

Övervakning av det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker - Rapport till Europeiska kommissionen

Den svenska regeringen gav den 15 juni 1995 Konkurrensverket i uppdrag att "övervaka att Systembolagets detaljhandelsmonopol inte medför missbruk av dominerande ställning". Enligt uppdraget skall övervakningen ske i enlighet med vad som överenskommits mellan Sverige och Europeiska kommissionen i samband med förhandlingarna om Sveriges medlemskap i den Europeiska Unionen. Konkurrensverket skall därvid rapportera direkt till Europeiska kommissionen. Rapportering sker som regel i slutet av varje halvårsperiod, dvs. i juni respektive december.

Rapportens omfattning och inriktning

Den förra rapporten, som överlämnades i maj månad, inriktades i första hand på en beskrivning och analys av Systembolagets nya sortimentsstyrningssystem. Rapporten redovisar också – med hjälp av en stor intervjuundersökning - leverantörernas erfarenheter av Systembolaget.

Den nu aktuella rapporten kan ses som en fortsättning och uppföljning till tidigare rapporter. Fokus sätts på sådant som förändrats, genomförts eller inträffat sedan förra rapporten färdigställdes samt förändringar som övervägs, och som är kända vid rapportens färdigställande i december 2002.

Den svenska alkoholmarknadens utveckling

Enligt Folkhälsoinstitutet har alkoholkonsumtionen i Sverige ökat kraftigt under de senaste åren. *Den registrerade försäljningen* av alkohol har inte varit så hög som nu på 100 år. Det uppges bero både på en förändrad alkoholpolitik och på förändrade attityder bland konsumenterna. Konsumtionen under veckorna har ökat betydligt, samtidigt som det traditionella helgdrickandet med berusning ligger kvar på en hög nivå.

Resandeförseln från utlandet har ökat kraftigt, vilket framgår av tabellen nedan. Enligt The Centre for Social Research on Alcohol and Drugs vid Stockholms

2002-12-19

Dnr 35/2002

Universitet (SoRAD) uppskattades år 2000/2001 exempelvis 28 procent av den starköl som konsumeras i Sverige vara privatinförd eller insmugglad – motsvarande siffra 1994 var 9 procent. Knappt hälften av starkölen köps i dag hos Systembolaget.¹ Systembolagets detaljhandelsförsäljning samt andra företags partihandelsförsäljning till restaurangbranschen ryms i tabellen inom det som kallas registrerad försäljning.

Årlig konsumtion i liter per svensk över 15 år, 100 procent ren alkohol

	1996	2001	Förändring
Registrerad försäljning	5,9	6,4	+8 %
Resandeförsel	1,1	1,8	+67 %
Smuggling, hembränning	0,9	0,8	-11 %
Summa	8	9	+13 %

Källa: Den svenska supen i det nya Europa, Folkhälsoinstitutet 2002. Siffrorna för resandeförsel, smuggling och hembränning är skattningar.

Vad gäller gränshandeln kan noteras att Danmark, i syfte att begränsa privatinförseln från Tyskland, beslutat sänka skatten på spritdrycker med drygt 40 procent fr.o.m. oktober 2003. Danmarks skattesats är redan i dag betydligt lägre än den i Sverige, vilket medför en betydande gränshandel. Norge sänker sin spritkatt med nästan 11 procent fr.o.m. 2003.

Vid privatinförsel får man fr.o.m. den 1 januari 2003 föra in följande ransoner till Sverige från annat EU-land (ransonerna för 2002 inom parentes) utan att betala punktskatt:

- 5 liter spritdryck (2)
- 6 liter starkvin (6)
- 52 liter vin, inklusive mousserande vin (26)
- 64 liter starköl (32)

Punktskatten för privatinförsel utöver ransonerna enligt ovan uppgår till 196 kr/liter för spritdrycker, 45 kr/liter för starkvin, 22 kr/liter för vin samt 8 kr/liter för starköl.

¹ Svenska bryggareföreningens rapport "Hotet mot folkhälsan" 2002, s. 6

2002-12-19

Dnr 35/2002

Systembolagets försäljning

Systembolagets totala detaljhandelsförsäljning räknat i liter har för perioden januari-oktober 2002 fortsatt att öka jämfört med samma period föregående år. Omsättningen mätt i kronor ökade med 5 procent. Räknat i antal liter har försäljningen ökat med 8,3 procent och räknat i ren alkohol med 9 procent.

