

**PLAN VAN AANPAK****(30 oktober 2015)****1. Probleemstelling**

De gemiddelde naleving van de leeftijdsgrens van 18 jaar voor tabaksverkoop is nog niet op het gewenste niveau. Volgens een onderzoek van Nuchter Kenniscentrum Leeftijdsgrenzen blijkt dat, anderhalf jaar na de verhoging van de leeftijdsgrens (van 16 naar 18 jaar), de naleving van deze grens blijft steken op zo'n 32%. Dit staat in het door het Kenniscentrum vervaardigde rapport *Alcohol- & tabaksverkoop aan jongeren 2015*.

Dit is niet alleen onaanvaardbaar voor de overheid en politiek, maar zeker ook voor de betrokken verkooppunten en de branches zelf. De politiek eist, terecht, van het betrokken bedrijfsleven dat de naleving op een zo kort mogelijke termijn (al binnen een jaar) substantieel verbetert.

Uit onderzoek blijkt ook dat 70% van de rokende jongeren onder de achttien jaar hun tabaksproducten nooit zelf kopen, maar verkrijgen middels vrienden, familie en/of derden. Dit probleem kan niet alleen door de retail worden opgelost, maar vergt een gecoördineerde actie van alle belanghebbenden om te komen tot een daadwerkelijke gedragsverandering bij de jeugd en hun directe omgeving.

Het sluitstuk van goede naleving van de leeftijdsgrens is een adequaat systeem van handhaving door de overheid.

2. Doelstelling

Met dit plan van aanpak beogen wij voor de detailhandel onze ambities vorm te geven. Dit met het primaire doel om te komen tot een structurele verbetering van de naleving van de leeftijdsgrens voor tabaksverkoop op een zo kort mogelijke termijn. Daarnaast hebben wij tot doel om bij te dragen aan een vergroting van het maatschappelijke draagvlak voor de leeftijdsgrens voor tabaksverkoop. Hiervoor is opgericht de Taskforce Naleving Leeftijdsgrens Tabak (TNLT). De deelnemende (branche-)organisaties vanuit de detailhandel zijn: NSO, BETA, BOVAG, VNPI en TZN.

De activiteiten van TNLT staan nadrukkelijk niet op zichzelf, maar vormen een nieuw onderdeel van de reeds bestaande campagnes van genoemde brancheorganisaties om de handhaving van de leeftijdsgrens bij tabaksverkoop substantieel te verbeteren. Dit plan van aanpak richt zich voornamelijk op dat deel van de probleemstelling waarop de handel direct invloed heeft: de verbetering van de naleving aan de toonbank op zo kort mogelijke termijn. Hiertoe moet er bij alle verkooppunten een groter besef ontstaan dat zij niet alleen *MOETEN* naleven (handelen naar de wet) maar ook daadwerkelijk *WILLEN* naleven (onderdeel van de formule van de winkel). Het denken, voor zover al niet aanwezig bij de verkooppunten, moet zijn: Wij *WILLEN* niet verkopen aan jongeren onder de 18 jaar!



TNLT wil een effectieve bijdrage leveren aan een integrale oplossing voor de problematiek van jeugdroken en de naleving van de leeftijdsgrens bij de ruim 30.000 tabaksverkooppunten in Nederland. Dit plan moet zorgen voor een verbetering van de naleving van leeftijdsgrenzen binnen de sectoren tabak- & gemakzaken, benzinstations en de overige verkooppunten met “toonbankverkoop”. Het Centraal Bureau Levensmiddelen (CBL) zowel als de automatenbranche (verenigd binnen de Tabaks- en Zoetwarengroothandel Nederland (TZN)) ontwikkelen een eigen aanpak en vallen daarom buiten de reikwijdte van dit plan. Hetzelfde geldt voor de resterende verkooppunten in de horeca met “losse verkoop”.

De kern van de activiteiten voor TNLT zal met name zijn het verrichten van een zeer groot aantal controles op de naleving van de leeftijdsgrens. Het is de bedoeling dat álle betrokken verkooppunten meerdere keren per jaar worden bezocht en gecontroleerd. Dit zal worden gedaan door middel van mysteryshoppers. Deze hebben de leeftijd van 18 of 19 jaar. Deze informatie wordt vervolgens gedeeld met de aangesloten brancheorganisaties of commerciële organisaties, teneinde een effectieve terugkoppeling naar de betrokken verkooppunten te faciliteren. Verder zal TNLT effectieve communicatie- en voorlichtingsactiviteiten voor de aangesloten brancheorganisaties en/of commerciële organisaties stimuleren en coördineren. De behaalde resultaten worden in periodieke gevalideerde overzichten verstuurd naar alle betrokkenen, waaronder het ministerie van VWS.

3. Structuur en organisatie

Structuur

De activiteiten worden per direct opgestart vanuit een extern projectbureau in Den Haag. Er is immers snel een juridische entiteit nodig, vanwege het aangaan van contractuele verplichtingen en het kanaliseren van geldstromen. Intentie van partijen is om gaandeweg een Stichting Tasforce Naleving Leeftijdsgrens Tabak op te richten.

