op 21 februari 2002 hebben de deelnemers van de Stichting Sigarettenindustrie, de leden van de Vereniging Nederlandse Kerftabaksindustrie, de leden van de Nederlandse Vereniging Sigarenindustrie en de voorzitter en de vicevoorzitter van NSO, de door hen

opgestelde 'Reclamecode voor tabaksproducten' ondertekend. Zij verplichten zich daarmee deze code te zullen nakomen. De code geldt voor onbepaalde tijd. Nieuwe partijen die reclame maken voor tabaksproducten kunnen na goedkeuring door de huidige ondertekenaars tot de code toetreden. De code is gedeponeerd en ligt ter inzage bij de Stichting Reclame Code te Amsterdam. Daar kunnen ook klachten worden ingediend in verband met overtredingen van de Code. Hier zij benadrukt dat de onderhavige regeling niet de bedoeling heeft aan de code af te doen.

Notificatie

Op basis van richtlijn 98/43/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 juni 1998 betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften is de onderhavige regeling genotificeerd. Door de Commissie en de lidstaten zijn geen opmerkingen gemaakt.

Administratieve lasten

Met betrekking tot de vraag of het onderhavige besluit administratieve lasten voor burgers of bedrijfsleven met zich mee zal brengen, kan worden opgemerkt dat dit niet het geval is. Er vloeien noch voor de burger, noch voor het bedrijfsleven informatieverplichtingen voort uit de onderhavige regeling. Om die reden hoeft de regeling niet te worden voorgelegd aan het Adviescollege toetsing administratieve lasten.

Artikelsgewijs

Artikel 1

Reclame is gedefinieerd in artikel 1 van de Tabakswet. In de Tabakswet en de daarop berustende bepalingen – en dus ook in de onderhavige ministeriële regeling – wordt onder reclame verstaan: elke handeling in de economische sfeer met als doel de verkoop van tabaksproducten te bevorderen en elke vorm van commerciële mededeling die het bekendheid geven aan of het aanprijzen van een tabaksproduct tot doel dan wel rechtstreeks of onrechtstreeks tot gevolg heeft, met inbegrip van reclame waarmee, zonder het tabaksproduct rechtstreeks te noemen, wordt getracht het reclameverbod te omzeilen door gebruik te maken van een naam, merk, symbool of enig ander onderscheidend teken van een tabaksproduct.

Het tweede lid regelt de gelijkstelling van de andere in artikel 5, derde lid, onder c, van de Tabakswet genoemde tabaksverkooppunten – te weten de met een afsluitbare eigen toegang duidelijk afgescheiden tabaksverkooppunten in een levensmiddelenzaak of een warenhuis – met de tabaksspeciaalzaak. Hierdoor zijn de algemene bepalingen uit

paragraaf 1 en de regels ten aanzien van inbandige reclame uit paragraaf 3 voor al deze typen van verkooppunten gelijk.

Artikel 2

De bepaling in het eerste lid dat reclame op geen enkele wijze een positief verband met gezondheid mag leggen, is de enige norm uit de thans bestaande Regeling tabaksreclame. Door de norm hier op te nemen, onder gelijktijdige intrekking van de Regeling tabaksreclame, worden alle specifieke normen ten aanzien van reclame in of aan tabaksspecialzaken en enkele andere typen tabaksverkooppunten hier geconcentreerd. Dit vergroot de kenbaarheid en de naleving van de voorschriften.

Het tweede lid regelt de vrijstelling voor historische materialen. Historische materialen van tabaksmerken die niet meer in de handel zijn, kunnen dus worden gebruikt voor de aankleding van de voorgevel, de etalage of het interieur van de winkel. Van de hier bedoelde historische materialen moeten onderscheiden worden de historische materialen die, mede gezien hun verknochtheid met het monumentale pand waarin zij zich bevinden, zodanig kunstzinnig of ambachtelijk zijn dat zij moeten worden gerekend tot het nationaal of gemeentelijk erfgoed. Een voorbeeld wordt gevormd door de etalageschermen in glas en lood in een art deco pand uit circa 1910, waarop de hofnar van het gelijknamige sigarenmerk te zien is. Bij dergelijke schermen valt de promotionele waarde van de voorstelling of het beeldmerk volledig in het niet bij de cultuurhistorische waarde van het geheel. Dergelijke objecten worden niet geraakt door de wettelijke beperkingen in het voeren van tabaksreclame en dus worden zij ongemoeid gelaten, ongeacht of het betrokken tabaksmerk nog in de handel is of niet. De vrijstelling voor historische materialen gaat niet zo ver dat impliciet of expliciet een positief verband met gezondheid gelegd mag worden. Het gebod uit het eerste lid prevaleert te allen tijde.

