



Regeling van de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport van 6 januari 2022, kenmerk 3300071-1022255-WJZ, houdende wijziging van de Tabaks- en rookwarenregeling in verband met het aanscherpen van de reclamebeperkingen

De Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport,

Gelet op artikel 5, zesde lid, onderdeel b, van de Tabaks- en rookwarenwet;

Besluit:

ARTIKEL I

De **Tabaks- en rookwarenregeling** wordt gewijzigd als volgt:

A

In artikel 1.1, eerste lid, wordt in de alfabetische volgorde een begripsbepaling ingevoegd, luidende:

uitgezonderde speciaalzaak: speciaalzaak als bedoeld in artikel 5.9 van het besluit;

B

In artikel 6.1, derde lid, wordt 'in een speciaalzaak' vervangen door 'in een uitgezonderde speciaalzaak'.

C

In artikel 6.2 zinsnede 'in of aan speciaalzaak' vervangen door 'in een uitgezonderde speciaalzaak'.

D

In artikel 6.3, eerste lid wordt 'in of aan speciaalzaak' vervangen door 'in een uitgezonderde speciaalzaak'.

E

In artikel 6.4 wordt 'in of aan een speciaalzaak' telkens vervangen door 'in een uitgezonderde speciaalzaak'.

F

Artikel 6.5 vervalt.

G

Artikel 6.6 wordt gewijzigd als volgt:

1. In het eerste lid wordt 'speciaalzaak' vervangen door 'uitgezonderde speciaalzaak'.

2. In het derde lid wordt 'Behoudens het bepaalde in artikel 6.5 wordt reclame in een speciaalzaak' vervangen door 'Reclame in een uitgezonderde speciaalzaak wordt'.

H

In artikel 6.11 wordt 'speciaalzaak bedoeld in artikel 5.9 van het besluit' vervangen door 'uitgezonderde speciaalzaak'.

ARTIKEL II

Deze regeling treedt in werking op het tijdstip waarop de Wet van 1 december 2021 tot wijziging van



de Tabaks- en rookwarenwet om het reclameverbod aan te scherpen (Stb. 2021, 596) in werking treedt.

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

*De Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport,
P. Blokhuis*



TOELICHTING

I. Algemeen deel

1. Inleiding

Jaarlijks sterven 20.000 rokers aan de gevolgen van roken en enkele duizenden aan de gevolgen van meeroken.¹ Vanuit het belang van het beschermen van de volksgezondheid wordt ingezet op het voorkomen dat jongeren beginnen met roken, het beschermen van omstanders tegen meeroken en het ondersteunen van rokers die willen stoppen met roken. Dit is nodig omdat roken zwaar verslavend werkt en ernstige gevolgen heeft voor de gezondheid van de roker en diens omgeving. Uit onderzoek is gebleken dat jongeren sneller gaan roken als zij anderen zien roken.² Ook is gebleken dat hoe jonger men begint met roken, hoe groter de kans op verslaving is en hoe moeilijker het is om te stoppen met roken.³ Het voorkomen dat jongeren gaan roken zal veel winst opleveren voor de volksgezondheid en heeft daarom prioriteit. Het aantal rokende jongeren daalt al jaren. Echter, het aantal jongeren dat rookt of ooit gerookt heeft, is nog steeds aanzienlijk. Volgens onderzoek uit 2020 heeft 33% van de jongeren van 16 jaar ooit gerookt, en 3,7% van diezelfde groep rookt dagelijks.⁴ Ook blijkt uit onderzoek dat in 2019 nog steeds één op de drie jongvolwassenen (20-24 jaar) rookte.⁵

De afgelopen jaren is al een aantal maatregelen genomen, waaronder de uitbreiding van het reclame- en sponsorverbod voor aanverwante producten, een leeftijdsgrens van 18 jaar voor de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten, verschillende eisen aan verpakkingen van tabaksproducten en rookverboden voor publieke ruimtes. Recent is ook een verbod op het uitstellen van tabaks- en aanverwante producten (hierna: rookwaren) toegevoegd aan de wet.⁶