Sprit är den varukategori som ökar långsammast, +2,1 procent. Vin och starköl ökar med 11,6 respektive 10,6 procent, medan cider och blanddrycker ökar med 26,3 procent.

Fortfarande är den absolut största andelen av den starköl som säljs producerad i Sverige, men andelen importerad starköl ökar. Viss statistik för Systembolagets vinförsäljning under perioden januari-oktober 2002 jämfört med 2001 redovisas i tabellerna nedan. Siffrorna anger procentuell fördelning, baserat på antal liter, på de fem största ursprungsländerna med jämförelsetal för fjoråret inom parentes. Det bör beaktas att siffrorna för år 2002 enbart avser detaljhandel medan siffrorna för 2001 även inbegriper partihandel. Systembolagets partihandelsverksamhet har avyttrats under 2002, se avsnittet om organisatoriska förändringar nedan.

Vin exklusive starkvin:

Spanien	24,5 % (26,8)
Italien	21,9 % (17,6)
Frankrike	14,2 % (14,1)
Chile	9,4 % (8,6)
Tyskland	6,1 % (7,2)

Vitt vin:

Tyskland	17,1 % (20,0)
Italien	16,2 % (15,5)
Spanien	13,6 % (12,5)
Frankrike	12,4 % (14,5)
Ungern	11,8 % (8,1)

2002-12-19

Dnr 35/2002

Rött vin

Spanien	30,2 % (35)
Italien	25,9 % (19,1)
Frankrike	15,3 % (14,0)
Chile	11,5 % (10,4)
Sydafrika	4,7 % (5,4)

Organisatoriska förändringar av Systembolaget

Vid slutet av 2001 hade Systembolaget 416 butiker på 314 orter i Sverige. Antalet butiker med självbetjäning var 107. I oktober 2002 uppgick antalet butiker till 417. Systembolaget har under år 2002 byggt om ytterligare ett dussintal butiker till självbetjäning.

Systembolagets dotterbolag RestaurangPartner har sålts till ICA Menyföretagen, som tog över verksamheten från och med den 2 september 2002. Därmed bedriver Systembolaget inte längre någon partihandelsverksamhet.

Systembolagets sortimentsstyrning

Systembolaget slutförde i maj 2002 övergången till sitt nya system för sortimentsstyrning. Syftet uppges vara att öka servicen, ge tillgång till ett brett sortiment i hela Sverige, öka effektiviteten samt att sänka kostnaderna. Tankegångarna bakom det nya sortimentsstyrningssystemet beskrevs mer utförligt i Konkurrensverkets förra rapport.

Sortimentets delar

Artiklar som säljs på Systembolaget indelas enligt följande:

- Fast sortiment
- Nyhetssortiment
- Testsortiment
- Beställningssortiment
- Exklusiva artiklar, Säsongartiklar, Primörviner
- Därutöver handhar Systembolaget också import av alkoholhaltiga drycker för de kunder som så önskar, s.k. privatimport.

2002-12-19

Dnr 35/2002

Vidare använder sig Systembolaget av begreppet *ordinarie sortiment*. Det inbegriper i stort sett alla produkter utom de som ingår i beställningssortiment respektive privatimport.

Fast sortiment tillsammans med Nyhetssortiment är, med undantag för Kompletterande sortiment, den del av sortimentet som är tilldelat/ålagt butikerna att lagerföra. Fast sortiment motsvarar ca 80 procent av varje butiks totala sortiment.

Fast sortiment är indelat i fem moduler – Basmodul och Tilläggsmodul 1-4, samt Kompletterande sortiment. Artiklar kvalificerar sig till Basmodul eller Tilläggsmodul 1-4 genom prestation i termer av poäng. Artiklar kvalificerar sig till Kompletterande sortiment genom prestation i termer av bidrag.

Artiklar som ingår i Basmodul lagerhålls i samtliga butiker. Basmodulen utgörs av de artiklar som är högst rankade inom respektive segment. Tilläggsmodul 1-4 har varierande marknadstäckning.

Kompletterande sortiment består av artiklar som beställs enligt beslut i de enskilda butikerna.

Nyhetssortimentet består av tre delar:

1. Nyheter - hit räknas också Exklusiva artiklar, Säsongsartiklar samt Primörviner.
2. Beställningssortimentet – artiklar som klarat sin utvärderingsgräns.
3. Testartiklar – artiklar som godkänts för lansering av konsumentpanel.

Nyhetssortimentet delas in i Nyhetsmodul 1-5 med varierande marknadstäckning.

