

# NOTITIE

## PRIJSSTRATEGIEËN VAN DE TABAKSINDUSTRIE OM HET EFFECT VAN ACCIJNSVERHOOGINGEN TE BEÏNVLOEDEN

### Kernpunten

- Accijnsverhogingen behoren tot de meest doeltreffende maatregelen om het gebruik van tabaksproducten te ontmoedigen.
- Het succes van accijnsverhogingen hangt echter sterk af van de mate waarin de extra belasting wordt doorberekend aan consumenten in de vorm van hogere prijzen.
- De tabaksindustrie past wereldwijd verschillende prijsstrategieën toe om het effect van accijnsverhogingen op mensen die roken te beïnvloeden, zoals over- en onderbelasting, prijsafvlakking en prijspromoties.
- Overheden kunnen reageren op deze prijsstrategieën door beleidsmaatregelen zoals het instellen van minimum- en maximumprijzen of het invoeren van uniforme accijnstarieven.
- Niet alle beleidsmaatregelen zijn toepasbaar door de Nederlandse overheid. Een haalbare maatregel voor Nederland is het verder verhogen van de accijns op tabaksproducten, daarbij ten minste rekening houdend met inflatie en inkomensgroei.

### INLEIDING

Jaarlijks sterven in Nederland ongeveer 19.000 mensen aan de gevolgen van roken.<sup>1</sup> Daarmee is roken de belangrijkste oorzaak van ziekte en sterfte. Om het aantal rokers te verminderen en tabaksgebruik te ontmoedigen, is een krachtig en samenhangend tabaksontmoedigingsbeleid van essentieel belang. In 2003 is het internationale kaderverdrag inzake tabaksontmoediging (FCTC) opgesteld door de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO). Dit verdrag omvat zes effectieve beleidsmaatregelen ten behoeve van tabaksontmoediging.<sup>2</sup> Voorbeelden hiervan zijn het beperken van tabaksreclame en -promotie, het verplichten van gezondheidswaarschuwingen op verpakkingen en het verhogen van accijnzen. Nederland is een van de 181 landen die dit verdrag hebben ondertekend en zich hebben gecommitteerd aan de uitvoering van deze maatregelen.

Met de introductie van het **Nationaal Preventieakkoord** (NPA) heeft het Nederlandse tabaksontmoedigingsbeleid een extra impuls gekregen. Een belangrijk doel van het NPA is om in 2040 een rookvrije generatie te realiseren, waarbij minder dan 5% van de volwassenen rookt. Om deze doelstelling te bereiken zijn er verschillende maatregelen aangekondigd om roken terug te dringen. Eén van deze maatregelen is het verhogen van de accijnzen op sigaretten en rooktabak. Sinds 1 april 2023 is de accijns op sigaretten dusdanig verhoogd dat de verkoopprijs van een pakje sigaretten met 20 stuks met één euro is gestegen. Per 1 april 2024 zullen de accijnzen op sigaretten, rooktabak (shag) en sigaren waarschijnlijk verder worden verhoogd. Dit zal dan resulteren in een prijs van € 10,70 voor een pakje sigaretten met 20 stuks (de huidige prijs is ongeveer € 9,00) en € 24,14 voor 50 gram shag (de huidige prijs is ongeveer € 17,00).<sup>3</sup>

### Accijnsverhogingen als effectieve maatregel om roken te ontmoedigen

Wereldwijd worden accijnsverhogingen beschouwd als één van de meest doeltreffende maatregelen om roken tegen te gaan. In 2020 heeft het Trimbos-instituut een **factsheet** uitgebracht over het effect van accijnsverhogingen op het gebruik van tabaksproducten onder jongeren en volwassenen.

