

Reactie Alcoholwet en Alcoholbesluit

De input van STIVA heeft betrekking op drie dingen: 1. Online verkoop en bijbehorende bepalingen/voorwaarden; 2. Maximale korting van 25%; 3. Effectmeting vooraf.

1. Online verkoop

STIVA is voorstander van het reguleren van leeftijdsverificatie voor het online verkoopkanaal. Uit diverse metingen is gebleken dat hier de leeftijdsverificatie onvoldoende is, zowel in absolute zin als in vergelijking met andere verkoopkanalen. STIVA ziet de Alcoholwet/Alcoholbesluit als een kans om ook via dit kanaal zaken goed te regelen. De voorgelegde concept Alcoholwet/Alcoholbesluit laat het gevoel achter van een gemiste kans. STIVA ziet drie elementen die onvoldoende goed zijn geregeld om verkoop van alcoholhoudende dranken via het onlinekanaal goed te regelen:

1) Geborgd systeem

De Alcoholwet/Alcoholbesluit regelt heel procesmatig het te hanteren geborgde systeem. Het accent ligt in de voorliggende regelgeving op procesmatige criteria, terwijl het daadwerkelijke doel (hoe wordt voorkomen dat minderjarigen online alcoholhoudende dranken bestellen en in ontvangst nemen) niet goed uit de verf komt. In voorliggend concept volstaat het om aan te vinken dat je 18 jaar of ouder bent, terwijl er nu al systemen zijn die (bijvoorbeeld via online ID-verificatiesystemen) veel meer perspectief bieden op het echt controleren van iemands daadwerkelijke leeftijd.

2) Regelgeving geldt alleen voor Nederland

Deze regelgeving geldt alleen voor bedrijven die in Nederland gevestigd zijn. Online verkoop is iets waar bij uitstek sprake is van niet-gebondenheid aan een bepaald gebied. Anno 2020 is sprake van een open economie waar ook internationale spelers actief zijn. Het regelen van alleen online verkoop vanaf Nederlands grondgebied lijkt heel erg op 'default by design' en zorgt ook voor een oneerlijk speelveld. Bedrijven die niet willen investeren in dure en 'onhandige' leeftijdsverificatie systemen voelen zich wellicht aangemoedigd om hun bedrijfsvoering (mede) vanuit Duitsland of België te gaan verrichten.

3) Handhaving

Het is erg onduidelijk hoe dit wordt gehandhaafd. Op zijn best zal dit een toetsing zijn of een online verkoopkanaal beschikt over een beschreven systeem van verificatie. Maar of dat in de praktijk ook daadwerkelijk leidt tot het voorkomen van bestelling van minderjarigen en ook hoe handhaving plaatsvindt bij het aflevermoment, is onduidelijk.

2. Maximale kortingsbepaling

De maximale kortingsbepaling staat wel in de Alcoholwet, maar is niet verder uitgewerkt in het Alcoholbesluit. Hierdoor blijven er veel onduidelijkheden bestaan over belangrijke zaken die een goede naleving waarschijnlijk in de weg staan. Wat is bijvoorbeeld de normale prijs, hoe wordt omgegaan met het verdisconteren van de waarde van giveaways, prijsvragen (en daarbij te winnen prijzen), combinaties van korting en andere materiele incentives zoals giveaways, etc? Is het mogelijk om van elke outlet te weten wat de normale/benchmark prijs

is van alle producten die ze daar verkopen? Is er voldoende handhavingscapaciteit om de prikkel tot goede naleving groot genoeg te laten zijn?

3. Effectmeting vooraf

In redelijkheid mag verwacht worden dat de maatregelen uit de Alcoholwet/Alcoholbesluit zullen leiden tot bepaalde effecten. Gewenste, maar ook ongewenste. In ieder geval wordt iets gevraagd van alcoholproducten, -importeurs en verkoopkanalen. Dit gevoegd bij het feit dat er – zoals hierboven geschetst – nog heel veel onduidelijkheden zijn, gaan er dingen veranderen. Ook dingen die je nu al kunt voorspellen.

Het is ook hier een gemiste kans dat er geen effectmeting vooraf wordt gedaan. Tijdens o.a. de rondetafelmeeting, maar ook via eerdere input op de Alcoholwet, is hier om gevraagd en ook een schets gemaakt van hoe dingen vanuit de praktijk gaan lopen. Contracten die ruim van tevoren worden aangegaan tussen producenten en retailers. Onduidelijkheid over korting. Reactie op het achterwege blijven van goede handhaving. Effecten van buitenlandse aanbieders van de online verkoopkanalen.