Testsortimentet kan de leverantörer använda sig av, vars offerter för produkter till Fast sortiment respektive Nyhetssortiment avvisats. Ansökan om försäljning i Testsortimentet skall ha inkommit till Systembolaget inom två månader efter beslut om avslag på offererad produkt. Produkten testas sedan av en oberoende konsumentpanel, som rekommenderar huruvida testförsäljning bör ske. Testartiklar placeras i Nyhetsmodul 3-5.

Beställningssortimentet avser artiklar som inte ingår i Systembolagets sortiment men som säljs i butiker efter beställning från kund. Systembolaget uppger att den normala leveranstiden är cirka en vecka. Produkterna i beställningssortimentet presenteras i en särskild lista i butiker och på Internet. Leverantör kan efter ansökan och godkännande få artikel listad i detta sortiment. Systembolaget gör inget urval och leverantörerna ansvarar själva för lagerhållning. De artiklar som säljer över en för varutypen på förhand bestämd nivå, lanseras i det ordinarie sortimentet, om leverantören begär det. Under 2001 gjordes ca 8 procent av det totala antalet nyhetslanseringar genom övergång från beställningssortimentet. När en vara avlistas från det ordinarie sortimentet har leverantören möjlighet att lägga artikeln i beställningssortimentet.

2002-12-19

Dnr 35/2002

Systembolagets sortimentspolicy ger en viss frihet för butiksföreståndare att anpassa sin lagerhållning till den lokala efterfrågan. Därför förekommer det t.ex. att vissa butiker har egen lagerhållning av en del produkter som endast är listade i beställnings-sortimentet, men som erfarenhetsmässigt har så stor efterfrågan från butikens konsumenter att det vore opraktiskt att beställa varan från leverantören vid varje köptillfälle.

Systembolagets sortiment delas in i fem varukategorier:

- rött vin
- vitt vin
- övrigt vin
- sprit
- öl m.m. (cider, blanddrycker och lättdrycker)

Dessa kategorier är i sin tur uppdelade i underkategorier, t.ex. torrt vitt vin, och produktsegment, exempelvis torrt vin i prisklassen 60-69 kronor.

Antalet varumärken i sortimentet

Sortimentets totala storlek styrs av försäljningen och de nyheter som Systembolaget lanserar. Reglerna för listningar och avlistningar har inte ändrats sedan 1995, men volymgränserna har justerats nedåt.

Det totala antalet varumärken i systembolagets sortiment, inklusive beställnings-sortimentet, uppgick per den 4 november 2002 till 5211 enligt följande fördelning: sprit 1167, vin 3501, öl 427, cider och blanddrycker 93 samt lättdrycker och vatten 23.

Antalet varumärken i det ordinarie sortimentet var 2350 enligt följande fördelning: sprit 371, vin 1589, öl 287, cider och blanddrycker 68 samt lättdrycker och vatten 35.

Antalet *artiklar* i det ordinarie sortimentet är 3057. Antalet artiklar är alltså fler än antalet varumärken, vilket beror på att många varumärken består av flera smaker och förpackningstyper. Exempelvis omfattar varumärket Absolut vodka 4-5 artiklar.

Basmodulen finns i samtliga butiker och innehåller f.n. 410 artiklar. Vilka tilläggsmoduler som därutöver tilldelas en butik, beror på butikens historiska försäljning. En butik som historiskt har sålt mycket av en viss kategori, t.ex. vitt vin, får på så sätt en eller flera tilläggsmoduler av denna kategori. Totalt omfattar det s.k. modul-sortimentet, dvs. de artiklar som är placerade i basmodulen eller i någon av tilläggsmodulerna, ca 1350 artiklar. Till dessa kommer nyhetsmodulerna och de artiklar som väljs av butiken för att svara på den lokala efterfrågan - det s.k. kompletterande sortimentet.

2002-12-19

Dnr 35/2002

Nytt beställningssystem för ordinarie sortimentet

Systembolaget har under året introducerat ett nytt beställningssystem för de varor i det ordinarie sortimentet som butikerna inte lagerför. En varudepå har byggts i Örebro, varifrån Posten sköter transporterna till butiker i hela Sverige. Varor som beställs före klockan 15.45 måndag-torsdag levereras till butiken senast klockan 16.00 dagen därpå. Beställningar på fredagar och lördagar levereras på måndag respektive tisdag. För butiker norr om Sundsvall samt Gotland är leveranstiden dock två dagar. Tvådagarsleveranserna berör 51 butiker.

