

NSO-reactie op consultatie

De NSO is de brancheorganisatie voor de tabaksdetailhandel.

Vraag 1 van 4

Wat vindt u van het voorstel om speciaalzaken die uitsluitend rookwaren en rook accessoires verkopen per 1 januari 2020 direct uit te zonderen van het uitstalverbod?

Dit voorstel biedt de 1583 MKB-ondernemers met een tabaksspeciaalzaak geen enkel perspectief. Januari 2017 is in de Tweede Kamer de wens is uitgesproken om rekening te houden met de positie van de speciaalzaken, zoals vastgelegd in het aangenomen amendement van de leden Volp en Dik-Faber en de toelichting daarop ("*Bij diezelfde algemene maatregel van bestuur kan worden bepaald dat dit verbod niet geldt voor bij algemene maatregel van bestuur aangewezen verkooppunten van tabaksproducten en aanverwante producten. Daarbij kan gedacht worden aan speciaalzaken*").

Dit voorstel doet geen recht aan die Kameruitspraak en houdt volstrekt geen rekening met de realiteit in onze branche. Er bestaan immers (op enkele zeer specifieke uitzonderingen na) geen winkels waar alleen tabaksproducten en rookwarenaccessoires verkocht worden.

In 2003 is de toenmalige Tabakswet ingrijpend gewijzigd. Bij die gelegenheid is onder andere een reclameverbod voor tabaksproducten ingevoerd. Hierbij is voor speciaalzaken een uitzonderingspositie gecreëerd op basis van een definitie in de wet. Een definitie die in 2016 nog is herbevestigd bij de wijziging van de Tabaks- en rookwarenwet. Deze definitie wordt sinds 2003 gehanteerd en alle 1583 tabakswinkels (Bron: Locatus) voldoen daaraan.

Aan deze uitzonderingspositie zijn voorwaarden verbonden. Zo bepaalt artikel 5, lid 7 van de Tabaks- en rookwarenwet dat de overheid kan ingrijpen in de assortiments-samenstelling van tabakswinkels. Tot op heden heeft diezelfde overheid hiertoe geen aanleiding gezien. Deze uitzondering heeft overigens niet geleid tot een toename van het aantal tabaksspeciaalzaken noch heeft dat geleid tot een situatie dat de dominante positie van supermarkten bij de verkoop van tabak is gestopt. Integendeel, ondanks deze uitzonderingen hebben de supermarkten alleen maar meer marktaandeel gewonnen.

Op basis van de situatie zoals in 2003 in de wet neergelegd heeft onze branche zich ontwikkeld en zijn er winkelformules van tabakswinkels gevormd zoals: CIGO, Compaenen, Limtaco Nederland, Primera, Readshop Express, Tabac & Gifts, Tabaktief, Tabaronde en Vivant. Het assortiment van de meeste speciaalzaken is de afgelopen jaren verbreed, waarbij vrijwel alle tabaksspeciaalzaken nog steeds meer dan 50% van hun goederenomzet met tabaksproducten realiseren. Door diverse winkelformules is gekozen voor andere, bijpassende assortimentsgroepen. Zoals kansspelen, lectuur, wenskaarten en cadeaukaarten, of koffie, thee, chocolade etc. Maar alle tabakswinkels hebben een breed en diep assortiment tabaksproducten gehouden.

Het is, op een handvol zeer specifieke uitzonderingen in de grote binnensteden na, onmogelijk om zonder andere assortimenten toe te voegen een winstgevende winkel te hebben. Zelfs voor winkels die meer dan 75 % van hun omzet uit tabak halen zijn nevenactiviteiten onontbeerlijk. Van enkel tabak, aanverwante producten en daarbij horende accessoires, is geen rendabele winkel te maken. Hierbij dient aangetekend te worden dat de winstgevendheid van tabak in de loop van de jaren is verminderd. Daarom hebben vele ondernemers in de branche in hun winkelformule gekozen voor het toevoegen van andere assortimenten. Dit op basis van hun locatie, de concurrentie etc. Met deze ontwikkeling zijn veel tabakswinkels echte buurtwinkels geworden. Zij dragen bij aan de leefbaarheid van de buurt en wijk waarin zij gevestigd zijn. Met assortimenten

