



# Verkoopbonussen tabaksspeciaalzaken 2019

## Resultaten van het onderzoek naar verkoopbonussen van de tabaksindustrie aan tabaksspeciaalzaken.

In de Tabaks- en rookwarenwet is een strikt reclameverbod voor tabaksproducten en aanverwante producten opgenomen met daarop slechts enkele uitzonderingen. Op grond van dit verbod is het verstrekken van vergoedingen die tot doel hebben de verkoop van deze producten te stimuleren niet toegestaan. De NVWA heeft in opdracht van de Staatssecretaris van VWS in

2018/2019 onderzocht of er door tabaksfabrikanten onrechtmatige verkoopbonussen aan tabaksspeciaalzaken worden verstrekt. Ook is onderzocht of de NVWA voldoende mogelijkheden heeft om handhavend op te treden tegen verkoopbonussen en vergoedingen voor promotie.

### **Aanleiding onderzoek**

In het artikel "Tabakszaken krijgen illegale verkoopbonussen"<sup>1</sup> wordt aan de orde gesteld dat tabaksfabrikanten bij tabaksspeciaalzaken en 'gemakswinkels' met bonussen voor verkoopresultaten extra aandacht voor hun merk vragen. Naar aanleiding van kamervragen over dit artikel heeft de Staatssecretaris van VWS de NVWA gevraagd te onderzoeken of er sprake is van dergelijke verkoopbonussen en andere vergoedingen, of deze onrechtmatig zijn en of het wettelijk instrumentarium van de NVWA voldoende mogelijkheden biedt om hiertegen adequaat op te treden.

### **Reclameverbod**

Het reclameverbod is één van de maatregelen in de Tabaks- en rookwarenwet die invulling geeft aan het tabaksontmoedigingsbeleid. Hiermee wordt reclame voor tabaksproducten en aanverwante producten (elektronische dampwaar met en zonder nicotine en kruidenrookproducten) aan banden gelegd.

### **Speciaalzaken**

Er is sprake van een speciaalzaak als een verkooppunt een afsluitbare eigen toegang, een verkoopvloeroppervlakte van 10 m<sup>2</sup> en een totaalassortiment van ten minste 90 merkenversies tabaksproducten of aanverwante producten heeft. Reclame in speciaalzaken is onder strikte voorschriften nog beperkt toegestaan.

<sup>1</sup> Tabakszaken krijgen illegale verkoopbonussen", 25 juni 2018, Onderzoeksredactie Tabak

## Werkwijze

In deze paragraaf wordt het wettelijk kader van het onderzoek naar verkoopbonussen in kaart gebracht. Vervolgens wordt de werkwijze van het onderzoek bij 10 tabaksspecialzaken beschreven.

### Wettelijk kader

Er is nagegaan of:

- verkoopbonussen en andere vergoedingen van fabrikanten aan specialzaken op grond van het reclameverbod voor tabaksproducten en aanverwante producten zijn toegestaan;
- het huidige wettelijk instrumentarium van de NVWA afdoende is om hiertegen adequaat op te treden.

### Reclameverbod

In de Tabaks- en rookwarenwet is een strikt reclameverbod voor tabaksproducten en aanverwante producten opgenomen. Op grond van dit verbod is elke vorm van commerciële mededeling die het bekendheid geven aan of het aanprijzen van een tabaksproduct of aanverwant product tot doel heeft, of rechtstreeks of onrechtstreeks tot gevolg heeft, niet toegestaan. Daarnaast is elke handeling in de economische sfeer met als doel de verkoop van producten te bevorderen verboden. Samenwerkingsovereenkomsten waarin afspraken zijn gemaakt over het verstrekken van verkoopbonussen kunnen worden aangemerkt als een handeling in de economische sfeer met als doel de verkoop van producten te bevorderen en zijn op grond van het reclameverbod verboden.