Op 23 november 2018 is het Nationaal Preventieakkoord (hierna: preventieakkoord) aangeboden aan de Tweede Kamer.⁷ In dit akkoord is een pakket aan maatregelen en acties afgesproken met het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties om in 2040 een zogenoemde rookvrije generatie te realiseren. Om dit te realiseren is besloten dat in 2020 meer kinderen opgroeien in een rook- en tabaksvrije omgeving. Bij de totstandkoming is gekeken welke maatregelen nodig zijn om ervoor te zorgen dat in 2040 geen jongere meer rookt en minder dan 5% van de volwassenen weleens rookt. Er is een samenhangend pakket aan effectieve maatregelen opgesteld, met daarin onder andere een uitbreiding van het reclameverbod, een forse accijnsverhoging, het afschaffen van de rookruimtes, neutrale verpakkingen, een uitbreiding van het rookverbod, in combinatie met intensieve campagnes.

In het Preventieakkoord is opgenomen dat gevelreclame en reclame in speciaalzaken per 2021 wordt verboden. Artikel 5, zesde lid, van de wet omschrijft welke reclamemogelijkheden speciaalzaken op dit moment (2021) nog hebben, en wordt aangepast met het voorstel tot wijziging van de Tabaks- en rookwarenwet om het reclameverbod aan te scherpen.⁸ De eisen die zijn gesteld aan toegestane reclame in een verkooppunt zijn in de Tabaks- en rookwarenregeling opgenomen (hierna: regeling). Deze eisen worden aangepast aan deze wijziging.

2. Wijzigingen

Definitie uitgezondere speciaalzaken

In de tabaks- en rookwarenregelgeving wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende typen speciaalzaken. Het gaat dan om speciaalzaken die bijna alleen rookwaren verkopen en speciaalzaken die minder dan € 700.000 omzet per jaar hebben, als bedoeld in artikel 5.9 van het Tabaks- en rookwarenbesluit, en de overige speciaalzaken. De speciaalzaken als bedoeld in artikel 5.9 van het Tabaks- en rookwarenbesluit zijn uitgezonderd van het uitstalverbod en zijn na inwerkingtreding van onderhavige regeling de enige speciaalzaken waar – binnen de bandbreedte van de regels van de Tabaks- en rookwarenregelgeving – nog reclame mag worden gemaakt. Om deze regeling leesbaar te houden, wordt een definitie van deze uitgezondere speciaalzaken ingevoegd.

¹ Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM).

² Nationaal Expertisecentrum Tabaksontmoediging, Notitie Zien roken, doet roken?, 2016.

³ Nationaal Expertisecentrum Tabaksontmoediging, Factsheet Kinderen en Roken, 2017.

⁴ Trimbos. Peilstationsonderzoek scholieren 2019, 2020.

⁵ National Expertisecentrum Tabaksontmoediging. Kerncijfers roken 2019, 2020.

⁶ Wet 10 februari 2017 tot wijziging van de Tabaks- en rookwarenwet ter regeling van de elektronische sigaret zonder nicotine en nadere regeling van voor roken bestemde kruidenproducten (Stb. 2017, 72). In werking getreden met ingang van 1 januari 2020.

⁷ Kamerstukken II, 2018/19, 32 793, nr. 339.

⁸ Stb. 2021, 596 en Kamerstukken II 2019/20, 35 504, nr. 3.



Gevel- en etalagereclame

Met de wetwijziging van het reclameverbod wordt gevel- en etalagereclame verboden. Gevel- en etalagereclame is namelijk voor het algemene publiek zichtbaar, waaronder jongeren en ex-rokers. Het is onwenselijk dat het brede publiek op deze manier wordt blootgesteld aan reclame van tabaks- en aanverwante producten, en daarmee wordt verleid om deze producten te kopen. De eisen aan gevel- en etalagereclame in artikel 6.5 van deze regeling komen met het verbod op gevelreclame te vervallen.

3. De wetwijziging in Europese en internationale context

De aanscherpingen van de regels over de tabaksreclame die wel nog is toegestaan in uitgezonderde speciaalzaken, vloeien één-op-één voort uit artikel 5 van de wet, zoals dat is aangepast met de wijziging van de Tabaks- en rookwarenwet om het reclameverbod aan te scherpen. Ook deze aanpassingen worden in lijn geacht met zowel richtlijn 2014/40/EU (Tabaksproductenrichtlijn) en een proportionele inbreuk te zijn op het vrij verkeer van goederen als bedoeld in Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie en op het EVRM waar het de vrijheid van meningsuiting betreft. Voor een bespreking van hiervan wordt verwezen naar hoofdstuk 3 van de memorie van toelichting van genoemd wetsvoorstel.