en diensten als: kranten en tijdschriften, OV-Chipkaarten, post- en pakketpunt, geldautomaat, e.d. Een beperkt aantal verkooppunten, veelal in de stedelijke gebieden, hebben bijzondere en exclusieve assortimenten op het gebied van bijvoorbeeld koffie/thee, chocolade lederwaren etc. aan haar assortiment toegevoegd om het speciaal karakter van de winkel verder te onderstrepen. Maar kern is en blijft het feit dat het tabakswinkels zijn.

Het is dan ook economisch niet verantwoord om te transformeren naar een winkel die 100 % omzetafhankelijk is van tabak. Deze is niet levensvatbaar.

Met het Adviescollege Toetsing Regeldruk is de NSO van mening dat in het huidige voorstel onvoldoende nut en noodzaak van de displayban in zijn algemeenheid en die van een displayban voor een speciaalzaak in het bijzonder is aangetoond. Zelfs het Trimbos instituut signaleert dat er een tekort is aan onderzoek over de impact van beperkende maatregelen op de prevalentie van roken. Laat staan onderzoek naar de gevolgen van deze verregaande maatregel specifiek gericht op de speciaalzaak als gedefinieerd in de Wet.

Meerdere malen hebben wij het ministerie laten weten dat een displayban het voortbestaan van veel van onze winkels en de winkelformules direct aantast en er ook minder belastende alternatieven zijn zoals een aankoopverbod van tabaksproducten door minderjarigen. Een regeling waar wij als branche al sinds de invoering van de wettelijke leeftijdsgrens voor tabaksproducten op aandringen.

Kortom het invoeren van een displayban zoals voorgesteld leidt tot grote economische schade. Schade die disproportioneel is en bovendien zijn de voorstellen onvoldoende voorzien van onderzoek dat een displayban voor de speciaalzaak een bewezen effectieve maatregel is.

Concluderend, het voorgestelde onderscheid in tabakswinkels met 100% tabak gerelateerde producten en winkels die daar niet aan voldoen, is geen reële optie en doet geen recht aan de geformuleerde wens van de Kamer om echt rekening te houden met de positie van de speciaalzaak. (Klik [hier](#) voor meer informatie over de ontwikkeling Tabaksdetailhandel).

De NSO is bereid mee te denken over een uitstalverbod dat wel recht doet aan de positie van de speciaalzaak en de wens van de Kamer om de zichtbaarheid sterk te verminderen.

Ondernemers met een tabakswinkel zijn zich bewust van de maatschappelijke discussie rondom het tabaksgebruik en respecteren de wens van de overheid om tabaksgebruik te ontmoedigen, met name onder jongeren. De NSO heeft – namens de gehele branche - in dit kader al op 5 december 2016 aan het Ministerie van VWS voorstellen gedaan om op basis van zelfregulering de zichtbaarheid in de tabakswinkels te verminderen en heeft bij die gelegenheid ook uitgesproken bereid te zijn nader onderzoek te doen naar effectieve maatregelen in de winkel die bijdragen aan het tegengaan van jeugdroken (Klik [hier](#) voor meer informatie over het convenant).

Het is dan ook bijzonder teleurstellend dat de NSO, als vertegenwoordiger van 1583 MKB-winkeliers, nooit een inhoudelijke reactie op dit voorstel heeft gekregen en er nooit inhoudelijk met de branche gesproken is over maatregelen die recht doen aan de – ook door de Kamer onderkende - positie van de speciaalzaak.