Governance

Het voorstel is om een stuurgroep te formeren met de volgende participanten:

- Voorzitter Taskforce Naleving Leeftijdsgrens Tabak;
- Vertegenwoordiging vanuit NSO;



- Vertegenwoordiging vanuit het benzinekanaal;
- Vertegenwoordiging vanuit de industrie;
- Mogelijke vertegenwoordiging nieuwe organisaties, zoals drogisterijen.

TNLT hoopt gedurende de looptijd van dit project op regelmatige basis overleg met het ministerie van VWS te hebben, teneinde de voortgang, resultaten en (voorlopige) conclusies te kunnen bespreken.

Organisatie

De taskforce kent een **onafhankelijke voorzitter**, die de stuurgroep voorziet en het projectbureau aanstuurt. In het **projectbureau** zijn de verschillende voor het project relevante functies samengebracht. Het projectbureau draagt zorg voor de uitvoering van het plan van aanpak en alle daaruit voortvloeiende werkzaamheden en activiteiten.

4. Activiteiten

Activiteiten Taskforce

- Organiseren van het laten uitvoeren mysteryshopper onderzoeken;
- Onderhouden van contacten met alle stakeholders;
- Leggen van contacten met “nieuwe” deelnemers;
- Coördinatie van controles bij *over-the-counter* (OTC) verkooppunten;
- Monitoring voor intern en extern gebruik;
- Monitoren van de inspanningen van de aangesloten branches op het vlak van voorlichting, training, gebruik van materialen en follow-up op van controleresultaten;
- Meldpunt naar sector- of brancheorganisaties;
- Bijdrage aan verdere ontwikkeling opleidingsmodules en / of winkelmateriaal;
- Verstrekken van informatie aan de deelnemers;
- Bijdrage aan het ontwikkelen van presentaties voor info meetings en/of mailings;
- Zorgdragen voor interne communicatie en communicatie via vakbladen en media;
- Delen van “best-practices” met andere platforms;
- Coördinatie met de industrie inzake financiering.



Verankering binnen de branches

Iedere deelnemende brancheorganisatie stelt een eerste aanspreekpunt en een vervanger aan. Het aanspreekpunt is verantwoordelijk voor de branchespecifieke doorvertaling van het plan van aanpak en de controleresultaten naar de commerciële organisaties binnen de branche en naar de individuele ondernemers. Daartoe stellen dan ook de deelnemende commerciële organisaties (ketens) een verantwoordelijk aanspreekpunt aan, die binnen de keten voor de communicatie zorgt en voor follow-up op de controleresultaten.

Reeds bestaande activiteiten

Sinds de invoering van de minimum verkoopleeftijd voor tabaksproducten in 2004 organiseren de betrokken branches al diverse activiteiten om de naleving van deze leeftijds grens op de verkooppunten te promoten en te verbeteren. Na de verhoging van de minimum verkoopleeftijd van 16 naar 18 jaar per 1 januari 2014 zijn deze activiteiten verder geïntensiveerd.

Zo besteden de betrokken brancheorganisaties veel aandacht en geld aan het verstrekken hulpmiddelen aan, het informeren van en het controleren van de aangesloten verkooppunten. Er worden momenteel al informatiepakketten verstrekt aan alle verkooppunten. Een dergelijk informatiepakket kan bestaan uit een kassamatje, deurstickers, schapstickers en een “stoplicht”. Dit stoplicht is een handig hulpmiddel om de kassamedewerker snel te laten zien in welk jaar iemand 18 wordt. Verder zijn er ID-readers aangeschaft en verspreid in de branches.

Naast het verstrekken van handige tools aan verkooppunten geven de branches ook voorlichting. Zo wordt voor het winkelpersoneel een cursus georganiseerd (on site en/of middels e-learningmodules). Ook worden er voorlichtingsfilmpjes gedraaid in vele honderden verkooppunten, welke in narrow casting system zijn geplaatst. Vanzelfsprekend hebben de betrokken branches ook de NIX18-campagne omarmd en een prominente plaats gegeven in hun eigen communicatie.

Ook zijn er door de betrokken branche- en commerciële organisaties al mysteryshopperprogramma's uitgevoerd. Deze worden nu onder dit plan van aanpak van TNLT drastisch opgeschaald en uitgebreid.



5. Tijdspad

Het tijdspad van de controles ziet er vooralsnog als volgt uit:

November – december 2015

Start van de eerste ronde van het mysteryshopper onderzoek met een controlebezoek bij alle verkooppunten van tabakszaken en benzinestations (4.000 in de eerste ronde).

Januari 2016

Rapportage 1^e ronde onderzoek met terugkoppeling naar brancheorganisaties en ketens.

Februari – maart 2016

Tweede ronde mysteryshopper-onderzoek met 5.000 checks.

