



Bezoekers van Lowlands 2010 roken een sigaretje op het gras © ANP

Tabaksfabrikanten schenden tabakswet door exclusieve afspraken met festivals

[Trouw](#)

Tabaksfabrikanten bedingen exclusieve verkoop tijdens popfestivals. Dat zegt de Onderzoeksredactie Tabak. Voedselwaakhond NVWA onderzoekt de contracten.

Volgens onderzoek van Onderzoeksredactie Tabak betaalt tabaksfabrikant Philip Morris aan de organisatoren van popfestivals voor de exclusieve verkoop van de eigen merken sigaretten. In de tabakswet is het verboden om exclusiviteit te eisen bij horecagelegenheden, ook op festivals.

De fabrikant ontkent. Op 16 van de 21 evenementen die de Onderzoeksredactie Tabak, gefinancierd door het Nederlands Tijdschrift voor Geneeskunde, afgelopen zomer onder de loep nam, worden enkel producten van één fabrikant verkocht. Volgens redactielid en onder-

zoeker Ties Keyzer geven ‘meerdere festivalorganisaties’ aan dat ze geld ontvangen voor die exclusiviteit. Volgens de Onderzoeksredactie verkopen naast Philip Morris ook fabrikanten Japan Tobacco en British American Tobacco exclusief hun sigaretten op festivals.

Exclusieve verkoop

Philip Morris betaalde de afgelopen jaren Pinkpop een bedrag dat varieert tussen de 5.000 en 50.000 euro, volgens Keyzer, die navraag deed bij de festivalorganisatie. Ook Evenementenbureau Extrema, organisator van onder meer Extrema Outdoors en Solar Weekend, werkt volgens het onderzoek van Keyzer al tien jaar samen met Philip Morris voor exclusieve verkoop.

Volgens Keyzer is een festival een ‘perfecte mogelijkheid’ voor tabaksproducenten die, nu ze sinds 2002 geen reclame meer mogen maken, op deze manier klanten kunnen trekken. “De bezoekers zijn veelal jongvolwassenen, die gevoelig zijn voor groepsdruk.”

Een woordvoerder van Mojo Concerts, dat de contracten voor Pinkpop afsluit, stelt dat de afspraken met Philip Morris ‘geheel volgens de regels’ zijn. “Dat exclusiviteit niet mag volgens de wet, is bij ons niet bekend.” Wieteke van Berkom, hoofd partnerships van Extrema, zegt ‘al ruim tien jaar naar alle tevredenheid’ samen te werken met Philip Morris. Het gaat volgens haar om een ‘verkooprecht’ waarvoor de fabrikant betaalt, exclusiviteit is niet vereist in het contract.

Een woordvoerder van Philip Morris ontkent dat de fabrikant betaalt voor exclusiviteit. “Dat is feitelijk onjuist. De afspraken die wij maken voldoen aan alle regelgeving.” Hij wil geen inzage geven in de contracten omdat die ‘concurrentiegevoelige informatie’ bieden.

Beperkte capaciteit

De afgelopen jaren controleerde de NVWA festivals op andere punten, zoals de leeftijdsgrens voor tabaksverkoop. Inmiddels lopen er volgens een woordvoerder ‘een paar’ onderzoeken naar exclusiviteitsafspraken. “Er zijn 900 festivals, wij hebben niet de capaciteit om ze

allemaal te onderzoeken. We moeten afgaan op signalen die we krijgen.”

Keyzer wijst erop dat festivals, met een bezoekersaantal dat in 2016 groeide tot bijna 27 miljoen, een enorme afzetmarkt zijn. Philip Morris blijkt in zijn onderzoek de marktleider.

British American Tobacco, producent van onder meer Lucky Strike, en Camel-producent JTI kregen in 2009 en 2010 ieder een boete van 45.000 euro wegens betaling voor exclusieve verkoop op Pinkpop. Slechts twee van de onderzochte festivals, waaronder Appelpop in Tiel, lieten sigarettenverkopers niet toe op hun terrein.

Ook de verkoop van tabak bij studentenverenigingen ligt onder het vergrootglas van de NVA sinds Trouw berichtte over onderzoek van de Onderzoeksredactie Tabak naar exclusieve contracten met studentenverenigingen.