Sammansättning av sortimentet

Systembolaget gör varje år en sortimentsstrategi. Strategin baseras bl.a. på marknadsundersökningar, försäljningsstatistik, omvärldsbevakning m.m. Strategin resulterar i en plan över hur sortimentet skall vara sammansatt i termer av antal artiklar från varje segment som skall ingå i respektive modul. Justeringar av modulsammansättningen görs några gånger per år.

Sortimentets bredd säkerställs enligt Systembolaget genom de s.k. sortimentsmodulerna, vilka är sammansatta av ett stort antal varugrupper, så kallade segment, av artiklar som konsumenten kan uppfatta ha liknande egenskaper.

I modulerna placeras de artiklar från varje segment som har den största efterfrågan. För att avgöra vilka artiklar inom varje segment som skall ligga i de olika modulerna rankas artiklarna inom segmenten. Rankningen görs utifrån en poängberäkning som grundar sig på faktorer som bidrag (Systembolagets marginal), efterfrågad volym och leveranssäkerhet. Genom att bidraget ingår i poängberäkningen kan även dyrare produkter få bra poäng. Ju större efterfrågan en vara har, desto fler butiker kommer att lagerföra den. De högst rankade artiklarna blir placerade i basmodulen och de följande i tilläggsmodul 1-4. Samtliga artiklar i det fasta sortimentet deltar i rankningen och har möjlighet att ta plats i modulerna.

Lansering av nya produkter

Det finns tre vägar för produkter in i Systembolagets ordinarie sortiment: urval efter offertförfrågan, testförsäljning och kvalificerad försäljning i beställningssortimentet.

Inköp av nya artiklar

Systembolaget lanserar i dag drygt 60 nyheter varje månad, förutom januari och juli som är lanseringsfria månader. Urvalsprocessen vid inköp är oförändrad sedan 1995. Sammanfattningsvis går Systembolagets inköp till på följande vis:

- I samband med utformningen av sortimentsstrategin skapas en lanseringsplan för inköp av nyheter under nästföljande period. Lanseringsplanen skickas till samtliga leverantörer.

2002-12-19

Dnr 35/2002

- Varje månad översänds aktuella offertförfrågningar till samtliga företag med rätt till partihandel av alkoholhaltiga drycker i Sverige.
- De inkomna offerterna registreras och granskas av inköparna i samråd med respektive kategoriansvarig. Varuprover begärs in för de produkter som väljs ut.
- Varuproverna blindprovas av Systembolagets offertprovare.
- Utvalda produkter köps in.

Test- och beställningssortiment som kanaler till marknaden - funktionen i praktiken

Konkurrensverket har sedan 1995 tagit del av mycken kritik från både importörer och svenska tillverkare rörande hur test- och beställningssortimenten fungerar i praktiken. Denna kritik liksom verkets synpunkter på Systembolagets sortiment har redovisats i Konkurrensverkets tidigare rapporter till Europeiska kommissionen. Systembolaget har under åren vidtagit vissa åtgärder i syfte att åstadkomma en bättre funktion hos såväl beställningssortimentet som testsortimentet.

Systembolaget införde testsortimentet 1993 innan importmonopolet upphörde. Syftet var att öka tillgängligheten till marknaden för utländska producenter. Den långa testkön uppstod när testförsäljningen inleddes. Vid detta tillfälle fanns inte beställningssortimentet. Denna möjlighet att nå marknaden infördes i maj 1995.

Testsortimentet

Testsortimentet är avsett att vara en kompletterande kanal för lansering av alkoholdrycker. I protokoll upprättat vid Sveriges förhandlingar med Europeiska kommissionen inför anslutningen till den Europeiska gemenskapen, behandlas frågan om ett testsortiment. I protokollet är Sverige överens med Kommissionen om att tiden mellan leverantörens begäran att få ta del i testet och svaret till leverantören skall vara så kort som möjligt.

Konkurrensverket har flera år rapporterat till Europeiska kommissionen om att Systembolagets testsortiment inte fungerat tillfredsställande, vilket beror på att kötiden för att få en produkt testad kan uppgå till flera år. För många produkter, t.ex. sådana där en importör måste lämna besked om eventuellt inköp till producenten inom några månader, är testsortimentet under sådana förhållanden i praktiken inte användbart som alternativ kanal för marknadstillträdet. Som beskrivits ovan har Systembolaget sökt nedbringa väntetiderna genom att antalet produkter varje leverantör får ställa i kön numera är begränsat till totalt tre. Denna regeländring gällde dock inte gamla produkter i kön och har ännu inte givit avsedd effekt. Mot denna bakgrund har Konkurrensverket under en följd av år fått motta klagomål som gällt att ett litet antal sedan länge etablerade importörer kunnat blockera möjligheterna till testning av nytillkomna företags produkter genom att ha många varor anmälda till testkön. Andra förändringar, t.ex. att införa parallella testförsäljningar av olika

2002-12-19

Dnr 35/2002

produkter i olika regioner, har övervägts inom Systembolaget men ännu inte genomförts.

