

Amsterdam, 14 april 2016,

Betreft: Raadsadres vanwege ernstige zorgen over voorstel Ja/Ja-sticker

Geachte leden van de gemeenteraad van Amsterdam,

Met deze brief willen wij u als ondertekenaars graag informeren over de ernstige zorgen die wij hebben over het voorstel van de Partij voor de Dieren om in Amsterdam over te gaan op een Ja/Ja-sticker voor ongeadresseerd reclamedrukwerk. Dit voorstel beoogt de bezorging van ongeadresseerd reclamedrukwerk alleen nog toe te staan op adressen waar bewoners zelf een sticker met 'Ja/Ja' op hun brievenbus hebben geplakt. Wij zijn niet de enigen die ons hier zorgen om maken; ook **meer dan 10.000 Amsterdammers** hebben ons in de vorm van een briefkaart of een online steunbetuiging laten weten dat ze het plan niet zien zitten.

In deze brief delen wij achtereenvolgens de juridische, procedurele en praktische bezwaren die wij zien, de gevolgen voor de lokale economie en de naar verwachting verstrekende negatieve consequenties voor de werkgelegenheid in de gemeente. Wij eindigen met een aantal vragen.

Juridische bezwaren

- **De gemeenteraad is niet onbeperkt bevoegd tot aanneming van het voorstel.** De verordenende bevoegdheid van de gemeenteraad is namelijk begrensd. Volgens het proportionaliteits- en subsidiariteitsbeginsel heeft de Raad de verantwoordelijkheid om alleen noodzakelijke regelgeving in te voeren. Het doel van het initiatiefvoorstel is milieugerelateerd, maar er zijn diverse andere manieren om de beoogde milieudoelen te behalen, zoals het effectiever scheiden en inzamelen van papier en het extra onder de aandacht brengen van de huidige stickers. Deze alternatieven en hun voor- en nadelen zijn niet goed afgewogen.
- Het voorstel is **strijdig met het gelijkheidsbeginsel**. Ten eerste omdat er onderscheid wordt gemaakt tussen verschillende soorten reclamedrukwerk. Zo zal drukwerk van niet-commerciële partijen, huis-aan-huisbladen en politieke partijen niet onder de regeling vallen. Daarnaast ontstaat er ongelijkheid tussen Amsterdam en de rest van Nederland, waar de Code Verspreiding Ongeadresseerd Reclamedrukwerk (VOR) van de branche zelf geldt (zie ook praktische bezwaren). De VOR maakt bovendien geen onderscheid tussen de verschillende drukwerkvormen.
- Het voorstel is **onrechtmatig** omdat het strijdig is met de beginselen van zorgvuldigheid, deugdelijke motivering en rechtszekerheid. De belangen van de verschillende stakeholders zijn onvoldoende afgewogen doordat de gemeente de gevolgen voor de branches die onder het voorstel te lijden krijgen, onvoldoende in kaart heeft gebracht. En mocht de verordening er komen, dan is inwerkingtreding per 1 januari 2017 te snel voor de branche om voorbereidingen op deze verregaande maatregel te treffen. Een redelijke overgangstermijn ontbreekt.
- Het leidt tot **oneerlijke concurrentie**. Voor lokale partijen, bijvoorbeeld winkels, is ongeadresseerd reclamedrukwerk vaak de enige goede optie om zich lokaal bekend te maken. In de concurrentieslag met bedrijven die bijvoorbeeld landelijk opereren en die wél via andere, nationale kanalen kunnen adverteren, hebben zij het nakijken.

Procedurele bezwaren

- Er is **geen overleg geweest met de branches** die door dit voorstel hard geraakt worden: de Amsterdamse retailsector, bezorgbedrijven en de grafische en drukkerijsector. En dat terwijl het voorstel er ook nog eens in voorziet dat de branche zelf de stickers beschikbaar stelt en verspreidt.
- De gemeente heeft **niet onderzocht wat de bedrijfseconomische gevolgen zijn** voor deze bedrijven. Denk aan de omzetsderving en banen die dreigen verloren te gaan. Op

beide punten verwachten de genoemde branches forse klappen te moeten opvangen. Zorgen vanuit de belanghebbende branches werden op dit punt weggewuifd met de opmerking dat ze dan maar moeten innoveren.

- Uit geen van de stukken blijkt dat de heer Van Lammeren of College dit voorstel, met grote gevolgen voor het alledaagse leven, heeft voorgelegd aan Actal, het Adviescollege Toetsing regeldruk. Hierdoor **ontbreekt zicht op de regeldruk** van dit voorstel. Onder regeldruk wordt verstaan het geheel van administratieve lasten, inhoudelijke nalevingskosten en toezichtlasten.

Praktische bezwaren

- Landelijk geldt nu zeer effectieve zelfregulering volgens de Code VOR. Ter illustratie: in Amsterdam heeft 45 procent van de brievenbussen een sticker opgeplakt. Toezicht en handhaving loopt via de Reclame Code Commissie (RCC). Als Amsterdam overgaat op het nieuwe systeem, zal de RCC dat niet meer kunnen doen omdat de hoofdstedelijke regeling afwijkt. Omdat er onder het voorgestelde regime zowel Ja/Nee, Nee/Nee als Ja/Ja-stickers zijn in Amsterdam, is **onduidelijk wie waarop handhaaft**.
- Het nieuwe systeem is **ingewikkeld voor bezorgers**. En zijn straks vier situaties mogelijk: een brievenbus zonder sticker en drie verschillende stickers. Daarnaast zijn er verschillen in de definities van ongeadresseerd reclamedrukwerk. Voor een bezorger is het ondoenlijk om dit allemaal te onthouden.