4. Gevolgen voor uitvoering en handhaving

De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (hierna: NVWA) houdt toezicht op het handhaven van het reclame- en sponsorverbod. Bij overtreding van het reclame- en sponsorverbod treedt de NVWA op conform het interventiebeleid en kan de NVWA overgaan tot het opleggen van een bestuurlijke boete. Bij een overtreding van de regels kan zowel het verkooppunt waar de reclame aanwezig is, als degene die de reclame plaatste, of de sponsor een boete krijgen.

5. Gevolgen voor regeldruk

In de memorie van toelichting op het hierboven genoemde wetsvoorstel ter uitbreiding van het reclameverbod zijn de gevolgen voor de regeldruk voor speciaalzaken toegelicht.⁹ De wijzigingen in deze regeling leiden niet tot extra regeldruk voor speciaalzaken, noch voor burgers, producten of importeurs.

Het Adviescollege toetsing regeldruk (ATR) heeft het dossier niet geselecteerd voor een formeel advies, omdat de aanscherping reclameverbod wel gevolgen voor de regeldruk heeft, maar deze al in de memorie van toelichting op het wetsvoorstel toereikend in beeld zijn gebracht.

6. Advisering en consultatie

Uitvoeringstoets NVWA

De NVWA heeft een uitvoeringstoets uitgevoerd op deze regeling en aangegeven dat de uitbreiding van het reclameverbod handhaafbaar, uitvoerbaar en fraudebestendig is. De NVWA heeft aangegeven dat dit voorstel geen extra capaciteit vraagt aanvullend op de eerder geadresseerde capaciteitsberekening voortvloeiend uit het Nationaal Preventieakkoord. Er worden enkele aanbevelingen gegeven waarmee de toelichting verduidelijkt zou kunnen worden.

Daarop zijn in de toelichting de zinnen waarin wordt gesproken over 'speciaalzaken die bijna alleen tabak verkopen' aangepast in 'speciaalzaken die bijna alleen rookwaren verkopen'. Deze terminologie sluit beter aan bij het beoogde doel, omdat onder de uitgezonderde speciaalzaken ook elektronische sigarettenspeciaalzaken kunnen vallen. Daarnaast zijn enkele overbodige zinnen geschrapt en is verduidelijkt dat artikel 6.5 van de regeling ook betrekking heeft op etalagereclame.

Verslag internetconsultatie

Via de website www.internetconsultatie.nl waarop conceptregelgeving ter consultatie wordt aangeboden is van 16 juli 2021 tot en met 27 augustus 2021 aan een ieder de mogelijkheid geboden te reageren. Internetconsultatie vergroot de transparantie van het proces, de mogelijkheden voor publieke participatie en levert een bijdrage aan de kwaliteit van wetgeving. Er zijn in totaal vijf reacties over de aanpassing van de regeling behorend bij de uitbreiding van het reclameverbod binnengekomen.

⁹ Zie voetnoot 8.



Vier reacties zijn afkomstig van partijen die belang hebben bij de verkoop van tabaks- en aanverwante producten en een reactie betreft een anonieme ondersteunende reactie. Bij de consultatie is aangegeven dat bij de weging van de inhoudelijke argumenten die worden aangedragen rekening wordt gehouden met artikel 5.3 van het WHO-Kaderverdrag inzake tabaksontmoediging. Dit wil zeggen dat van de tabaksindustrie (producenten, distributeurs en importeurs van tabaksproducten en partijen die de belangen van de tabaksindustrie vertegenwoordigen) uitsluitend de reacties die op de technische uitvoerbaarheid van de regelgeving betreffen worden meegenomen in de besluitvorming.

De reacties van partijen die belang hebben bij de verkoop van tabaks- en aanverwante producten hebben vooral betrekking op het tabaksontmoedigingsbeleid in algemene zin. Veel van deze reacties gaan over de onderlinge relatieve schadelijkheid van tabaksproducten en aanverwante producten en dat hier in de regelgeving meer rekening mee gehouden moet worden. Deze reacties worden vanwege bovengenoemd artikel 5.3 niet meegenomen.