Het ministerie van VWS heeft alleen geconstateerd dat er tussen de verschillende verkooppunten geen overeenstemming mogelijk bleek over een convenant (wat ons betreft vanuit de overige verkooppunten ook zeer begrijpelijk gezien de opstelling van het CBL, zie vraag 2). De NSO zou dan ook graag na deze consultatie alsnog inhoudelijk met het ministerie in gesprek gaan over een regeling die tegemoetkomt aan zowel de wens tot verminderde zichtbaarheid van tabaksproducten als aan de functie van de speciaalzaken.

De NSO vindt het zeer verdedigbaar dat e-sigaretten, rookloze tabaksproducten en

verpakkingen van sigaren zwaarder dan 3 gram, uitgezonderd worden van een displayban.

Een uitzondering voor deze producten is consistent met de wijze waarop in Nederland per 20 mei 2016 gezondheidswaarschuwingen zijn ingevoerd en die verplicht zijn onder de Europese tabaksproductenrichtlijn.

Deze richtlijn maakt een duidelijk onderscheid tussen gezondheidswaarschuwingen voor *voor roken bestemde tabaksproducten* en voor *rookloze tabaksproducten*. Zowel de Europese als de Nederlandse wetgever onderkennen hiermee uitdrukkelijk dat *rookloze tabaksproducten* een ander risicoprofiel hebben en bijgevolg ook een andere gezondheidswaarschuwing dienen te dragen. De nota van toelichting bij artikel 3.3 van het Besluit Uitvoering Tabakswet stelt dat de etikettering van rookloze tabaksproducten dan ook geen ruimte geeft voor het maken van beleidskeuzes.

Gelet op het verschillend risicoprofiel van rookloze tabaksproducten en elektronische sigaretten is het niet meer dan logisch de reeds gemaakte beleidskeuze ook door te trekken voor het uitstalverbod en deze producten dus hieraan te onttrekken.

De NSO bepleit dat verpakkingen van sigaren zwaarder dan drie gram getoond mogen blijven worden. Dit omdat uit alle onderzoeken blijkt dat deze producten vrijwel uitsluitend door oudere consumenten genuttigd worden. Deze assortimentsgroep maakt slechts een zeer beperkt deel uit van de totale omzet tabaksproducten maar vergt wel veel advies, net als bij elektronische sigaretten en rookloze tabaksproducten en draagt bij aan het gespecialiseerde karakter van de winkels.

Ook sluit een uitzondering voor verpakkingen van sigaren zwaarder dan drie gram aan op het onderscheid dat gemaakt is bij de implementatie door de Nederlandse overheid van de 2^e Europese Tabaksproductenrichtlijn.

Vraag 2 van 4

Wat vindt u van het voorstel dat supermarkten vanaf 2020 verplicht zijn om aan het uitstalverbod te voldoen?

Het was de Kamer in eerste instantie te doen om de zichtbaarheid van tabaksproducten in juist de supermarkten te verminderen. Door toedoen van het CBL zijn de overige verkooppunten betrokken in de discussie. Kennelijk enkel uit eigen belang en niet omdat ze zelfstandig hun verantwoordelijkheid wilden nemen.

Het is uit marktcijfers - onder andere uit Engeland - bekend dat de supermarkten bij een display ban marktaandeel winnen ten koste van andere verkooppunten, met name de speciaalzaken. Dit zou verder in de hand gewerkt kunnen worden als gevolg van de bepaling in de toelichting op de concept regeling dat het voor supermarkten mogelijk blijft "om een speciaalzaak als shop-in shop te hebben". Een situatie die zich in veel supermarkten al voor de verkoop van sterkedrank heeft geconcretiseerd.

De NSO heeft sterk de indruk dat supermarkten enkel eigen economisch voordeel bij de verkoop van tabaksproducten willen verkrijgen door te roepen om een "level playing field". Er is echter geen sprake zijn van een level playing field. De impact van een productgroep die voor supermarkten minder dan 5% van de omzet uitmaakt en met slechts een beperkt aantal meters zichtbaarheid is van een significante kleinere orde dan bij iedere tabakswinkel waar de omzetafhankelijkheid boven de 50% is, die vele strekkende meters tabak in haar winkelbeeld kent en die bovendien een bijzonder positie hebben in de Tabaks en rookwarenwet.