Werkgelegenheid in de gemeente én in het land

Het is zeer aannemelijk dat invoering van de verordening ertoe leidt dat veel minder mensen ongeadresseerd reclamedrukwerk zullen ontvangen – lang niet altijd als bewuste keuze. Dat zal gevolgen hebben voor de werkgelegenheid. Bezorgers, grafisch vormgevers en drukkers zullen hun baan verliezen omdat er minder werk is. Ook aan de retail zal dit niet voorbij gaan, want 29% van hun omzet is terug te voeren op ongeadresseerd reclamedrukwerk.

Onze inschatting is dat met dit voorstel **de banen op het spel staan van minimaal 2.500 bezorgers, rond de 4.000 retailmedewerkers en 400 werknemers in de grafische sector**. Het leed dat dit veroorzaakt, staat in geen verhouding tot de milieuwinst die de gemeente denkt te behalen met de maatregel – en die bovendien met cijfers onderbouwd zijn die omstreden zijn.

Om nog maar niet te spreken van de landelijke precedentwerking die het voorstel kan hebben en de bedrijfseconomische en werkgelegenheidseffecten die daarvan het gevolg zijn.

Oproep: onderzoek bovenstaande zaken alvorens tot een besluit over te gaan

Wij verzoeken u op basis van bovenstaande om:

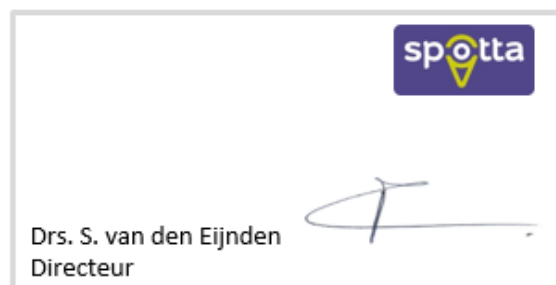
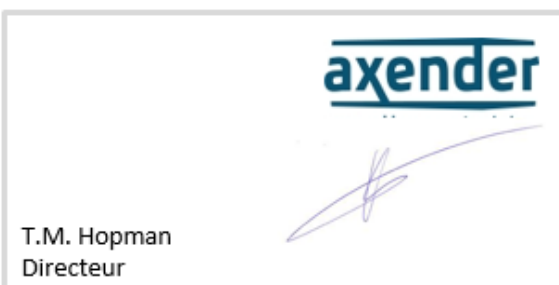
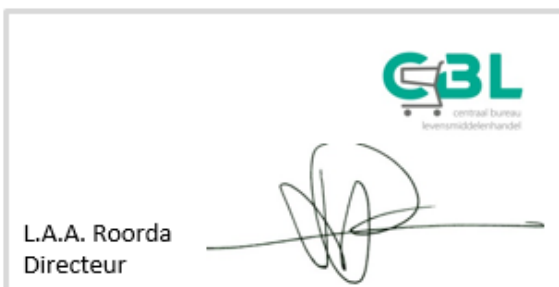
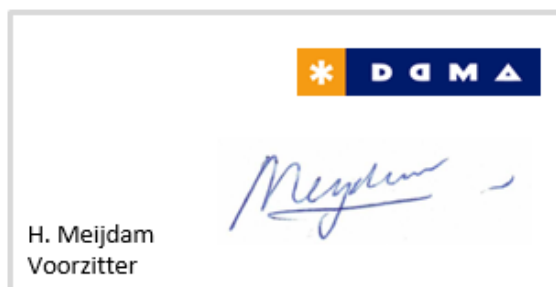
- De juridische bezwaren nader te onderzoeken
- In overleg te treden met de branches die door het voorstel getroffen zullen worden en al dan niet samen met hen door een zorgvuldige inventarisatie in kaart te brengen wat de omvang is van de gevolgen op bedrijfseconomisch en werkgelegenheidsvlak
- In detail uit te werken wat uw antwoord is op de obstakels op het gebied van handhaving en helderheid voor bezorgers
- Te becijferen in hoeverre het voorstel nu werkelijk tot milieuwinst leidt. En als dit al het geval is, of deze niet gemakkelijker te behalen is door andere maatregelen door te voeren, zoals een verbetering van de scheiding van afval. Daar denken wij graag over mee.
- Het voorstel indien dat niet gebeurd is voor te leggen aan Actal, dat het zal toetsen op onder meer regeldruk, doelmatigheid en noodzaak.


De voorgestelde maatregel raakt de diverse branches dusdanig hard, dat wij ons bij ongewijzigd beleid genoodzaakt zien om de rechtmatigheid te laten toetsen.

Wij hopen echter niet dat het zover hoeft te komen, want we treden graag met u in overleg.


Mocht u meer informatie willen naar aanleiding van dit Raadsadres, neem dan contact op met Alexander Singewald, 0297369767.

Met vriendelijke groet,





INRETAIL



Dhr. J. Meerman
Voorzitter




Dhr. F. van der Heide
Directeur




Dhr. H-J. Stoter RA
Algemeen Directeur Intergamma






Dhr. M. Begeer
Directeur



Dhr. M.A. Hartveld (Commercieel Manager)



Marien Hartveld

Dhr. S. de Jong
Directeur



Media Markt Amsterdam West, B.V.



Guus Jonge Poerink



H.A.C. den Dekker
Financieel Directeur





Ton Anbeek
Directievoorzitter / Chief Executive Officer




B. Drenth
Voorzitter