- Uit onderzoek onder jongeren blijkt dat accijnsverhogingen kunnen bijdragen aan een daling van de rookprevalentie en een vermindering van de hoeveelheid gerookte sigaretten.<sup>4</sup> Ook kunnen accijnsverhogingen jongeren ontmoedigen om meer (intensiever) te gaan roken<sup>4-6</sup>, hen aanzetten om te stoppen met roken<sup>4,5</sup> of hen ontmoedigen om met roken te beginnen.<sup>7</sup>
- Onderzoek onder volwassenen laat zien dat accijnsverhogingen kunnen leiden tot een afname van de rookprevalentie<sup>5,8-10</sup> en dat ze volwassen rokers kunnen motiveren om te stoppen met roken.<sup>5,11,12</sup>

### Accijnsverhoging niet hetzelfde als prijsverhoging

Een verhoging van de accijns op tabaksproducten vertaalt zich niet altijd direct naar een gelijke stijging van de verkoopprijs van die producten. Het succes van accijnsverhogingen is grotendeels afhankelijk van de mate waarin de tabaksindustrie de belasting doorberekent aan de consument. Onderzoek toont aan dat de tabaksindustrie diverse prijsstrategieën toepast om hun omzet en marktaandeel te behouden wanneer accijnzen worden verhoogd.<sup>13</sup> Deze strategieën kunnen ertoe leiden dat een deel van de consumenten blijft roken, waardoor de beoogde gezondheidseffecten van accijnsverhogingen beperkt worden.

#### Deze notitie

In deze notitie beschrijven we welke prijsstrategieën de tabaksindustrie wereldwijd toepast om het effect van accijnsverhogingen op mensen die roken te beïnvloeden. Daarnaast beschrijven we welke beleidsmaatregelen overheden – in het bijzonder de Nederlandse overheid – kunnen nemen om hierop te reageren, zodat er doeltreffender tabaksontmoedigingsbeleid kan worden uitgevoerd.



Op basis van een grote literatuurreview uit 2021, uitgevoerd door onderzoekers van de Universiteit van Bath, beschrijven we zes prijsstrategieën die wereldwijd door de tabaksindustrie worden toegepast op het moment dat er door de overheden een accijnsverhoging op tabak wordt ingevoerd.<sup>13</sup> Vanwege bestaande wet- en regelgeving in Nederland zijn niet al deze strategieën hier toepasbaar. In dergelijke gevallen wordt dit expliciet vermeld bij de genoemde prijsstrategie.

### 1. Over- en onderbelasting

Hoewel overheden meestal de hoogte van accijns bepalen, beslist de tabaksindustrie over de verkoopprijs. Bij een accijnsverhoging heeft de industrie drie opties:

- De verkoopprijs één-op-één laten toenemen met de accijnsverhogingen.
- De verkoopprijs met méér dan alleen de accijnsverhogingen laten toenemen. Dit wordt overbelasting (*overshifting*) genoemd en kan verschillende redenen hebben, zoals het vergroten van de omzet/winst of het compenseren van verliezen als gevolg van verminderde verkoop door accijnsverhogingen. Overbelasting wordt vooral toegepast op producten in het hogere prijssegment.
- De verkoopprijs minder laten toenemen dan de accijnsverhogingen. Dit wordt onderbelasting (*undershifting*) genoemd. Redenen hiervoor zijn onder andere het behouden van (prijsgevoelige) klanten, het vergroten van het marktaandeel of het stimuleren van mensen – waaronder jongeren – om te beginnen met roken. Onderbelasting wordt vooral toegepast op producten in het lagere prijssegment.

### 2. Het introduceren van nieuwe, goedkopere merken en producten

De tabaksindustrie introduceert regelmatig nieuwe, goedkopere merken en producten om te voorkomen dat ze klanten verliezen als gevolg van accijnsverhogingen en de daaruit voortvloeiende stijgende verkoopprijzen. Consumenten die niet bereid of in staat zijn om de prijzige producten aan te schaffen, hebben nu de mogelijkheid om over te stappen naar een voordeliger merk binnen dezelfde productcategorie (van een 'premium' naar 'value for money' merk) of naar een goedkopere, vergelijkbare productcategorie (bijvoorbeeld van sigaretten naar shag). Tegelijkertijd blijft de industrie ook duurdere 'premium' producten aanbieden om te profiteren van degenen die wel bereid zijn hogere prijzen te betalen.

