

IAK vragen

1. Wat is de aanleiding?

A. In het Nationaal Preventieakkoord is afgesproken dat dat gevelreclame en reclame in speciaalzaken per 2021 worden verboden.

2. Wie zijn betrokken?

A. Speciaalzaken van tabaksproducten en aanverwante producten (elektronische sigaretten en navulverpakkingen/patronen - beide met en zonder nicotine - en voor roken bestemde kruidenproducten).

3. Wat is het probleem?

Jaarlijks sterven 20.000 rokers aan de gevolgen van roken en enkele duizenden aan de gevolgen van meerroken. Vanuit het belang van het beschermen van de volksgezondheid wordt ingezet op het voorkomen dat jongeren beginnen met roken.. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat jongeren die worden blootgesteld aan advertenties en promotie van tabak, meer geneigd zijn om te beginnen met roken.

4. Wat is het doel?

Het kabinet wil een rookvrije generatie realiseren in 2040, waarbij geen enkele jongere meer een sigaret opsteekt. Een uitbreiding van het reclameverbod draagt bij aan dit doel. De norm dat roken niet normaal is, zal versterkt worden en jongeren en ex-rokers worden minder geconfronteerd met roken. In deze conceptregeling wordt met het oog op de leesbaarheid van de regeling, een definitie van uitgezonderde speciaalzaak ingevoegd. De speciaalzaken als bedoeld in artikel 5.9 van het Tabaks- en rookwarenbesluit zijn uitgezonderd van het uitstalverbod (artikel 5, derde lid, van de wet). Dit zijn de enige speciaalzaken waar – binnen de bandbreedte van de regels van de Tabaks- en rookwarenregeling – nog reclame mag worden gemaakt. Deze speciaalzaken worden korthedshalve aangeduid als 'uitgezonderde speciaalzaken'.

Omdat gevel- en etalagereclame worden verboden, betekent dit verder dat de regels die voorheen aan deze vorm van reclame werden gesteld kunnen komen te vervallen.

5. Wat rechtvaardigt overheidsinterventie?

De volksgezondheid van in het bijzonder jongeren is in het geding. Het kabinet is van mening dat meer kinderen moeten opgroeien in een rook- en tabaksvrije omgeving. In een dergelijke omgeving worden jongeren beschermd tegen tabaksrook en de verleiding om te gaan roken. Dit betekent ook dat zij niet in aanraking komen met reclame voor tabaksproducten en aanverwante producten.

6. Wat is het beste instrument?

In het Nationaal Preventieakkoord is afgesproken om het reclameverbod uit te breiden. Dit ter bescherming van de volksgezondheid, in het bijzonder de gezondheid van jongeren. Deze maatregel is nodig, omdat roken zwaar verslavend werkt en ernstige gevolgen heeft voor de gezondheid van de roker en diens omgeving. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat jongeren die worden blootgesteld aan advertenties en promotie van tabak, meer geneigd zijn om te beginnen met roken. Dat is niet wenselijk, omdat het beleid er juist op gericht is te voorkomen dat jongeren, en ook volwassenen, gaan roken. Daarom wordt reclame in speciaalzaken beperkt. Het niet langer toestaan van reclame draagt bij aan het 'denormaliseren' van rookwaren en roken.

7. Wat zijn de gevolgen voor burgers, bedrijven, overheid en milieu? Deze technische wijziging van de regeling heeft geen gevolgen voor burgers, bedrijven, overheid en milieu.