Systembolaget AB:s revisorer har under år 2002 fått i uppdrag av Socialdepartementet att göra en översiktlig granskning av hur testsortimentet fungerar samt vilka åtgärder Systembolaget AB vidtagit eller planerar vidta för att öka effektiviteten i testsortimentet. Revisorerna har avrapporterat granskningen till Socialdepartementet inom ramen för avrapporteringen av den sedvanliga revisionen.

De senaste fem åren har Systembolaget lanserat 596 produkter genom testsortimentet. 63 av dessa har kvalificerat sig till det fasta sortimentet, några ytterligare som ännu inte utvärderats kan tillkomma. Den 2 oktober 2002 stod 80 leverantörer med sammanlagt drygt 2400 produkter i kön. Av antalet köande produkter svarade en leverantör för 12 procent, en för 11, en för 8, två för 6 vardera 6, och en för 5 procent. Ytterligare ett antal leverantörer svarade för andelar om 4, 3 respektive 2 procent. Sammanlagt upptar dessa leverantörer 76 procent av köplatserna. Resterande leverantörer har 1 procent vardera.

Under perioden 1 september 2001 t.o.m. 31 oktober 2002 har 28 leverantörer haft testlanseringar. Den störste leverantören har därvid haft en andel om 25 procent av antalet testlanseringar, vilket motsvarar 28 produkter. Därefter följer ett par leverantörer med 10 procents andel vardera, en med 9 och en med 7 procent och ett antal med 4, 3 respektive 2 procent.

Under perioden 1 januari t.o.m. 2 oktober 2002 har Systembolaget fått in 326 varuprover till konsumentpanelen. 222 av dessa har godtagits medan 104 har avvisats. Systembolaget räknar med att under resterande del av år 2002 få in ytterligare ca 630 prover, vilket betyder totalt ca 950 stycken under innevarande år.

T.o.m. den 2 oktober 2002 har under året 394 testansökningar annullerats p.g.a. uteblivna prover.

Systembolaget anser att kön för lansering i testsortimentet fortfarande är för lång. Ett stort antal köplatser upptas av produkter som inte kommer att lanseras. Det visar sig inte minst ur ett historiskt perspektiv, då Systembolaget planerat för ett 20-tal lanseringar varje månad men endast fått respons på 50-60 procent från importörerna. Detta beror på att ett antal importörer regelmässigt placerar samtliga avvisade offerter i kön för testlansering. Systembolaget har tagit fram följande förslag till förändringar i syfte att förmå leverantörerna att endast placera sådana produkter i testsortimentskän som har kommersiell bärkraft och där ett konsumentintresse finns. Förslagen har under hösten 2002 redovisats vid ett möte med leverantörerna.

- Genom att begära en avgift för att ställa en artikel i testsortimentskön kan det säkerställas att allt som ställs i kön också planeras att lanseras. Den erlagda avgiften skulle återbetalas till leverantör vid lanseringstillfället.
- Endast självbetjäningbutiker skall användas som testbutiker. Dessa är i dag ca 120 till antalet. En testperiod i denna butikstyp ger ett bättre utvärderings-

2002-12-19

Dnr 35/2002

underlag, då kunder i självbetjäningsbutikerna allmänt sett är mer benägna att prova nyheter.

- Genom att dela upp de valda butikerna i tre jämförbara grupper, baserat på försäljningsvolym och efterfrågemönster, kan lanseringstakten öka radikalt. De valda butikerna inom varje butiksgrupp skall, utöver ordinarie nyhetslansering, lagerföra 20 nya produkter från testsortimentskön per månad. Det innebär att 60 lanseringar kan genomföras varje månad i stället för 20 som idag. Det sker kontinuerligt en ombyggnation till självbetjäningsbutiker och det kommer på sikt att kunna bildas fler butiksgrupper/kluster som kan hantera ett 20-tal lanseringar per månad.
- De produkter som lanseras garanteras en täckningstid i de aktuella butikerna under tre månader till skillnad mot dagens en månad. Efter de tre månaderna utvärderas varje produkt enligt, med leverantör, klart kommunicerade gränser. Utvärderingen kommer att baseras på två faktorer, totalt försåld volym och det totala antalet kunder (kvittorader) som köpt produkten under perioden. Den senare faktorn är, enligt Systembolaget, av vital betydelse då utvärderingen ska visa om det finns en faktisk kundefterfrågan på produkten.
- Om utvärderingen är positiv förs produkten in i lanseringsplanen och får en lansering med full presentation i Varunytt. På detta sätt kan också varje produkts fulla potential utnyttjas på så sätt att lanseringen inte ”krockar” med någon annan upphandling och lanseringstillfället blir bättre.