### 3. Prijsdiscriminatie en -promoties

Om ervoor te zorgen dat er een afzetmarkt voor haar producten blijft bestaan, hanteert de tabaksindustrie een strategie van prijsdiscriminatie, waarbij hetzelfde product tegen verschillende prijzen aan verschillende klanten wordt verkocht. Gerichtte promoties, zoals coupons, bulkaanbiedingen of gratis geschenken worden ingezet om de prijs van producten te verlagen. Hierdoor voorkomt de industrie dat prijsbewuste consumenten stoppen met roken of hun consumptie verminderen, terwijl potentiële nieuwe klanten niet worden afgeschrikt door hoge prijzen. Deze strategie kan niet worden toegepast in Nederland vanwege een geldend verbod op prijspromoties.<sup>14</sup>

### 4. Veranderingen in productkenmerken of het productieproces

De meeste landen hanteren verschillende accijnstarieven voor verschillende soorten tabaksproducten, zoals sigaretten en sigaren. Deze tarieven zijn gebaseerd op productkenmerken, zoals het type product, de lengte of het gewicht, of op basis van het productieproces (in sommige landen worden kleine producenten gunstiger belast). De tabaksindustrie brengt soms wijzigingen aan in de productkenmerken of het productieproces in een poging om onder een lager accijnstarief te vallen. Hoewel deze strategie minder vaak wordt toegepast dan andere strategieën, wordt deze toch regelmatig gebruikt om de kosten van tabaksproducten laag te houden en zo de verkoop te bevorderen.<sup>15</sup>

### 5. Prijsafvlakking

Om te voorkomen dat ze consumenten verliezen door plotselinge, grote prijsstijgingen als gevolg van accijnsverhogingen, past de tabaksindustrie prijsafvlakking (*price smoothing*) toe. In plaats van enkele grote prijsstijgingen voert de industrie gedurende het jaar kleinere, frequentere prijsstijgingen door. Zolang de industrie de juiste hoeveelheid accijns betaalt, kunnen zij immers de prijzen aanpassen zoals zij willen. Deze geleidelijke overgang zorgt ervoor dat rokers minder snel geneigd zijn te stoppen met roken vanwege prijsstijgingen.

### 6. Krimpflatie

Krimpflatie (*shrinkflation*) doet zich voor wanneer de tabaksindustrie de prijs van een product gelijk houdt aan de prijs vóór de accijnsverhoging, maar tegelijkertijd de hoeveelheid van het product vermindert. Hierdoor kan bijvoorbeeld een pakje nog maar 19 sigaretten bevatten in plaats van de gebruikelijke 20, tegen dezelfde prijs. Deze strategie lijkt vaker te worden toegepast in het lagere en middenklasse prijssegment. In Nederland is de verkoop van verpakkingen met minder dan 20 sigaretten of 30 gram shag verboden.<sup>15</sup> Daarom kan deze strategie in Nederland alleen worden toegepast op verpakkingen met meer dan deze hoeveelheden.

**Tabel 1. Korte omschrijving van prijsstrategieën van de tabaksindustrie wereldwijd**

Prijsstrategie	Omschrijving
Over- en onderbelasting	De industrie verhoogt de verkoopprijs van producten met méér of minder dan de accijnsverhogingen.
Het introduceren van nieuwe, goedkopere merken en producten	De industrie introduceert nieuwe, goedkopere merken en producten.
Prijsdiscriminatie en -promoties *	De industrie verkoopt hetzelfde product aan verschillende klanten tegen verschillende prijzen via prijspromoties.
Veranderingen in productkenmerken of het productieproces	De industrie brengt wijzigingen aan in de fysieke eigenschappen van producten of het productieproces, waardoor producten onder een lager accijnstarief vallen.
Prijsafvlakking	De industrie spreidt de doorgevoerde accijnsverhogingen gedurende het jaar met kleinere, meer frequente prijsverhogingen.
Krimpflatie **	De industrie houdt de prijs van een product gelijk aan de prijs vóór de accijnsverhoging, maar vermindert de hoeveelheid van het product per verpakkingseenheid.