Artikel 3

Deze bepaling geeft een eenvoudige regel voor de wijze waarop men bij het meten van de oppervlakte aan reclame te werk moet gaan als het gaat om de wettelijk voorgeschreven gezondheidswaarschuwing: die telt mee bij de bepaling van die oppervlakte.

Het is toegestaan bekendheid te geven aan de tabaksspecialzaak zelf, zowel binnen als buiten de winkel, mits dit geen directe of indirecte vorm van tabaksreclame vormt.

Reclame voor de winkel waarin wordt gewezen op de locatie van de winkel, de inrichting van de winkel en/of het vakmanschap van de ondernemer is toegestaan, tenzij dit een wervend of aanprijzend karakter heeft voor wat betreft de

tabaksartikelen. Met betrekking tot het assortiment rookwaren is slechts toegestaan de neutrale vermelding dat men tabak c.q. rookwaren verkoopt.

Artikel 4

De wettelijke norm voor de grootte van reclame uitingen (rechtstreeks) op de voorgevel luidt dat zij niet meer dan 2 m² mogen beslaan.

De bindende regels waar het tweede lid op doelt zijn o.a. gemeentelijke verordeningen, andere wettelijke bepalingen, dan wel bindende afspraken tussen de winkelier en de verhuurder van het winkelpand.

Het voorschrift in het vierde lid van de redelijke afspiegeling van het assortiment in de etalage gaat niet zover dat van alle merkenversies die in de bewuste winkel verkocht worden minimaal 1 exemplaar in de etalage getoond zou moeten worden. Het gaat er om dat er een redelijke dwarsdoorsnede van het assortiment getoond wordt, zonder dat de aandacht onevenredig op één of enkele producten wordt gevestigd.

Ingevolge het vijfde lid zijn wel toegestaan algemene attributen waarmee wordt verwezen naar het assortiment van de betreffende winkel. Bijvoorbeeld neutraal etalagemateriaal met verschillende sigarenmodellen, tabaksbladeren of foto's van tabakspanlages. Dit mag geen verkapte merkreclame zijn door het gebruik van specifieke kleuren, symbolen of andere onderscheidende tekens. Evenmin is het toegestaan om algemene wervende of aanprijzende reclameuitingen in de etalage te plaatsen, een en ander conform de hoofdregel in gevolge artikel 5, eerste lid, van de Tabakswet.

Artikel 5

De regel in het eerste lid impliceert dat in een tabaksspecialzaak met een vloeroppervlak van minder dan 120 m² reclame binnen de gehele winkel is toegestaan, mits men de voorschriften in het tweede en derde lid in acht neemt.

Tabaksreclame in de vaste koven boven de vaste tijdschriftenwand blijft toegestaan. Koven maken immers onderdeel uit van de inventaris van de tabaksspecialzaken en tabaksverkooppunten, zoals opgenomen in de 'Reclamecode voor tabaksproducten'.

In voorkomende gevallen is in de winkel geplaatste tabaksreclame ook buiten de winkel zichtbaar. Dit is niet altijd te vermijden. Te denken valt aan passanten, die bewust door de voordeur kijken. Deze vorm van onbedoelde reclame maken valt daarom niet onder het in het derde lid geregelde verbod.

Artikel 6

Met de opneming van de enige materiële norm uit de Regeling tabaksreclame uit 2002 in artikel 2, eerste lid,

van de onderhavige regeling bestaat aan het voortbestaan van de eerstgenoemde regeling geen behoefte meer.

*De Minister van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport,
A. Klink.*