Tot slot zijn er nog twee vragen gesteld. Eén vraag heeft betrekking op hoe artikel 6.3, van de Tabaks- en rookwarenregeling moet worden uitgelegd nu deze niet wordt gewijzigd. Hierover wordt opgemerkt dat juist omdat dit artikel niet wijzigt, de uitleg van dit artikel buiten de scope van deze internetconsultatie valt. Voor de uitleg van dit artikel wordt verwezen naar de toelichting bij dat artikel. De NVWA houdt toezicht op de naleving hiervan. De tweede vraag gaat over de herkenbaarheid van een uitgezonderde speciaalzaak ten opzichte van de niet uitgezonderde speciaalzaak. Gevraagd wordt of dit niet van buitenaf zichtbaar zou moeten zijn. Hierover wordt opgemerkt dat vanuit het tabaksontmoedigingsbeleid, het niet van belang wordt geacht dat aan de buitenkant onderscheid kan worden gemaakt tussen verschillende typen speciaalzaken. Op de reactie van één respondent wordt niet verder ingegaan. Deze respondent geeft geen antwoord op de vragen die in de internetconsultatie worden gesteld, maar snijdt een onderwerp aan dat geen betrekking heeft op het onderhavige voorstel voor de wijziging van de regeling.

De reacties op de internetconsultatie hebben geen aanleiding gegeven om de regeling aan te passen.

7. Inwerkingtreding

Beoogd is deze regeling in werking te laten treden op 1 juli 2022, tegelijkertijd met bovenvermeld wetsvoorstel.

II. Artikelsgewijs

Artikel I, onderdeel A

Met het oog op de leesbaarheid van de regeling, wordt aan artikel 1.1. een definitie van uitgezonderde speciaalzaak ingevoegd. De speciaalzaken als bedoeld in artikel 5.9 van het Tabaks- en rookwarenbesluit (hierna: besluit) zijn uitgezonderd van het uitstalverbod (artikel 5, derde lid, van de wet). Dit zijn de enige speciaalzaken waar – binnen de bandbreedte van de regels van de Tabaks- en rookwarenregeling – nog reclame mag worden gemaakt. Deze speciaalzaken worden kortheidshalve aangeduid als 'uitgezonderde speciaalzaken'.

Artikel I, onderdelen B tot en met E en G

Zoals in de memorie van toelichting bij de eerder aangehaalde wijziging van de Tabaks- en rookwarenwet om het reclameverbod aan te scherpen en in paragraaf 2 van het algemeen deel van deze toelichting is beschreven, wordt gevel- en etalagereclame verboden. Dat betekent dat de regels die voorheen aan deze vorm van reclame werden gesteld kunnen komen te vervallen.

De uitzonderingen voor het maken van reclame in een speciaalzaak zullen enkel nog gelden voor de uitgezonderde speciaalzaken (zie de toelichting op onderdeel A). De artikelen 6.1 tot en met 6.3, en 6.6 van de Tabaks- en rookwarenregeling (hierna: regeling) worden daarom zo aangepast dat de daarin opgenomen regels niet meer gelden voor 'reclame aan een speciaalzaak' (dat is immers verboden) en de regels aan reclame in een verkooppunt enkel nog gelden voor 'uitgezonderde speciaalzaken' (in plaats van alle speciaalzaken). Uitzondering hierop is artikel 6.3, tweede lid, over historische uitingen, dat onveranderd is.

Artikel I, onderdeel F

Artikel 6.5 van de regeling vervalt. Het bevatte regels over de reclame aan gevels en in etalages van verkooppunten. Nu dat soort reclame verboden is, is het artikel overbodig geworden.



Artikel I, onderdeel H

Artikel 6.11 gold al enkel voor de van het uitstalverbod uitgezonderde speciaalzaken. De formulering van artikel 6.11, eerste lid, is aangepast aan de nieuwe definitie van uitgezonderde speciaalzaak.

Artikel II

Deze regeling treedt in werking op hetzelfde tijdstip als waarop de regels over de aanscherping van het reclameverbod op wetsniveau te werking treden. Beoogde datum van inwerkingtreding is 1 juli 2022.

*De Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport,
P. Blokhuis*