Kortom de voorgestelde maatregelen zijn zeer gunstig voor de supermarkten en zeer ongunstig voor de kleine zelfstandigen tabaksspecialisten. De dominante positie van de supermarkten zal alleen maar verder versterkt worden. Als de zichtbaarheid verdwijnt dan zal de specialist het onderspit delven.

Vraag 3 van 4

Wat vindt u van het voorstel dat andere verkooppunten dan supermarkten tot 2022 uitgezonderd worden van het uitstalverbod?

Een uitstalverbod is enorm ingrijpend voor onze winkels en de impact is significant groter dan bij elk ander verkoopkanaal. De volgende redenen liggen hieraan ten grondslag:

- Tabaksproducten bepalen nadrukkelijk het binnenbeeld van de tabakswinkel, het is immers de meest belangrijke en prominente productgroep in de winkel. Dit is een geheel andere situatie dan bij de supermarkten. Supermarkten hoeven simpelweg maar één schap af te dekken terwijl tabakswinkels een groot deel van de winkelrichting moeten aanpassen en een nieuwe winkelformule moeten gaan maken.
- Het ombouwen van onze winkels kost veel tijd en veel geld. Hiervoor ontbreken in onze branche simpelweg de praktische en financiële mogelijkheden om dit op korte termijn te realiseren. Daarbij komt dat de economische impact van een displayban in onze branche veel groter is dan bij de supermarkten of andere aankoopkanalen. De onderbouwing hiervan hebben wij reeds eerder, middels een rapport van Deloitte (Klik [hier](#) voor meer informatie over het Deloitte rapport), uitvoerig gedocumenteerd aan het ministerie toegezonden.
- Ondernemers in de branche dienen de mogelijkheid te hebben om zich voor te bereiden op de nieuwe situatie. Sommigen zullen genoodzaakt zijn te stoppen, anderen zullen hun winkelformule moeten aanpassen. Hiervoor is dan beëindiging van een huurovereenkomst (contracten tot 10 jaar) of het beëindigen van arbeidsovereenkomsten nodig. Dit vergt veel tijd.
- Wij voorzien naast veel hogere kosten vooral een daling van inkomsten vanwege het gemis aan vergoedingen voor het uitstellen. Een functie die juist specifiek is voor de speciaalzaak. De vergoeding hiervoor is substantieel en bedraagt een hoog percentage van de ondernemerswinst. Helaas heeft de overheid hier voorsnog geen enkel onderzoek naar gedaan. Ook de kosten wegen voor ons proportioneel veel zwaarder. Onze winkels zijn kleiner, hebben veel meer tabaksproducten en veel meer schapruimte. De voorbeelden uit de supermarktbranche zijn voor ons dan ook zeker niet toepasbaar.

Al met al voor ons reden om te pleiten voor het thans invoeren bij de supermarkt en de regeling voor de speciaalzaak op te schorten tot 2025 en in de tussentijd objectief onderzoek te laten doen of een displayban en in welke mate een displayban in een tabaksspecialzaak effectief is om het jeugdruken te ontmoedigen.

Vraag 4 van 4

Wat vindt u van het voorstel dat een zelfstandig aankooptransactie via een tabaksautomaat niet meer is toegestaan vanaf 2022?

Bij de verkoop van tabaksproducten is de uitvoering van een goede naleving van de leeftijdsgrens van groot belang. Een goede controle van de koper is daarbij noodzakelijk. Verkoop van tabaksproducten via de automaat vindt met name in de horeca plaats. Het is de vraag of de controle op de verkoop van tabaksproducten in de horeca gebaat is bij een de facto verbod op de verkoop via tabaksautomaten.

Hierbij moet ook worden afgevraagd of de verkoop in de horeca überhaupt wenselijk is en niet voorbehouden dient te worden aan de retail.