\* Deze strategie kan vanwege een verbod op prijspromoties niet worden toegepast in Nederland.

\*\* Deze strategie kan in Nederland enkel worden toegepast op verpakkingen met meer dan 20 sigaretten of 30 gram shag.

## BELEIDSMAATREGELEN TEGEN DE PRIJSSTRATEGIEËN VAN DE INDUSTRIE

Op basis van diverse studies <sup>16-22,24,25</sup> en een rapport van de WHO <sup>23</sup>, beschrijven we hieronder vijf beleidsmaatregelen die overheden kunnen nemen om te voorkomen dat de tabaksindustrie via prijsstrategieën het effect van accijnsverhogingen op mensen die roken beïnvloeden. Niet alle beleidsmaatregelen zijn toepasbaar in elk land. De reeds ingevoerde maatregelen door de Nederlandse overheid en de maatregelen die nog kunnen worden ingevoerd, worden verderop in deze factsheet besproken (zie: 'Beleidsmaatregelen voor Nederland').

### 1. Het invoeren van een minimumprijs

- Een minimumprijs is een vastgesteld minimumbedrag dat de tabaksindustrie moet vragen voor specifieke producten.<sup>17</sup>
- Het invoeren van een minimumprijs ontzegt de industrie de mogelijkheid van onderbelasting, doordat producten niet onder een bepaalde prijs verkocht mogen worden. Als gevolg hiervan wordt de verkoop van goedkopere tabaksproducten aan banden gelegd.<sup>16-18</sup>
- Het is essentieel om de invoering van minimumprijzen te combineren met een verbod op prijspromoties (zie ook maatregel 3). Dit voorkomt dat de industrie het effect van minimumprijzen ondermijnt door kortingen aan te bieden aan fabrikanten en verkopers.<sup>17</sup>
- Een alternatief voor minimumprijzen zijn minimum accijnstarieven. Dit houdt in dat er voor tabaksproducten altijd een minimumbedrag aan accijns moet worden betaald.<sup>16</sup>

### 2. Het invoeren van een maximumprijs (prijsplafond)

- Een prijsplafond is een vastgesteld maximumbedrag dat de tabaksindustrie mag vragen voor specifieke producten.<sup>17</sup>
- Door het invoeren van een maximumprijs is het niet langer mogelijk om de verliezen van goedkopere producten (als gevolg van *undershifting*) te compenseren door de prijzen van premium producten te verhogen (*overshifting*).<sup>17,19-21</sup>
- Het invoeren van een maximumprijs kan mogelijk resulteren in lagere prijzen voor bepaalde producten. Om te voorkomen dat dit gebeurt wordt aanbevolen om een maximumprijs te combineren met voldoende hoge accijnzen.<sup>17,19</sup>
- Tabel 2 geeft weer hoe de invoer van een maximumprijs van € 0,50 voor een pakje sigaretten in combinatie met hoge accijnzen effectief kan zijn.



Tabel 2. Hypothetisch voorbeeld: het invoeren van een maximumprijs van € 0,50 voor een pakje sigaretten in combinatie met hoge accijnzen

	<b>Situatie 1:</b> er geldt geen maximumprijs	<b>Situatie 2:</b> er geldt een maximumprijs van € 0,50	<b>Situatie 3:</b> er geldt een maximumprijs van € 0,50 + hoge accijnzen
Prijs die de industrie vraagt voor een pakje sigaretten	€ 1,20	€ 0,50	€ 0,50
Belastingen (accijnzen + BTW)	€ 7,30	€ 7,30	€ 8,50
<b>Verkoopprijs</b>	<b>€ 8,50</b>	<b>€ 7,80</b>	<b>€ 9,00</b>

