
OPSCHRIFT

Vergadering van 12 december 2017

Nummer: 2017_MV_00491

Onderwerp:

Mondelinge vraag van raadslid Sami Souguir: Opt-in voor ongeadresseerd reclamedrukwerk

Raadslid(-leden):

Sami Souguir - Open Vld

Bevoegd:

Tine Heyse

Betrokken:

Daniel Termont

OMSCHRIJVING VAN DE VRAAG

Toelichting:

In het politiereglement is een verbod opgenomen om ongeadresseerd reclamedrukwerk te bedelen op adressen waar duidelijk is aangegeven dat dit niet gewenst is, evenals aan kennelijk leegstaande panden. In de meeste gevallen wordt het niet gewenst zijn van reclamedrukwerk aangegeven via de bekende JA/NEE en NEE/NEE-stickers. Een opt-outsysteem waarbij je expliciet aangeeft geen reclame te willen ontvangen.

Amsterdam gaat nu een stap verder om de papierberg en hoeveelheid ongewenste post te verkleinen en gaat voor een opt-insysteem: enkel wie expliciet een JA/JA-sticker op zijn brievenbus kleeft zal in de toekomst nog reclamedrukwerk ontvangen. Wie geen sticker kleeft, ontvangt ook geen reclame meer.

Concreet heb ik volgende vragen:

Vraag:

- *Werd de overstap van een opt-out naar opt-in voor ongeadresseerd reclamedrukwerk in Gent al onderzocht en/of overwogen?*
- *Zo ja, wat was het resultaat van dit onderzoek?*
- *Zo nee, bent u bereid deze mogelijkheid alsnog te laten onderzoeken?*

Behandeld door de commissie welzijn, werk en milieu in openbare vergadering van 12 december 2017.

ANTWOORD

12 december 2017

Sta mij toe dat ik jullie vragen samen behandel.

Het Amsterdamse initiatief om het al dan niet ontvangen van ongeadresseerd reclamedrukwerk om te draaien van een NEE-sticker naar een JA-sticker is zeer interessant. Ik moet eerlijk toegeven dat we dachten dat we als lokale overheid een dergelijke beslissing niet zelf konden nemen. Naar aanleiding van de beslissing in Amsterdam en jullie vragen hebben we dit opnieuw laten uitzoeken en blijkt dat het toch kan.

De huidige NEE- stickers werden in 2008 gelanceerd in het kader van een Vlaamse overeenkomst met de reclamedrukwerksector. Deze overeenkomst werd in 2014 vervangen door het materialendecreet, waarvan het uitvoeringsbesluit stelt: *“Stickers die de OVAM heeft geaccepteerd en die worden gebruikt om aan te geven dat in een brievenbus al dan niet reclamedrukwerk of gratis regionale pers mag worden gestoken, worden gerespecteerd.”*

In de overeenkomst is niets opgenomen over de situatie indien er geen sticker hangt. In tegenstelling tot het verspreiden van e-reclame, is er dus voor het bussen van papieren reclamedrukwerk geen hogere wettelijke regeling betreffende opt-in voorzien.

Om te zorgen dat de anti-reclamestickers gerespecteerd worden, werd in het Politiereglement op de reinheid en de gezondheid een GAS-boete voorzien voor het negeren van de anti-reclamesticker. Hiervoor kan met klacht indienen bij de Dienst Toezicht. Het aantal klachten daalt de laatste jaren. In 2014 waren er 190 klachten die finaal geleid hebben tot 119 boetes. In 2016 ontving de dienst 90 klachten met 70 boetes tot gevolg. In 2017 waren er tot nu toe 75 klachten. Het aantal boetes is nog niet gekend.

Het omschakelen van de NEE-sticker naar een JA-sticker heeft veel voordelen, maar houdt ook aantal uitdagingen in.

Onze juridische dienst wijst erop dat een JA-sticker mogelijks een beperking op de vrije meningsuiting inhoudt. Ik geef hier enkel hun eerste reactie weer: 'De kans bestaat namelijk dat een bepaald percentage van de burgers niet expliciet zal kiezen voor een JA-sticker maar ook niet weigerachtig staat tegenover het ontvangen van ongeadresseerd reclamedrukwerk. Aangezien het recht op vrije meningsuiting het recht op het verspreiden en ontvangen van informatie omvat, kan gesteld worden dat het gebruik van de JA-sticker tot gevolg zal hebben dat een bepaald deel van de burgers niet zal bereikt worden'. Verder bemoeilijkt een JA-sticker de publiciteitsvoering voor kleine zelfstandigen die niet steeds in de mogelijkheid zijn om in te zetten op digitale reclame.

Maar evenzeer belangrijk. Duidelijk dat thema leeft in Gent. Zelf geen cijfers van % bewoners met een NEE-sticker. Uit persbericht van GMF lees ik dat B-Post het op 35 % schat (in 9000 Gent), een commerciële verdeler spreekt van 35 % en uit steekproef van GMF blijkt dat 51 % een sticker heeft. Dus veel Gentenaars willen geen reclame. Echter, de ingediende klachten over het bedelen van ongeadresseerd reclamedrukwerk toont ook aan dat de huidige anti-reclamesticker niet altijd gerespecteerd wordt en dat dit ongenoegen scheidt.

Het voordeel van de voorgestelde JA-sticker bestaat enerzijds in het verkleinen van de papierafvalberg en anderzijds in het feit dat de burger die geen ongeadresseerd reclamedrukwerk wenst bij overtreding enkel een klacht hoeft in te dienen maar zijn bus niet meer hoeft te voorzien van een NEE-sticker. De inspanning voor het aanschaffen en aanbrengen van sticker rust in dit verhaal enkel bij de burger die er uitdrukkelijk voor kiest om ongeadresseerd reclamedrukwerk te ontvangen.

Een JA-sticker voor ongeadresseerd reclamedrukwerk in Gent kan dus.

Zowel de elementen vanuit milieuoogpunt – papierbesparing - en de vraag vanuit het oogpunt van de burger - die zelf klacht moet indienen of een sticker moet aanbrengen - zijn duidelijke argumenten pro.

Anderzijds verdienen de wettelijke grond, het argument van 'de vrije meningsuiting' – zelf wat vragen bij -, de betrokkenheid van de sector en impact op handhaving verder onderzoek.

De grootste uitdaging vind ik de communicatie. Er zullen wel nog altijd burgers zijn die wél graag reclamefolders ontvangen. En dat is uiteraard hun goed recht. We zouden dan ook elke burger moeten bereiken. Een artikeltje in het stadsmagazine is hiervoor onvoldoende. Een degelijke communicatie en overgangperiode zijn in dat geval zeker nodig.

We kunnen zeggen dat het debat geopend is. Goed om alvast wat feedback uit de commissie gekregen te hebben. We zullen zeker nog verder consulteren en verder onderzoeken of we de JA-sticker zullen invoeren.