

## **Rechte Vereniging NTvG op de VWS internet Consultatie over de ontwerpregeling houdende wijziging van de Tabaks- en rookwarenregeling**

### ***Vraag 1: Wat vindt u ervan dat online verkooppunten vanaf 2022 uitsluitend tekstueel rookwaren voor verkoop mogen aanbieden?***

In Nederland is de verkoop op afstand van tabaksproducten en aanverwante producten nog steeds toegestaan. Gezien de brede toegankelijkheid van het internet (ook voor kinderen) en de mogelijkheden die er online zijn om tabaksproducten en aanverwante producten op een aantrekkelijke wijze te presenteren, achten wij het, net als de staatssecretaris, van belang dat ook de online verkooppunten worden geschaard onder het uitstalverbod. Wij zijn blij om te lezen dat het voornemen is om dit van toepassing te laten zijn op de gehele internetverkoop aan consumenten die zich in Nederland bevinden, ook wanneer sprake is van grensoverschrijdende verkoop op afstand. Wij kunnen ons vinden in het voorstel om bij deze online verkooppunten alleen tekstuele informatie toe te staan, die neutraal en sober wordt gepresenteerd en een niet-wervend karakter heeft. Het doorverwijzen naar andere internetpagina's waarop aanvullende 'informatie' kan worden gevonden (bijvoorbeeld in de vorm van afbeeldingen en filmpjes), zou in dit kader ook niet mogen worden geaccepteerd. Omdat het gaat om (inhoudelijke) aanpassingen van een online omgeving (in plaats van het ombouwen van een fysieke omgeving), zouden de benodigde wijzigingen op korte termijn moeten kunnen worden uitgevoerd. Wat ons betreft ligt de deadline van 2022 dan ook te ver in de toekomst.

Wij zijn van mening dat een vergelijkbare eis van neutrale, sobere en louter tekstuele aanduidingen ook zou moeten worden gesteld aan (eventuele) informatie over beschikbare producten (en hun prijzen) bij fysieke verkooppunten. Dergelijke informatie zou uitsluitend op verzoek van een meerderjarige klant mogen worden getoond en daarna weer aan het zicht moeten worden onttrokken. Van middelen om mee te nemen (zoals flyers) of duurzame aanduidingen (zoals posters), mag geen sprake zijn. Als het gaat om meer algemene aanduidingen waaruit blijkt dat het betreffende verkooppunt tabaksproducten en aanverwante producten verkoopt, kunnen wij ons vinden in het voorstel om alleen een neutrale en sobere aanduiding op het middel waarmee de tabaksproducten en aanverwante producten aan het zicht worden onttrokken, toe te staan. Verdere aanduidingen die betrekking hebben op de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten, zouden moeten worden voorkomen. Elke aanduiding kan fungeren als een trigger die het denken aan roken en het doen van aankopen van tabaksproducten en aanverwante producten stimuleert.

Naast de online verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten, verdient wat ons betreft ook de ambulante en mobiele verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten op evenementen en festivals nadrukkelijke aandacht in de toelichting. Uiteraard dient het uitstalverbod ook voor deze verkooppunten van toepassing te zijn. In deze gevallen kan (zoals ook is gesteld met betrekking tot de uitzondering voor speciaalzaken in relatie tot het huidige reclameverbod) nooit sprake zijn van een speciaalzaak.(1)

(1) Burton, S., Hoek, J., Nesbit, P. & Khan, A. (2015). "Smoking is bad, it's not cool...yet I'm still doing it": Cues for tobacco consumption in a 'dark' market. *Journal of Business Research*, 68, 2067-2074.

### ***Vraag 2: Wat vindt u ervan dat in lijn met het uitstalverbod het voor speciaalzaken niet meer is toegestaan rookwaren in de etalage uit te stallen?***

Wij vinden het niet langer toestaan van het uitstellen van tabaksproducten en aanverwante producten in de etalage (of van andere reclame voor deze producten) een logisch en vanzelfsprekend verlengde van het uitstalverbod. Ook in dit geval geldt immers dat niet alleen de koper van tabaksproducten en aanverwante producten wordt blootgesteld, maar het brede publiek (waaronder kinderen, ex-rokers en rokers die willen stoppen). Geen maatregelen treffen op dit terrein zou de effectiviteit van het uitstalverbod kunnen ondermijnen.

Wel is het opmerkelijk en past het niet binnen de geest van de nieuwe regels dat gevelreclame voornamelijk blijft toegestaan bij alle verkooppunten die aan de huidige wettelijke definitie van een speciaalzaak voldoen (zoals de meeste gemakswinkels) en dat in deze verkooppunten ook nog steeds reclame zal mogen worden gemaakt. Dit betekent onder meer dat er straks verkooppunten zijn waar de tabaksproducten zelf niet langer in het zicht zijn, maar waar, bijvoorbeeld achter de toonbank, nog wel

op een andere manier reclame (o.a. via afbeeldingen en filmpjes) voor tabaksproducten en aanverwante producten wordt getoond. Het brede publiek dat in deze winkels komt of er voorbijloopt (waaronder kinderen, ex-rokers en rokers die willen stoppen), wordt dus nog steeds aan blootgesteld aan deze (gevel)reclame. Dit is vanuit het oogpunt van de bescherming van kinderen en de volksgezondheid zeer onwenselijk en wij hopen dan ook van harte dat op dit vlak nadere maatregelen zullen worden getroffen door het volgende kabinet. Alleen door alle vormen van reclame en promotie voor tabaksproducten en aanverwante producten in, op en rond verkooppunten niet langer toe te staan, kan ongewenste blootstelling (met alle gevolgen van dien) worden voorkomen.