### 3. Een verbod op prijspromoties

- Een verbod op prijspromoties houdt in dat reclame, promotie en sponsoring van tabaksproducten verboden is.<sup>17,23</sup>
- Het verbieden van prijspromoties resulteert in gemiddeld hogere prijzen voor tabaksproducten.<sup>17</sup>

### 4. Regelmatige en aanzienlijke accijnsverhogingen

- Om te voorkomen dat tabaksproducten in de loop der tijd betaalbarer worden, is het noodzakelijk om accijnzen aan te passen aan inflatie en stijgende inkomens.<sup>8,23</sup> Op die manier blijft de verkoopprijs van tabaksproducten hoog genoeg om roken te ontmoedigen. In landen zoals Nieuw-Zeeland, Zweden en Argentinië worden dergelijke aanpassingen reeds doorgevoerd.<sup>23</sup>
- Door accijnsverhogingen bovendien onaangekondigd door te voeren wordt het effect verder versterkt, omdat de industrie dan geen gelegenheid krijgt om zich voor te bereiden op de verhogingen.<sup>22,24</sup> Hierdoor wordt het voor de industrie moeilijker om prijsafvlakking (zie ook: 'Zes prijsstrategieën van de tabaksindustrie') toe te passen.<sup>22,24</sup>

### 5. Het invoeren van uniforme accijnstarieven

- Het invoeren van uniforme accijnstarieven betekent dat één uniform accijnstarief wordt toegepast op alle merken en soorten van een specifiek tabaksproduct. Er geldt dan bijvoorbeeld één vast accijnstarief voor sigaretten, ongeacht de verschillende kenmerken die op sigaretten van toepassing kunnen zijn (zoals prijsniveau, grootte, met of zonder filter, etc.).<sup>23</sup>
- Tegenover uniforme accijnstarieven staan gedifferentieerde tarieven, waarbij de accijnstarieven variëren op basis van de kenmerken van het product.<sup>23</sup>
- Uniforme accijnstarieven kunnen voorkomen dat fabrikanten de eigenschappen van een product aanpassen om onder een lager accijnstarief te vallen.<sup>23,25</sup> Een voorbeeld hiervan zijn cigarillo's. Hoewel ze sterk op sigaretten lijken (zowel in hun productnaam als in de samenstelling), vallen cigarillo's onder sigaren. Daarvoor gelden lagere accijnstarieven dan bij sigaretten en rooktabak.
- Uniforme accijnstarieven kunnen tevens voorkomen dat consumenten overstappen naar goedkoper belaste sigaretten.<sup>23,25</sup>
- Tot slot geven uniforme accijnstarieven ook het signaal af dat alle tabaksproducten even schadelijk zijn.<sup>23</sup>



## BELEIDSMATREGELEN VOOR NEDERLAND

Van de eerdergenoemde beleidsmaatregelen zijn er reeds twee door de Nederlandse overheid ingevoerd: een verbod op prijspromoties<sup>14</sup> en uniforme accijnstarieven voor de productcategorieën sigaretten, shag en sigaren.<sup>26</sup>

De overige maatregelen zijn niet allemaal eenvoudig te implementeren in Nederland, deels doordat ons land is gebonden aan de **richtlijn betreffende de structuur en de tarieven van de accijns op tabaksfabrikaten** van de Europese Unie (EU). Deze richtlijn bevat bindende voorschriften en is opgesteld om de interne Europese markt te harmoniseren. De richtlijn is voor het laatst herzien in 2011.

Hieronder bespreken we welke aanvullende beleidsmaatregelen, gezien de EU-richtlijn, wel en niet mogelijk zijn in Nederland.

