

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
t.a.v. Staatssecretaris de heer M. Van Rijn
Postbus 20350
2500 EJ Den Haag

Prinses Margrietplantsoen 86
2595 BR Den Haag

Tel : +31 (0)70 315 5230
Fax : +31 (0)70 315 5235
E-mail : info@vnpi.nl

Den Haag, 13 december 2016

Betreft: Vrijwillig convenant tabak benzinebranche

Geachte heer Van Rijn,

Naar aanleiding van het verzoek vanuit het Ministerie van VWS d.d. 9 maart 2016, hebben wij als branche de positie van tabak in onze tankstations grondig onderzocht. Wij onderschrijven de wens om jeugdige kopers zo min mogelijk in contact te laten komen met tabaksuitingen. Daarom is het van belang vast te stellen dat 67% van de 15-17 jarigen *zelden of nooit* een shop bij een tankstation bezoekt. Nog eens 22% komt er minder dan 1 keer per maand. Supermarkten, bijvoorbeeld, worden door 87% van de 15-17 jarigen *zeer regelmatig* bezocht. Ter onderbouwing hiervan vindt u bijgaand de resultaten van een recent in opdracht van de sector uitgevoerd onderzoek waaruit dit blijkt. Het wezenlijke verschil in klantprofielen tussen de verschillende verkoopkanalen pleit voor een specifieke aanpak en positie van de benzinebranche. (Bijlage)

In overleg met de diverse stakeholders hebben we de haalbaarheid om via de brancheorganisaties te komen tot een brancheconvenant besproken en onderzocht. Alles in overweging nemende, zijn wij als branche tot de conclusie gekomen dat als eerste stap een haalbaar en vrijwillig convenant de volgende inhoud zou kunnen hebben:

- de benzinebranche voert vrijwillig een geleidelijke aanpassing door naar een minder dominante presentatie van tabak op *alle tankstations*. Diverse branchepartijen spelen reeds – met name bij verbouwing of aanpassing van de shop – in op verminderde zichtbaarheid tabak. Wij zien mogelijkheden om deze ontwikkeling te versnellen.
- de maximaal zichtbare tabakspresentatie bij tankstations wordt 2 x 1 meter breed.
- de aanpassing gaat gelden t.a.v. de op dit moment geldende zgn. *double-health warming* producten.
- de samenstelling van de sector is divers en bestaat niet uit een paar grote geleide organisaties. Er zijn ruim duizend zelfstandige tankstation ondernemers, met 1 of meerdere stations. Daarnaast is er een dertigtal grotere handelaren met een cluster tankstations en tot slot is er een handvol oliemaatschappijen met eigen exploitatieorganisaties. Dat maakt het afspreken van een vrijwillig convenant niet eenvoudig. De branche streeft er desondanks naar om e.e.a. 1 juli 2019 afgerond te hebben.
- Er is een zeer grote mate van afhankelijkheid van tabak in de tankstationsshops. Gemiddeld 60 tot 70% van de shop-omzet in onze sector komt vanuit verkoop tabak (i.t.t. de supermarktbranche waarbij tabak circa 5% van het aandeel in de verkopen behelst). Elke tankstation organisatie heeft eigen contractuele afspraken met de diverse tabaksfabrikanten. Een convenant is enkel uitvoerbaar indien al deze bestaande afspraken op kernpunten wijzigen. De financiële gevolgen daarvan zijn in deze fase nog moeilijk te overzien. Gezien de

commerciële en juridische verankering van tabak in de markt en de grote impact van wijzigingen, is medewerking van de tabaksindustrie noodzakelijk voor het slagen van het verminderen van zichtbaarheid tabak.

- De overheid dient mee te tekenen. Het convenant wordt gesloten in het kader van het maatschappelijk belang en beoogt de mededinging niet te beperken. Er dient vooraf goedkeuring aan gegeven te zijn vanuit de ACM.

Uiteraard kan een convenant enkel slagen indien er tijdens de looptijd ervan geen verdere (wettelijke) beperkingen in de tabaksverkoop op tankstations worden doorgevoerd; het convenant zou een daartoe strekkende bepaling dienen te bevatten.

Wij menen dat wij met verminderde zichtbaarheid van tabaksproducten op onze stations direct kunnen bijdragen aan het behalen van uw doel.