Genom de föreslagna förändringarna hoppas Systembolaget kunna öka takten på antalet testlanseringar, rensa kön från produkter som inte kommer att kunna lanseras, lansera vid det tillfälle som är bäst och mest logiskt ur ett konsumentperspektiv samt testförsälja på ett rättvist och kostnadseffektivt sätt.

Förslagen kommer att praktiseras i form av ett pilottest med början i december 2002. De första testlanseringarna inom ramen för pilottestet dröjer dock till april 2003. I juli/augusti 2003 skall utvärdering göras för att Systembolaget senast i september skall kunna fatta eventuellt beslut om att tillämpa modellen i full skala. Om den nya modellen faller väl ut bedömer Systembolaget att kötiden ganska snabbt skulle kunna pressas ner till 1,5 år.

Alkoholsortimentsnämnden

Indirekt påverkas Alkoholsortimentsnämndens verksamhet i hög grad av hur testsortimentet fungerar. En leverantör kan begära överprövning hos Alkoholsortimentsnämnden om Systembolaget beslutat att avvisa en offererad produkt. Denna väg har under åren också utnyttjats av ett antal leverantörsföretag. Alkoholsortimentsnämnden måste dock enligt sin utvecklade praxis avslå en sådan ansökan, om inte det klagande företaget först har utnyttjat möjligheten att ansöka om testförsäljning, eftersom Systembolagets beslut att avvisa produkten i fråga annars inte kan uppfattas som en slutlig avvisning. Från Alkoholsortimentsnämnden har till Konkurrensverket framförts att ju mera kunskapen har trängts ut till leverantörerna om svårigheterna att inom

2002-12-19

Dnr 35/2002

rimlig tid få en produkt prövad för eventuell antagning till testsortimentet, desto färre leverantörer har funnit det motiverat att pröva denna väg för att sedan eventuellt begära en överprövning. Ansökningarna om överprövning av Systembolagets beslut har därför kontinuerligt minskat hos nämnden. Under år 2001 ansökte inte ett enda företag om sådan överprövning.

Emellertid har till Alkoholsortimentsnämnden i november 2002 inkommit två ansökningar om överprövning. Det ena ärendet gäller en produkt som efter väntan i testsortimentskön provats av konsumentpanelen och sedan avvisats. Det andra ärendet gäller ett rött vin som efter offertförfrågan avvisats. Beslut i de båda ärendena väntas under januari 2003.

EU-kommissionen har i samtal med Systembolaget uttryckt farhågor om Alkoholsortimentsnämndens effektivitet. Socialdepartementet och Alkoholsortimentsnämnden har informerats om detta.

Beställningssortimentet

Se nedan.

Synpunkter från leverantörer m.fl.

Inför den nu aktuella rapporten har Konkursverket efterfrågat synpunkter på Systembolagets funktionssätt från leverantörsorganisationerna - Svenska Bryggareföreningen, Sprit & Vinleverantörsföreningen samt Föreningen Sveriges Fria Bryggerier. Från de två förstnämnda har svar inkommit. Därutöver har vinprovarföreningen Munsänkarna hört av sig.

Svenska Bryggareföreningen anser att Systembolagets nya sortimentsstyrningssystem inledningsvis skapat en hel del problem för såväl små som stora bryggerier. För de små bryggerierna med sina små organisationer, är Systembolagets komplexa regelverk ett problem. De små bryggerierna har också svårigheter med att kunna erbjuda tillräckligt bra pris för att kunna svara på flertalet offertförfrågningar från Systembolaget. Ett problem som är särskilt betungande för de bryggerier som levererar via beställningssortimentet är att möjligheterna att skapa en lokal efterfrågan är begränsade.