### Het invoeren van minimum- en maximumprijzen

- Artikel 15 van de EU-richtlijn stelt tabaksfabrikanten en -importeurs in staat om zelf de maximale kleinhandelsprijs voor hun producten vast te stellen.<sup>27</sup> Hierdoor heeft de Nederlandse overheid niet de bevoegdheid om een maximumprijs voor tabaksproducten in te voeren.
- Dezelfde beperking geldt voor het invoeren van een minimumprijs. Eerder hebben onder andere Frankrijk, Oostenrijk en Ierland geprobeerd om minimumprijzen voor tabaksproducten in te voeren, maar deze pogingen werden consistent afgewezen door het Europese Hof van Justitie.<sup>28</sup>

### Regelmatige en aanzienlijke accijnsverhogingen

- In 2022 verscheen een onderzoek van de Universiteit van Maastricht, waaruit bleek dat de relatieve betaalbaarheid van sigaretten in Nederland tussen 2010 en 2020 vrijwel gelijk is gebleven.<sup>29</sup> Om roken effectief te ontmoedigen en te voorkomen dat sigaretten even betaalbaar blijven, concludeerden de onderzoekers dat toekomstige accijnsverhogingen groot genoeg moeten zijn en op regelmatige basis – bij voorkeur jaarlijks – moeten plaatsvinden.
- Conform de EU-richtlijn hebben EU-lidstaten de bevoegdheid om accijnzen op tabaksproducten te verhogen.<sup>27</sup>
- Derhalve zou de Nederlandse overheid de accijnzen op tabaksproducten verder kunnen verhogen, waarbij ten minste rekening wordt gehouden met inflatie en inkomensgroei.



## REFERENTIES

1. Trimbos-instituut. Cijfers roken. 2023. <https://www.trimbos.nl/kennis/cijfers/roken/>
2. World Health Organization. WHO Framework Convention on Tobacco Control (WHO FCTC). Geneva: WHO; 2003.
3. Rijksoverheid.nl. Plannen kabinet voor verhogen accijns op alcohol en tabak. 2023. <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/belastingplan/burgers/accijns-tabak-en-alcohol>
4. Bader P, Boisclair D, Ferrence R. Effects of tobacco taxation and pricing on smoking behavior in high risk populations: a knowledge synthesis. *Int J Environ Res Public Health*. 2011;8:4118-39.
5. International Agency for Research on Cancer. IARC Handbooks of Cancer Prevention, Tobacco Control, vol. 14: Effectiveness of tax and price policies for tobacco control. Lyon: IARC; 2011.
6. Guindon GE. The impact of tobacco prices on smoking onset: a methodological review. *Tob Control*. 2014;23:5.
7. Ross H, Chaloupka FJ. The effect of cigarette prices on youth smoking. *Health Economics*. 2003;12:217-30.
8. Chaloupka FJ, Yurekli A, Fong GT. Tobacco taxes as a tobacco control strategy. *Tob Control*. 2012;21:172-80.
9. National Cancer Institute. The economics of tobacco and tobacco control. Bethesda: National Cancer Institute; 2016.
10. New Zealand Ministry of Health. Evaluation of the tobacco excise increases. New Zealand Ministry of Health; 2018.
11. Bosdriesz JR. Tobacco control policies and socio-economic inequalities in smoking cessation: evaluating natural experiments. Amsterdam: University of Amsterdam; 2017.
12. Partos TR, Hiscock R, Gilmore AB, et al. Impact of tobacco tax increases and industry pricing on smoking behaviours and inequalities: a mixed-methods study. *Public Health Res*. 2020; 32271515.
13. Sheikh ZD, Branston JR, Gilmore AB. Tobacco industry pricing strategies in response to excise tax policies: a systematic review. *Tob Control*. 2021;32:239-50.
14. Overheid.nl. Tabaks- en rookwarenregeling. <https://wetten.overheid.nl/BWBR0037958/2023-10-05>
15. Ter Weijde W, Croes E. Herziening EU-richtlijn tabaksproducten. Utrecht: Trimbos-instituut; 2014.
16. Ribisl KM, Golden SD, Huang J, et al. Addressing lower-priced cigarette products through three-pronged comprehensive regulation on excise taxes, minimum price policies and restrictions on price promotions. *Tob Control*. 2022;31:229-34.
17. Golden SD, Smith MH, Feighery EC, et al. Beyond excise taxes: a systematic review of literature on non-tax policy approaches to raising tobacco product prices. *Tob Control*. 2016;25:277-85.
18. Gendall P, Gendall K, Branston JR, et al. Going 'Super Value' in New Zealand: cigarette pricing strategies during a period of sustained annual excise tax increases. *Tob Control*. Published online first: 25 August 2022.
19. Scollo M, Branston JR. Where to next for countries with high tobacco taxes? The potential for greater control of tobacco pricing through licensing regulation. *Tob Control*. 2022;31:235-40.
20. Gilmore AB, Tavakoly B, Taylor G, et al. Understanding tobacco industry pricing strategies and whether it undermines tobacco tax policy: the example of the UK cigarette market. *Addiction*. 2013;108:1317-26.
21. Burton S, Williams K, Fry R, et al. Marketing cigarettes when all else is unavailable: evidence of discounting in price-sensitive neighbourhoods. *Tob Control*. 2014;23:24-9.
22. Van Schalkwyk MCI, McKee M, Been JV, et al. Analysis of tobacco industry pricing strategies in 23 European Union countries using commercial pricing data. *Tob Control*. 2019;28:102-9.
23. World Health Organization. WHO technical manual on tobacco tax policy and administration. Geneva: WHO; 2021.
24. Hiscock R, Branston JR, McNeill A, et al. Tobacco industry strategies undermine government Tax policy: evidence from commercial data. *Tob Control*. 2018;27:488-97.
25. Chaloupka FJ, Yurekli A, Fong GT. Tobacco taxes as a tobacco control strategy. *Tob Control*. 2012;21:172-80.
26. Belastingdienst.nl. Handboek accijns. <https://www.belastingdienst.nl/bibliotheek/handboeken/html/boeken/HA/index.html>
27. Europese Unie. Richtlijn 2011/64/EU van de raad. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011L0064&from=en>
28. Watson R. European court rules minimum cigarette prices illegal. *BMJ*. 2010;340:c1498.
29. Geboers C, Candel MJJM, Chaloupka FJ, et al. Trends in individualized affordability of factory-made cigarettes: findings of the 2008-2020 International Tobacco Control Netherlands Surveys. *Nicotine Tob Res*. 2023;25:746-54.

