

Inbreng Internetconsultatie wijziging Tabaks-en Rookwarenregeling in verband met het aanscherpen van de reclamebeperkingen, NVS

- 1) De NVS heeft altijd loyaal en constructief meegewerkt aan de uitvoering van de afspraken zoals opgenomen in het Nationaal Preventie Akkoord van november 2018 (NPA). In de reeks (voorgenomen) maatregelen is ook opgenomen het zgn. reclameverbod. Ook daaraan heeft de NVS (en overigens ook de meest betrokken retail sector) meegewerkt.
- 2) Aan de orde is nu de in het NPA reeds aangekondigde verbod op gevelreclame en reclame in speciaalzaken met het oog op een aanscherping van het nu reeds geldende reclameverbod.
- 3) Concreet hebben we het hier over zowel gevelreclame als reclame in etalages. De gedachte hierachter is dat jongeren en ex-rokers op deze manier niet worden blootgesteld aan reclame, dus verleiding om deze producten te kopen. De nu voorgestelde wetswijziging zou in overeenstemming zijn met de Europese Richtlijn TPD2, en een proportionele inbreuk op het beginsel van vrij verkeer van goederen en vrijheid van meningsuiting.
- 4) De uitvoeringstechnische vragen die bij de NVS leven betreffen met name de vraag in hoeverre bij de zgn. uitgezonderde speciaalzaken (uitgezonderd van het algemene reclameverbod, specifieke definities speciaalzaken zijn van kracht) nog sprake mag zijn van “historisch verankerde gevelreclame”, bijv. een (soms monumentaal) pand met een historische gevelreclame met de naam van een merk of een zaak (denk aan Hajenius). Waar artikel 6.3 in de aangepaste Regeling niet wordt gewijzigd, dus ziet op het toestaan van “historische materialen van of historische uitingen over tabaksmerken die niet meer in de handel zijn”, is het de vraag hoe deze bepaling precies wordt uitgelegd. En fraai plaatje van een grote (of kleinere) sigaar van een niet meer bestaand merk mag wel, en een discreet bord “Hajenius” mag niet?
- 5) Verder stelt zich de algemene vraag hoe een “uitgezonderde tabaksspeciaalzaak” als zodanig herkenbaar kan zijn om, zonder (verleidelijke) reclame, toch vindbaar en herkenbaar te zijn voor clientèle die eerder een vast voornemen heeft een aankoop te doen in een speciaalzaak dan open staat voor verleiding en impulsaankopen van tabaksproducten. Moet dan niet een herkenbaar symbool op de buitenkant van de winkel dus aan de gevel zichtbaar mogen zijn?
- 6) De definitie van “uitgezonderde speciaalzaak” (omzet kleiner dan 700.000 euro, en “bijna alleen rookwaren”) was al eerder overeengekomen. Deze wordt nu consequent toegepast dus “rookwaren” i.p.v. alleen “tabak”. Dit lijkt een logisch voorstel. Voor deze speciaalzaken geldt een uitzondering van de zgn. display ban (uitstalverbod). Blijft dan over resp. komt terug de vraag naar de herkenbaarheid van een zodanige speciaalzaak als alle uitingen buiten of in de etalage zullen zijn verboden.