Terugkoppeling over resultaten van de eerste maanden, compleet met aandachtspunten per kanaal en een nieuwsbrief voor alle verkooppunten.

April – mei 2016

Derde ronde mysteryshoppers met 8.000 checks.

Overleg met alle betrokkenen over de resultaten, de voortgang en de toekomst.

Overleg met het Ministerie van VWS over de eindrapportage van eerste en tweede fase.

6. Scenario voor controles

De doelstelling is om alle OTC verkooppunten (met uitzondering van supermarkten en horeca) één of meerdere keren te controleren op een correcte naleving van de leeftijdsgrens.

Voordat de controleactiviteiten beginnen zullen alle betrokken verkooppunten informatie krijgen over het proces, zodat zij niet alleen behoorlijk geïnformeerd zijn, maar ook zijn gewaarschuwd. Deze informatie zal worden verzorgd door de brancheorganisaties of commerciële organisaties.

Voorgesteld wordt een werkwijze waarbij het aantal controles uitkomt op ongeveer 20.000 controles.

Daarom wordt voorgesteld een tweetrapsraket te gebruiken bij de controles, die als volgt is samengesteld:

- 75% van de controles op basis van een eenvoudig protocol;
- 25% van de controles op basis van het protocol van Nuchter Kenniscentrum Leeftijdsgrenzen (17-jarige met volwassene);



Ter toelichting: Nuchter Kenniscentrum Leeftijdsgrenzen heeft in 2014 maar ongeveer 500 controles gedaan binnen de ongeveer 8.000 verkooppunten (exclusief supermarkten en horeca). Een dergelijke steekproefomvang is onvoldoende om tot een verantwoord oordeel te komen over het functioneren van de naleving van de leeftijdsgrens binnen die branches. Aan het Ministerie van VWS zal worden gevraagd deze controles aanzienlijk uit te breiden.

Voor de verschillende categorieën verkooppunten wordt op dit moment de volgende aanpak voorgesteld:

Tabakszaken en benzinstations

Betreft 4.000 zaken.

Minimaal 2 controles. Als beide goed zijn blijft het daarbij. Als er minstens 1 fout is, volgt een 3^e controle.

Als er dan minstens 2 fout zijn, volgt een 4^e controle.

Geschat aantal controles: 13.000.

Overige verkooppunten

Betreft 4.000 zaken.

De grotere organisaties zullen individueel worden benaderd om na te gaan in hoeverre zij actief mee willen doen aan de controles, maar ook of zij financieel kunnen bijdragen, waardoor het aantal controles kan worden uitgebreid tot het niveau van tabakszaken en benzinstations.

Bij de overige verkooppunten worden nu minder controles ingepland: 1 controle als die controle goed is en maximaal 2 als de 1^e controle fout is.

Geschat aantal controles: 7.000.

Communicatie resultaten

Voor de communicatie van de resultaten van de controles richting de verkooppunten worden protocollen ontwikkeld. Communicatie vanuit de Taskforce zal waarschijnlijk in eerste instantie richting branche- en/of commerciële organisaties plaatsvinden, die dan voor verdere verspreiding richting verkooppunten zorgdragen. Zij controleren dan ook de opvolging en rapporteren daarover richting TNLT. Voor de overige verkooppunten die onderdeel zijn van een commerciële organisatie zijn zal de communicatie waarschijnlijk plaatsvinden via deze commerciële organisaties. Voor zelfstandige overige verkooppunten wordt voorgesteld om via de industriepartners binnen TNLT te communiceren, die daar dan follow-up aan kunnen geven. Belangrijk is natuurlijk dat er in ieder geval follow-up gegeven wordt bij foute naleving.



7. Raming kosten eerste jaar (12 maanden)

Een eerste inschatting van de kosten voor het eerste jaar luidt als volgt:

- Controles bij geselecteerde verkooppunten, geschat op 20.000 controles: €660.000;
- Operationele kosten taskforce: €240.000;
- Winkelmateriaal en diversen: €88.000;
- Eenmalige opstartkosten: €50.000

De genoemde kosten (€1.040.000) voor de eerste 12 maanden worden gedekt uit bijdragen van de betrokken branches zelf (1/3^e) en van de rookwarenindustrie (2/3^e).

Maar de verschillende brancheorganisaties nemen dus ook alle overige kosten voor hun rekening, zoals de coördinatie binnen de branches, de bijeenkomsten van de branches, de trainingen die gegeven worden, het intensief nabellen bij foute controle, een aandeel in de mogelijke aanschaf van ID-lezers en de distributiekosten van materialen.

NSO	Brancheorganisatie voor de tabaks- & gemaksdetailhandel
BETA	Belangenvereniging voor zelfstandige tankstationondernemers
BOVAG	Brancheorganisatie voor bedrijven werkzaam rondom mobiliteit
VNPI	Vereniging Nederlandse Petroleum Industrie
TZN	Tabak- & Zoetwarengroothandel Nederland