### EN NU VERDER...

Wil je meer weten over dit thema? Lees dan ook onderstaande factsheets:

- Factsheet: [Effecten van accijns en prijs op het gebruik tabaksproducten](#)
- Factsheet: [Eindspel tegen tabak](#)

### Wij gaan ook verder...

- Ook de komende jaren gaan we door met het beschrijven van het huidige en toekomstige tabaksbeleid in Nederland. Wij publiceren met regelmaat factsheets over uiteenlopende thema's binnen tabaksontmoediging. Je kunt deze factsheets vinden op onze website via: [trimbos.nl/webwinkel](https://trimbos.nl/webwinkel).
- Heb je vragen over deze notitie? Neem dan contact op met Heike Garritsen ([HGarritsen@trimbos.nl](mailto:HGarritsen@trimbos.nl)).

**ROKEN**  
Infolijn  
**0900-1995**

€ 0,10/min + de kosten van  
je mobiele telefoon

### Colofon

#### Auteurs

Heike Garritsen  
Marieke van Aerde  
Bethany Hipple Walters  
Cloé Geboers  
Marc Willemsen

#### Ontwerp & productie

Canon Nederland N.V.

#### Beeld

[www.gettyimages.nl](https://www.gettyimages.nl)

Deze notitie is gemaakt in opdracht van het Ministerie van VWS en te downloaden via [www.trimbos.nl/webwinkel](https://www.trimbos.nl/webwinkel) met artikelnummer AF2135.

© 2023, Trimbos-instituut, Utrecht

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze opgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, zonder voorafgaande toestemming van het Trimbos-instituut.