Op het reclameverbod zijn enkele uitzonderingen van toepassing:

#### 1. Business-to-business reclame

Business-to-business reclame is uitgezonderd van het reclameverbod voor zover het gaat om commerciële mededelingen (schriftelijk en mondeling) die uitsluitend bestemd zijn voor personen die werkzaam zijn in de handel in tabaksproducten of aanverwante producten. Samenwerkingsovereenkomsten over het verstrekken van verkoopbonussen vallen niet onder de noemer commerciële mededeling en zijn verboden.

#### 2. Reclame in en aan specialzaken

Reclame-uitingen in en aan specialzaken zijn toegestaan, mits deze fysieke reclame-uitingen

voldoen aan de wettelijke voorschriften. Zo mag reclame aan de gevel van een specialzaak nu nog maximaal 2m<sup>2</sup> beslaan en dienen alle reclame-uitingen in en aan de winkel van een gezondheidswaarschuwing te zijn voorzien.

Een passage uit de wetshistorie van het reclameverbod<sup>2</sup> kan de verwachting hebben gewekt dat vergoedingen van tabaksfabrikanten aan specialzaken voor het plaatsen van promotiematerialen, zoals gevelreclame, posters, displays, lichtbakken etc., niet onder het reclameverbod zouden vallen. Deze passage uit de wetshistorie maakt dat de NVWA hiertegen niet heeft optreden. Deze vergoedingen zijn niet meegenomen in het onderzoek naar onrechtmatige vergoedingen.

### Verkoopbonussen en andere vergoedingen

Alle vergoedingen van tabaksfabrikanten aan specialzaken die tot doel hebben de verkoop van tabaksproducten en aanverwante producten te bevorderen (waaronder verkoopbonussen) zijn in strijd met het reclameverbod uit de Tabaks- en rookwarenwet.

Tegen onrechtmatige vergoedingen aan specialzaken wordt door de NVWA opgetreden met een bestuurlijke boete voor de fabrikant van tabaksproducten en aanverwante producten, die als de initiator van de overtredingen wordt gezien. Hiervoor geldt een wettelijk vastgestelde bestuurlijke boete van € 45.000,- die in geval van recidive kan oplopen tot € 450.000,-.

### Bevoegdheden NVWA

Toezichthouders van de NVWA zijn op grond van de Algemene wet bestuursrecht bevoegd tot het doen van onderzoek. Een ieder is verplicht daaraan medewerking te verlenen. Opzettelijke weigering van medewerking is strafbaar volgens artikel 184 van het Wetboek van Strafrecht.

### Onderzoek specialzaken

Het onderzoek is uitgevoerd bij 10 winkels die aan de definitie van tabaksspecialzaak in de Tabaks- en rookwarenwet voldoen. Het betreft 4 zelfstandige winkels en 6 winkels die zijn aangesloten bij een commercieel samenwerkingsverband (winkelformule) voor tabak en gemak. Door deze winkelformules worden naast rookwaren,

<sup>2</sup> Kamerstukken II 2000-01, 26 472, nr. 7, Nota van wijziging p. 10-14 (paragraaf 4. "Bedrijfseffecten versus gezondheidswinst")

tijdschriften, wenskaarten en kansspelen veelal ook cadeaukaarten, boeken en kantoorartikelen verkocht en diensten zoals post- en pakketdiensten aangeboden.

Bij zowel de speciaalzaken als de hoofdkantoren van de winkelformules is onderzoek verricht naar samenwerkingsovereenkomsten met fabrikanten in het kader van de verkoopbonussen en overige vergoedingen voor promotie van tabaksproducten en aanverwante producten. Het onderzoek richt zich op het achterhalen en analyseren van de samenwerkingsovereenkomsten, facturen en betalingsbewijzen om een overtreding van het reclameverbod te kunnen aantonen. Aangetroffen overeenkomsten zijn daarbij onderzocht op afspraken over het verstrekken van vergoedingen die tot doel hebben de verkoop van producten te bevorderen. Deze vergoedingen zijn waar mogelijk ingedeeld naar type vergoeding. Als onrechtmatige vergoedingen zijn aangetroffen, is een rapport van bevindingen opgesteld voor de fabrikant. Vergoedingen voor het plaatsen van promotiematerialen in en aan de winkel, welke zijn toegestaan, zijn hierbij buiten beschouwing gelaten.