Voor het vrijwillig doorvoeren van een verregaande maatregel als een display-ban is onderling begrip voor de verschillende posities tussen de verkoopkanalen (klantenprofiel, maar ook afhankelijk, zichtbaarheid etc.) van belang. Eisen als gelijk speelveld belemmeren nu zo'n proces. Zoals u weet is mede daarom een overeenstemming daarover tussen branches niet bereikt. Desalniettemin zijn we bereid zelf (los van andere kanalen) de zichtbaarheid op de stations door middel van het invoeren van een gedeeltelijke display-ban de komende jaren aanzienlijk te verminderen. Tot slot willen wij nog opmerken dat de benzinebranche meer dan een materiele verbetering heeft gerealiseerd voor wat betreft de legitimatieplicht voor koers van tabak in de tankstation shop. Wij hebben als branche veel geïnvesteerd in training, bewustwording en communicatie naar de klant en zijn er trots op dat wij dit hebben gerealiseerd. Met betrekking tot de display ban geven wij u ons commitment en willen ook dit dossier op een succesvolle wijze afronden.

Graag vernemen wij of het bovenstaande aanleiding geeft een en ander nader met uw Ministerie uit te werken,

Hoogachtend,



E. Klooster
Directeur VNPI



J.P. Kerkhof
Voorzitter BOVAG



E.R. Klok
Voorzitter BETA

Bijlagen: 1

Onderzoek bezoekprofielen

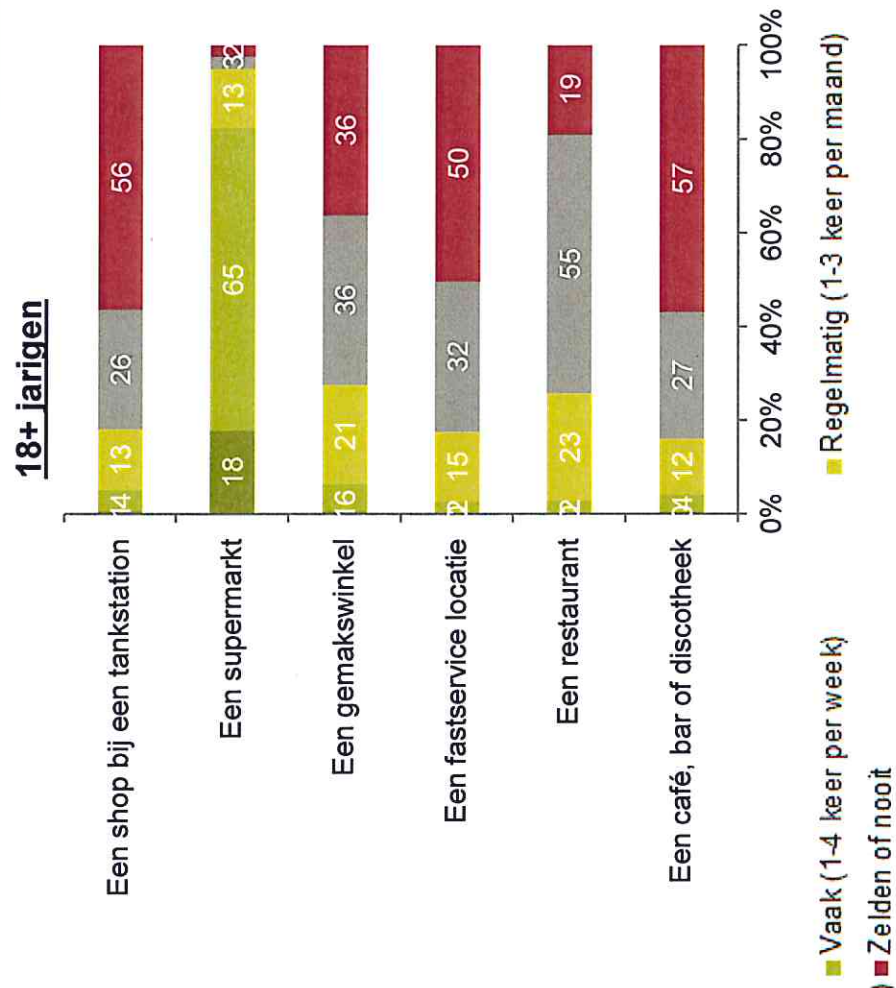
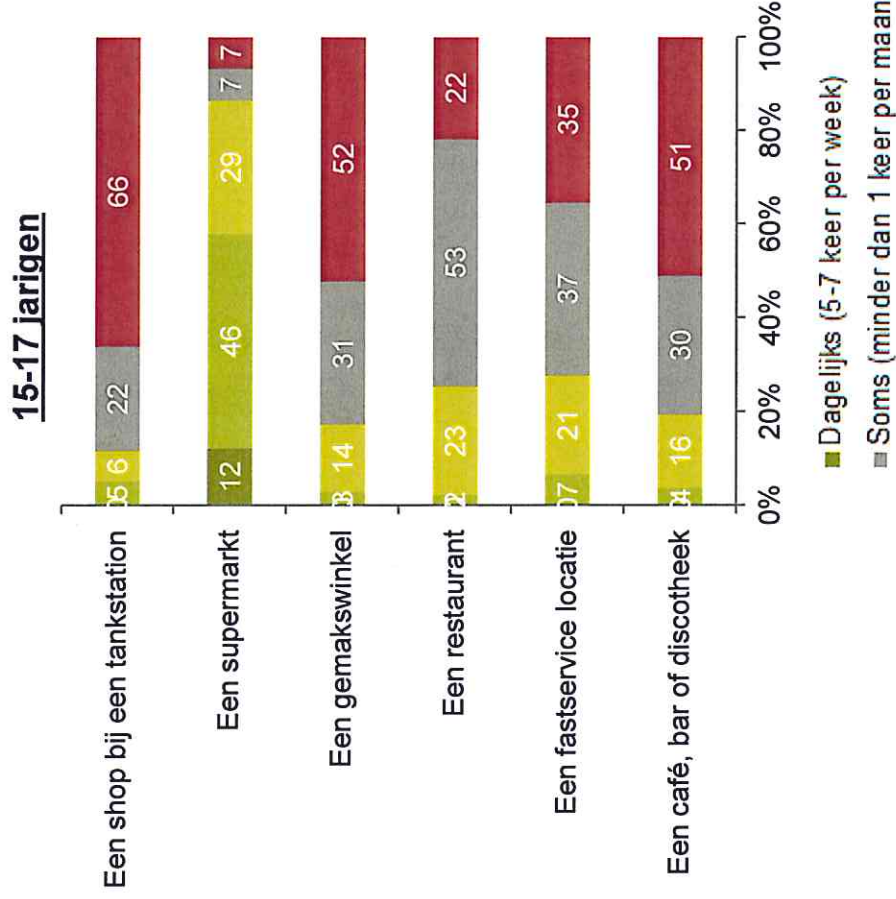


