



SpiritsNL heeft opmerkingen bij alleen de voorgestelde wijzigingen I, II en III en de algemene inleiding in de concept Memorie van Toelichting, maar heeft geen commentaar bij de overige voorstellen.

Memorie van Toelichting

In de inleiding wordt een onderbouwing gegeven van de voorgestelde wijzigingen. De argumenten voor de wijzigingen zijn louter negatief; verslavingsrisico, ontremmend gedrag en gezondheidsrisico's. Weliswaar wordt in één passage gewezen op het sociaal effect, zoals het samenbrengen van mensen en de ontspannende werking, maar de kern van de inleiding is negatief ten aanzien van alcoholconsumptie.

In het Nationaal Preventie Akkoord (NPA), waar terecht in de MvT ook op wordt gewezen, staat het terugdringen van problematisch alcoholgebruik centraal. De voorgestelde wijzigingen zijn ook grotendeels terug te voeren op de afspraken die binnen het NPA zijn gemaakt. Nu de centrale doelstelling van het NPA (terugdringen problematisch alcoholgebruik) kennelijk niet de argumentatie vormt voor de voorgestelde wijzigingen lijkt het ministerie afstand te nemen van de bevindingen en uitgangspunten van het NPA. Het vinden van een gemeenschappelijke basis om problematisch alcoholgebruik terug te dringen is van essentieel belang geweest om partijen uit het veld én het ministerie van VWS te binden aan de uitvoering van de verschillende acties en initiatieven voortvloeiend uit dit NPA. Dit wetsvoorstel neemt daar afstand van door de argumenten tot het nemen van actie anders te motiveren.

De argumentatie uit de MvT dient dan ook in lijn gebracht te worden met de beginselen en uitgangspunten van het NPA; aanpak van problematisch alcoholgebruik waar het betreft overmatige en zware consumptie, bingedrinken en consumptie die leidt tot fysieke of psychische klachten.

Prijsacties met meer dan 25% korting

Verboden wordt de verkoop en aanbieding van drank tegen een korting van meer dan 25% van de prijs die in het betreffende verkooppunt gewoonlijk wordt gevraagd.

De argumentatie bij het voorstel gaat voorbij aan de mogelijke strijd met de mededingingsregels en de belemmeringen die deze stellen aan het handhaven van de bestaande kortingsbeperking in de STIVA reclamecode voor alcoholhoudende dranken. De onderbouwing om een deze concrete maatregel te rechtvaardigen is mager: 'Het beoogde gevolg ... dat het aantal problematische alcoholgebruikers afneemt'. Deze onderbouwing is niet nader gespecificeerd aan de hand van onderzoeken.

De tekst suggereert dat bestaande lokaliteit beoordeeld wordt op het gehanteerde prijsbeleid. Niet onder deze maatregel zouden online aankopen behoren. Ook horecaverkopen vallen buiten bereik van de voorgestelde maatregel.

Ook de nadere omschrijving van "de prijs die gewoonlijk wordt gevraagd" is niet gegeven. Zoals bekend zijn bestaan binnen merkengroepen en spirits categorieën zeer veel verschillen zgn. "Stock Keeping Units" (SKU's). Zo kan een specifiek merk whisky in verschillende inhoudsmaten beschikbaar

zijn en kunnen verschillende varianten in smaak en uitvoering (verpakking, etiket) in circulatie worden gebracht al dan niet gekoppeld aan acties. Volgens de STIVA reclamecode voor alcoholhoudende dranken kunnen dergelijke prijsacties wel aangepakt worden, maar de voorgestelde wijziging lijkt beperkter van opzet.

Een ander punt van opheldering betreft de duur van de gecommuniceerde prijskorting die begrensd is tot één maand. Langer durende kortingen vallen buiten het bereik van deze bepaling. Ook valt prijsvergelijkende reclame met andere aanbieders buiten het bereik van dit verbod.

De prijsmaatregel zal alleen zinvol kunnen zijn bij een goede handhaving. De bovengenoemde opmerkingen spelen een rol bij de daadwerkelijke handhaving van de maatregel. Een nadere toelichting en uitwerking van de wijze van handhaving is van belang.

De voorgestelde maatregel zou ook kunnen leiden tot een meer generieke druk op prijzen aangezien de mogelijkheden in deze te verlagen begrensd worden. Een dergelijke ontwikkeling zou contraproductief zijn. Om de daadwerkelijke gevolgen nader in kaart te brengen zou een Impact assessment, een onderzoek naar de gevolgen van de prijsbeperking, ingesteld kunnen en moeten worden. Een dergelijk onderzoek kan tevens dienen als nadere onderbouwing voor de Brusselse notificatie-procedure die vereist is voordat de maatregel ingevoerd kan worden.

Uitgezonderd de onderbouwing en met in achtneming van de specifieke punten hierboven genoemd kan SpiritsNL zich vinden in de voorgestelde maatregel tot beperking van de prijs.

Regels voor verkoop op afstand

De maatregel zoals voorgesteld is een goede stap in de het reguleren van opkomende online handel. Ook de centralisatie van de handhaving is verstandig.

Opmerkingen;

- Grensoverschrijdende online handel valt buiten het bereik van deze bepaling aangezien de alleen situatie wordt gedekt waarbij aanbieder en particulier in Nederland gevestigd zijn. De distributeur is niet zelfstandig verantwoordelijk voor de deugdelijke naleving leeftijdsgrenzen.
- Onduidelijk is in hoeverre telefonische bestellingen van drank onder deze regeling gevat worden; een leeftijdsverificatiesysteem is verplicht maar kan alleen met een online tool ingezet worden.
- Onduidelijk is welke nadere regels worden gesteld aan het leeftijdsverificatiesysteem.

Omdat de voorgestelde maatregel in deze vorm nog niet voldoende beoordeeld kan worden zonder de uitvoeringsbepalingen rondom de leeftijdsverificatie zou SpiritsNL ook graag in de gelegenheid worden gesteld het volledig uitgewerkte voorstel te becommentariëren.

Strafbaarstelling volwassenen die alcohol doorgeven aan minderjarigen.

De voorgestelde wijziging is een positieve stap in het aanpakken van ongewenste consumptie door minderjarigen van alcoholische dranken.

Den Haag, 3 mei 2019