## Resultaten

### Samenwerkingsovereenkomsten

Alle 10 onderzochte speciaalzaken blijken samenwerkingsovereenkomsten met fabrikanten te hebben waarin afspraken zijn vastgelegd over vergoedingen omtrent de verkoop en promotie van tabaksproducten en/of aanverwante producten. Bij de formulewinkels zijn deze overeenkomsten met fabrikanten afgesloten door het hoofdkantoor van het formulebedrijf. In totaal zijn 69 samenwerkingsovereenkomsten aangetroffen met 19 verschillende fabrikanten van tabaksproducten en/of aanverwante producten.

Bij de 4 zelfstandige speciaalzaken gaat het om 12 samenwerkingsovereenkomsten met 5 verschillende fabrikanten, met 1 tot 5 overeenkomsten per winkel. Door de 6 winkelformules blijken vaker overeenkomsten te zijn afgesloten. Hier zijn in totaal 57 samenwerkingsovereenkomsten met 19 fabrikanten aangetroffen, met 6 tot 16 overeenkomsten per winkelformule.

### Vergoedingen

De in de verschillende samenwerkingsovereenkomsten aangetroffen vaste en/of variabele vergoedingen voor speciaalzaken hebben onder andere betrekking op:

- behaalde verkoopresultaten (verkoopbonus);
- (betere) plaatsing van producten in het schap;
- beschikbaarheid van producten in het schap (voorraad);
- het plaatsen van promotiematerialen in en aan de winkel, zoals displays en lichtreclame;
- deelname aan promotie-acties, zoals Toonbankacties;
- exclusiviteit;
- spaarpuntensysteem voor cadeaus;
- de levering van de verkoop- of registratiedata.

Vergoedingen voor behaalde resultaten (verkoopbonus), schapvergoedingen en vergoedingen voor het plaatsen van promotiematerialen en deelname aan promotieacties werden het vaakst in de overeenkomsten aangetroffen.

### Verkoopbonussen

In ruim 70% van de overeenkomsten zijn afspraken over variabele en/of vaste vergoedingen voor het behalen van verkoopresultaten aangetroffen. Bij de helft van de overeenkomsten met zelfstandige speciaalzaken en drie kwart van de overeenkomsten met winkelformules is hiervan sprake. In 80% van de gevallen gaat het om variabele vergoedingen in de vorm van een volume- of prestatiebonus. Deze vergoedingen worden verkregen indien van bepaalde producten meer wordt verkocht of er een bepaalde omzetgroei wordt gerealiseerd. De vergoedingen worden in de meeste gevallen uitbetaald in euro's en in enkele gevallen in tabaksproducten. Op enkele uitzonderingen na kunnen deze vergoedingen per overeenkomst voor een speciaalzaak variëren van enkele honderden euro's tot circa € 3000,- per jaar. Bij de overeenkomsten met de winkelformules ontvangen niet alleen de aangesloten speciaalzaken vergoedingen voor behaalde resultaten, maar ook de hoofdkantoren.

### Schapvergoedingen

In bijna alle overeenkomsten zijn afspraken aangetroffen over (betere) plaatsing van producten in het schap en/of de beschikbaarheid van producten in het schap. Bij ruim 75% van de samenwerkingsovereenkomsten zijn hiervoor duidelijk herleidbare vergoedingen aangetroffen. In de meeste gevallen gaat het daarbij om een vaste vergoeding per jaar. De vergoedingen variëren van circa € 250,- tot € 550,- per overeenkomst per jaar bij de zelfstandige speciaalzaken en van circa € 100,- tot circa € 2.500,- bij de formulewinkels.

In de overige overeenkomsten zijn doorgaans wel schapafspraken aangetroffen, maar zijn de vergoedingen hiervoor minder goed te herleiden. De naleving van de voorwaarden uit de overeenkomst wordt in veel gevallen door de fabrikanten gecontroleerd. Indien hieraan niet wordt voldaan wordt een winkel gekort op de vergoeding.