BETA

belangenvereniging
tankstations

GfK, juli 2016

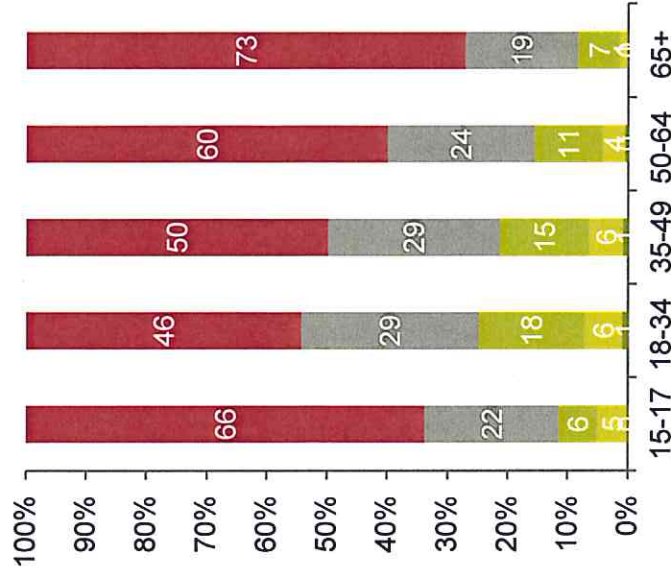
Tweederde van de 15-17 jarigen bezoekt zelden of nooit een shop bij een tankstation. Nog eens 22% komt er minder dan 1 keer per maand.