Vidare, enligt Svenska Bryggareföreningen, irriteras de stora bryggerierna av att hyllutrymmet i butikerna ännu inte anpassats till de olika produkternas försäljningsandelar. De storsäljande produkterna tar relativt snabbt slut i hyllorna, vilket leder till onödiga omkostnader för extra distribution och hantering. Dessutom gynnas på detta sätt de mindre varumärkena, då konsumenterna i brist på det ena märket tvingas välja det andra.

Något som däremot anses vara positivt med det nya sortimentsstyrningssystemet är att ett antal butiker därigenom tvingas att föra en ny produkt under en viss period.

2002-12-19

Dnr 35/2002

Ett problem som alla bryggerier har är att varuprover för färsköl med begränsad hållbarhet, och säsonsartiklar som t.ex. julöl, måste vara Systembolaget tillhanda alldeles för lång tid innan det skall saluföras till konsument.

Sprit & Vinleverantörsföreningen anför vad gäller det nya sortimentsstyrningssystemet, att det redan pågår en översyn av det, vilket innebär att det är svårt att ha synpunkter på hur det fungerar just nu, utan att veta vilka modifieringar som planeras. Från föreningsmedlemmar har dock framförts att det naturligtvis måste finnas ett styrningssystem om Systembolaget skall fungera. Detta får emellertid inte innebära att produkter i t.ex. test- och beställningssortimentet missgynnas vad gäller exponering. Här är bl.a. begränsningarna avseende marknadsföring en hämmande faktor.

Varudepån i Örebro ser Sprit & Vinleverantörsföreningen positivt på, och än bättre skulle det vara om också de produkter som ingår i beställningssortimentet kunde lagerhållas där. I övrigt är föreningen mycket kritisk mot Systembolagets inkösvillkor, vilket man framfört i samband med Konkurrensverkets prövning av villkoren.

Föreningen Munsänkarna, en vinprovarförening med 15 000 medlemmar runt om i Sverige, har i en skrivelse till Konkurrensverket anfört att Systembolaget fr.o.m. januari 2003 kommer att redovisa beställningssortimentet i samma katalog som övriga varor. Munsänkarna ser positivt på detta men anser att åtgärderna inte är tillräckliga. Samtidigt som Systembolaget utökar informationen kring vinerna i det ordinarie sortimentet, så kommer informationen kring vinerna i beställningssortimentet att vara av samma karaktär som tidigare. Komplettering borde ske med varufakta om t.ex. alkoholhalt, leverantör, odlingsområde, skörd, vinifiering och lagring, anser Munsänkarna.

Med anledning av Systembolagets nya varudepå i Örebro, anser Munsänkarna också att det nu är tid att se över regeln om att konsumenten måste betala, för det fall att vara ej finns i depån, utan måste beställas från annan butik. Man föreslår att avgiften om 75 kronor tas bort.

Konkurrensverkets ärenden

Skriftliga regler för antagning av varor återfinns i Systembolagets s.k. Leverantörs-pärm, i vilken företaget presenterar alla villkor för offerering och leverans av varor. Dessa villkor inkluderar bl.a. bestämmelser om kvalitet, betalning, prissättning, prisändringar, tillhandahållande av prover, om leveranser, lagerhållning, reklamationer och förpackningar m.m. Villkoren var vid förra rapportens färdigställande i april 2002 under omarbetning och förhandlingar med leverantörerna pågick.

Systembolaget har, enligt konkurrenslagens (KL) 20 §, till Konkurrensverket ingivit en ansökan om icke-ingripandebesked för standardinkösvillkor som Systembolaget tillämpar mot leverantörer. Konkurrensverket har att ta ställning till huruvida Systembolagets leveransvillkor strider mot KL 6 och 19 §§ samt artikel 81.1 och 82 i EG-fördraget (diarienummer 562/2002). Parallellt med att Konkurrensverket prövar de nya leveransvillkoren, bl.a. avseende betalningstider, ansvar, skadestånd och prisändringar, tillämpar Systembolaget de nya villkoren sedan den 1 juli 2002.

Konkurrensverket har i övrigt under 2002 mottagit fem klagomål avseende detaljhandelsmonopolet med följande diarienummer och innehåll:

423/2002 - Ett cateringföretag uppmärksammade Konkurrensverket på att cateringföretag utan restaurangrörelse missgynnas i förhållande till sådana som har restauranglokal. De förra måste köpa in alla alkoholhaltiga drycker hos Systembolaget medan de senare kan köpa direkt från bryggerier och andra. Förhållandena grundar sig enligt den klagande på en ändring av alkohollagen som genomförts per den 1 juli 2001 avseende bl.a. försäljning till aktörer med tillfälligt serveringstillstånd. Ärendet lämnades utan åtgärd.