#### Vergoedingen voor plaatsing promotiematerialen

De meeste speciaalzaken ontvangen vergoedingen voor het plaatsen van promotiematerialen en promotie-acties (in 70% van de overeenkomsten aangetroffen) in de vorm van toonbank- of displayvergoedingen. Vaak vinden deze vergoedingen plaats per actie gedurende een jaar. Ook hier worden de winkels veelal gecontroleerd op de naleving van de voorwaarden van de vergoeding. De betreffende vergoedingen zijn zoals eerder toegelicht niet meegenomen in dit onderzoek naar onrechtmatige vergoedingen.

#### **Maatregelen**

In bijna alle aangetroffen samenwerkingsovereenkomsten zijn afspraken over onrechtmatige vergoedingen die tot doel hebben de verkoop te bevorderen aangetroffen. Het betreft overeenkomsten van 19 fabrikanten van tabaksproducten en/of aanverwante producten, waarbij het aantal aangetroffen overeenkomsten per fabrikant varieert van 1 tot 10. In 70% van de overeenkomsten zijn afspraken over verkoopbonussen aangetroffen en in 75% vergoedingen voor (betere) plaatsing van producten in het schap en/of beschikbaarheid van producten. In circa 50% van de overeenkomsten zijn beide aangetroffen. De vergoedingen van fabrikanten van aanverwante producten zijn over het algemeen lager dan die van tabaksproducten. Naar aanleiding van het onderzoek zijn er 67 rapporten van bevindingen opgemaakt.

#### **Wettelijk instrumentarium**

Tijdens het onderzoek bleek het achterhalen van de overeenkomsten en financiële gegevens bij enkele zelfstandige speciaalzaken en winkelformules tijdrovend. Niet altijd werd meteen aan de vordering van gegevens voldaan. De bevoegdheid om medewerking af te dwingen door het opleggen van een herstelsanctie (last onder dwangsom) of een bestraffende sanctie (dwangsom) zou het proces versneld hebben. Deze bevoegdheid is niet opgenomen in de Tabaks- en rookwarenwet.

#### **Conclusie**

Uit het onderzoek blijkt dat fabrikanten vergoedingen geven aan tabaksspeciaalzaken voor de promotie van tabaksproducten en aanverwante producten. Via deze vergoedingen kunnen fabrikanten invloed uitoefenen op de promotie en zichtbaarheid van hun producten in deze winkels.

Alle onderzochte tabaksspeciaalzaken hebben samenwerkingsovereenkomsten met fabrikanten met betrekking tot de verkoop en promotie van tabaksproducten en aanverwante producten. Dergelijke overeenkomsten zijn vaker afgesloten met winkelformules (6 tot 16 overeenkomsten per winkel) dan met zelfstandige tabaksspeciaalzaken (1 tot 5 overeenkomsten per winkel).

In bijna alle gevallen zijn onrechtmatige afspraken over vergoedingen aangetroffen, die tot doel hadden de verkoop te bevorderen. Per overeenkomst variëren de onrechtmatige vergoedingen van een paar honderd euro tot meer dan enkele duizenden euro's per jaar.

Tegen contracten met onrechtmatige vergoedingen wordt opgetreden met een rapport van bevindingen voor de fabrikant.

In het wettelijk instrumentarium van de NVWA op basis van de Tabaks- en rookwarenwet ontbreekt de bevoegdheid tot het opleggen van een sanctie als niet voldaan wordt aan een vordering. Deze bevoegdheid maakt het toezicht op onrechtmatige vergoedingen effectiever en efficiënter.

Naar aanleiding van deze resultaten zal de NVWA onderzoek naar vergoedingen door fabrikanten blijven doen, ook in andere sectoren.

Dit is een uitgave van:  
Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit  
Catharijnesingel 59 | Postbus 43006 | 3540 AA Utrecht  
**[www.nvwa.nl](http://www.nvwa.nl)**  
november 2019