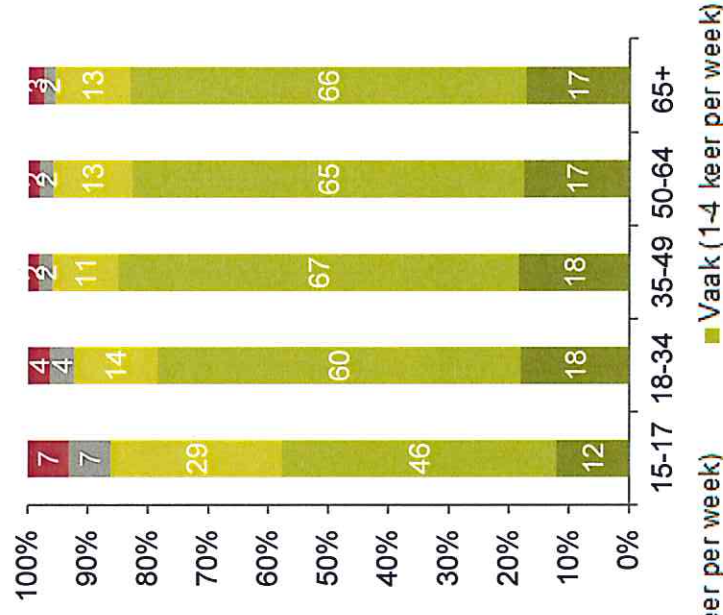
Shops bij een tankstation worden relatief het minst vaak bezocht.
 Met name weinig bezocht door 15-17 jarigen en 65+ers.



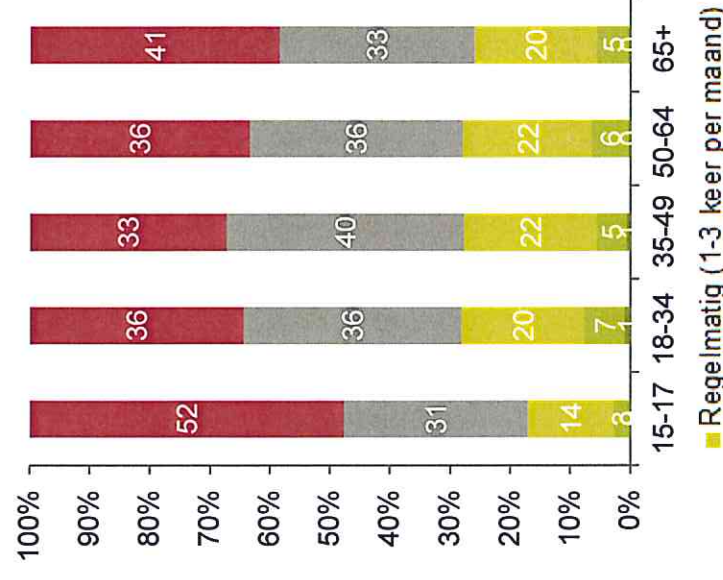
shop bij een tankstation



supermarkt



gemakswinkel



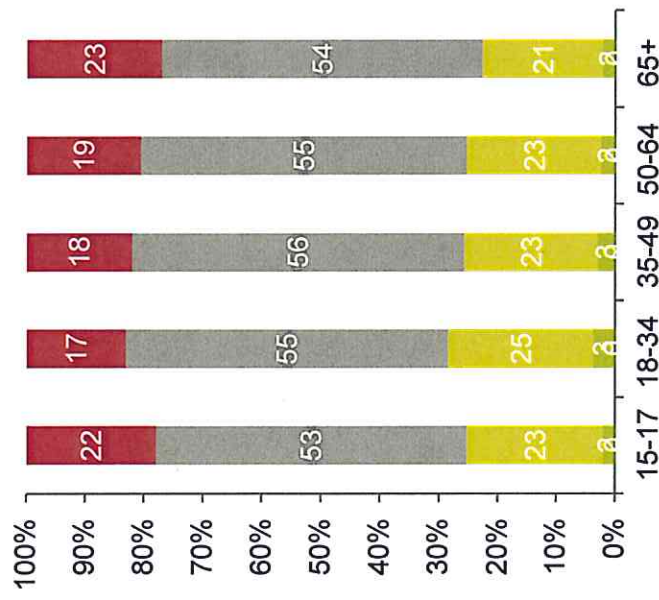
■ Dagelijks (5-7 keer per week) ■ Soms (minder dan 1 keer per maand) ■ Zelden of nooit

■ Vaak (1-4 keer per week) ■ Regelmatig (1-3 keer per maand)