***Vraag 3: Wat vindt u van het voorstel dat het zelf pakken van rookwaren uit bijvoorbeeld zogenaamde graaibakken niet meer is toegestaan vanaf 2022?***

Door (verdere) eisen te stellen aan de presentatie van tabaksproducten in verkooppunten (ten behoeve van de zichtbaarheid van de gezondheidswaarschuwing), zal op korte termijn een einde worden gemaakt aan bepaalde types 'graaibakken'. Daar zijn wij blij om. Tabak is geen normaal product. Wanneer tabaksproducten worden gebruikt zoals bedoeld, dragen zij bij aan het vroegtijdig overlijden van meer dan de helft van de mensen die blijven roken.(2) Dat naar zo'n product op dit moment überhaupt nog 'gegraaid' mag worden, is onbegrijpelijk. Wij steunen dan ook het voorstel van de staatssecretaris om de verkoop door zelfbediening volledig aan banden te leggen en daarmee tabaksproducten en aanverwante producten minder toegankelijk en aantrekkelijk te maken. Gezien het belang voor de volksgezondheid, zouden wij er wel voor willen pleiten om hier niet tot 2022 mee te wachten. Iedere week beginnen er in Nederland nog steeds honderden kinderen met dagelijks roken. Maatregelen die een bijdrage kunnen leveren aan een afname van dit aantal, door de verleiding van het roken terug te dringen, zouden zo snel mogelijk moeten worden genomen.

(2) Trimbos-instituut (2015). Roken: een aantal feiten op een rij. Utrecht: Trimbos-instituut.

***Vraag 4: Wat vindt u van de nadere eisen aan verpakkingseenheden en buitenverpakkingen van sigaretten, shagtabak, (water)pijptabak en cigarillo's?***

Wij zijn blij dat er nadere eisen worden gesteld aan de verpakkingen van tabaksproducten om de verleiding om te gaan roken terug te dringen. De verpakking is een belangrijk (resterend) reclamemiddel voor de tabaksfabrikanten. Het (verder) reguleren en standaardiseren van verpakkingselementen draagt eraan bij dat tabaksproducten als minder aantrekkelijk worden gezien, zeker door jongeren.(3) Met dit voorstel wordt dan ook een belangrijke volgende stap gezet in het beperken van de aantrekkelijkheid van tabaksproducten. Tegelijkertijd blijven er nog diverse mogelijkheden over voor tabaksfabrikanten om hun verpakkingen zo aantrekkelijk mogelijk te maken. Zo mogen merklogo's (waarmee een bepaald imago kan worden uitgestraald) bijvoorbeeld nog steeds worden gebruikt. De nieuwe regels dienen dan ook nadrukkelijk te worden gezien als een tussenstap, geen eindstation. Steeds meer landen besluiten tot de invoering van 'plain packaging', als onderdeel van een samenhangend pakket van maatregelen om de jeugd te beschermen en het (over)lijden door tabak terug te dringen. Ook in Nederland zou hier zo snel mogelijk naartoe moeten worden gewerkt. Een recente review, gepubliceerd in de toonaangevende Cochrane-database, bevestigt dat wetenschappelijk onderzoek consequent laat zien dat plain packaging de aantrekkingskracht van tabaksverpakkingen vermindert en dat plain packaging kan bijdragen aan een lagere rookprevalentie.(4)

(3) Trimbos-instituut (2015). Factsheet generieke tabaksverpakkingen (plain packaging). Utrecht: Trimbos-instituut.

(4) McNeill, A., Gravelly, S., Hitchman, S., Bauld, L., Hammond, D. & Hartmann-Boyce, J. (2017). Tobacco packaging design for reducing tobacco use. Cochrane Database of Systematic Reviews, issue 4, art. No.: CD011244.

***Vraag 5: Wat vindt u van de uitvoerbaarheid van de nieuwe regels over de elektronische sigaret zonder nicotine (EZN)?***

Wij hebben geen opmerkingen met betrekking tot de uitvoerbaarheid van deze nieuwe regels. Aangezien ook het gebruik van e-sigaretten niet zonder gezondheidsrisico's is, zijn wij blij dat, na de leeftijdsgrens en het reclameverbod (per 1 juli 2017), nu ook de andere regels die gelden met betrekking tot e-sigaretten met nicotine – voor zover relevant – van toepassing worden op e-sigaretten zonder nicotine.

***Vraag 6: Wat vindt u van de uitvoerbaarheid van de nieuwe regels over nieuwe of gewijzigde producten?***

Wij hebben geen opmerkingen met betrekking tot de uitvoerbaarheid van deze nieuwe regels. Wij staan volledig achter het doel van deze nieuwe regels; het is van belang dat het RIVM zijn rol in relatie tot de kennisgevingsprocedures voor nieuwe of gewijzigde tabaksproducten en aanverwante producten en voor nieuwsoortige tabaksproducten op een zo goed mogelijke wijze kan uitvoeren. Overigens maken wij u ons zorgen over het op de markt komen van nieuwsoortige tabaksproducten, zoals heat-not-burn producten. Wij kijken dan ook uit naar de resultaten van het onderzoek dat op dit moment wordt verricht naar de mogelijkheden voor een goedkeuringsprocedure in plaats van de huidige kennisgevingsprocedure.