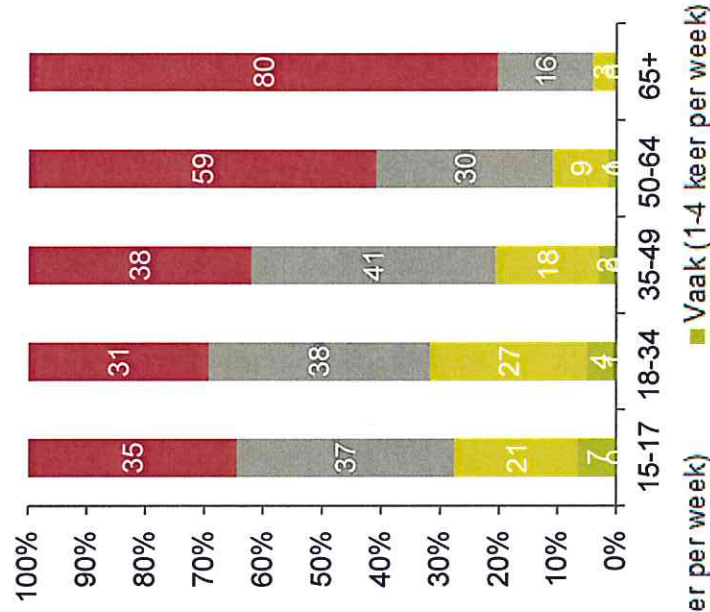
Fastservice locaties en café/bar/discotheeken worden relatief vaker door jongeren bezocht. Bij restaurants is er geen groot verschil te zien tussen de leeftijdsgroepen.



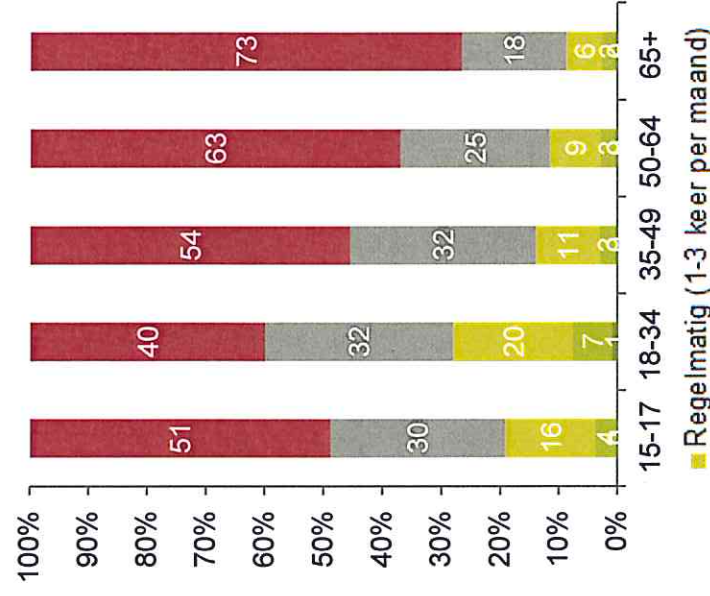
restaurant



fastservice locatie



café, bar of discotheek



Onderzoeksverantwoording



online vragenlijst (CAWI)



5 – 20 juli 2016



GfK Online Panel



Netto-steekproef: 59.821



Doelgroep: NL 15+



Vraagstelling

Hoe vaak bezoekt u doorgaans de volgende locaties?

Het is niet relevant of u hier ook iets koopt; we zijn benieuwd hoe vaak u deze locaties bezoekt.

1. Een shop bij een tankstation
 2. Een supermarkt
 3. Een restaurant
 4. Een fastservice locatie <i1>
 5. Een café, bar of discotheek
 6. Een gemakswinkel voor tijdschriften, wenskaarten, kansspelen en tabak <i2>
- Dagelijks (5-7 keer per week)
 - Vaak (1-4 keer per week)
 - Regelmatig (1-3 keer per maand)
 - Soms (minder dan 1 keer per maand)
 - Zelden of nooit

Toelichting voor respondent:

<i1> Fastfood restaurant, cafeteria, pizzeria, broodjeszaak
<i2> Denk aan Primera, AKO, Cigo, TabAktief, Bruna

Contact



Bas van Eekelen

Business Development Manager

0162 - 384 175 | 06 - 278 766 42

Bas.van.Eekelen@gfk.com

The Netherlands



Sander Cooijmans

Research Manager Out of Home

0162 - 384 336 | 06 - 206 201 46

Sander.Cooijmans@gfk.com

The Netherlands