455/2002 – En konsument ifrågasätter Systembolagets avgift om 75 kronor för att till en butik utan en viss vara på lager beställa hem denna produkt från en annan butik. Ärendet lämnades utan åtgärd.

559/2002 – Sprit- och vinleverantörsföreningen (SVL) anför kritik mot Systembolagets nya leverantörsavtal. SVL menar att avtalet innehåller ett antal oskäliga och konkurrensrättsligt oacceptabla villkor. SVL önskar ges tillfälle att utveckla sina synpunkter i samband med Konkurrensverkets prövning av Systembolagets ansökan om icke-ingripandebesked. Ärendet avskrevs för att i stället hanteras inom ramen för ärende med diarienummer 562/2002 (se ovan).

772/2002 – Ett företag klagar över att leverantörerna inte kan justera sina priser gentemot Systembolaget i samband med växelkursändringar, och över Systembolagets ensidiga avtals- och kredittidsjusteringar. Man kritiserar också att leverantörer som mutat Systembolagets personal får fortsätta vara leverantörer. Ärendet lämnades utan åtgärd.

838/2002 – En person ifrågasätter Systembolagets ensamrätt avseende vinauktioner, då detta utestänger utländska auktionsföretag med samlarviner på programmet från den svenska marknaden. Klaganden uppger vidare att Systembolaget i sin auktionsverksamhet kommer att samverka med vinauktionsföretag, och undrar på vilka grunder urval av sådana företag kommer att ske. Ärendet lämnades utan åtgärd.

Domstolsmål

Stockholms tingsrätt meddelade den 4 mars 2002 dom i det s.k. Gourmet-målet. Konsumentombudsmannen (KO) överklagade till Marknadsdomstolen, som är sista instans, och förhandlingar hölls i slutet av november. Beslut kommer den 5 februari 2003. Målet gäller reklamförbudet avseende alkohol.

Formell underrättelse till Sverige från EU-kommissionen

Europeiska kommissionen överlämnade den 25 oktober 2002 till Sverige en formell underrättelse enligt artikel 226 i EG-fördraget rörande hinder mot privat införsel av alkohol till Sverige från andra medlemsstater. Kommissionen anför att Sverige inte har uppfyllt sina skyldigheter enligt artiklarna 28 och 30 i EG-fördraget genom att inte tillåta privat införsel av alkohol genom oberoende mellanhänder som utsetts av

2002-12-19

Dnr 35/2002

kunden. Sveriges regering svarade kommissionen i ett brev daterat den 16 december 2002.

Regeringen anför att distansförsäljning av spritdrycker, vin och starköl, dvs. direktförsäljning från annat land till privatperson i Sverige (t.ex. via postorder eller Internet), i dag är tillåten endast genom Systembolagets försorg. ”Med beaktande av Systembolagets omfattande försäljningsnät och serviceskyldighet framstår också förfarandet som mindre omständligt än om kunderna själva skulle ombesörja transporten genom anlitan av någon annan mellanhand. Inte heller framstår förfarandet som mer kostsamt.”, skriver regeringen vidare.

Kommissionen menar att det s.k. Franzénmålet (C-189/95) liksom rättsfall från EG-domstolen rörande apoteksverksamhet ger stöd för kommissionens uppfattning, medan Sveriges regering är av motsatt uppfattning.

Regeringen anser att Systembolagets importservice är ett icke-diskriminerande system som också är proportionellt i förhållande till det eftersträlvade målet, nämligen en god folkhälsa. Något gott alternativ till den nuvarande modellen finns inte, menar regeringen avslutningsvis.

Konkurrensverkets kommentar

Föreliggande rapport är en redovisning av utvecklingen sedan den förra rapporten överlämnades i maj 2002. De förändringar som införts under perioden eller som planeras av Systembolaget föranleder för närvarande inga särskilda kommentarer från verket.

Konkurrensverket kommer emellertid att noga följa utvecklingen av det nya sortimentsstyrningssystemet och den utvärdering som Systembolaget avser att genomföra år 2003. Konkurrensverket kommer också att särskilt uppmärksamma de åtgärder som Systembolaget planerar att vidta för att öka genomströmningen i testsortimentet.

Konkurrensverket handlägger för närvarande den ansökan om icke-ingripandebesked som Systembolaget lämnat in avseende de inköpsvillkor som bolaget tillämpar mot leverantörer. Verkets skall i sin utredning ta ställning till om villkoren strider mot konkurrensreglerna i EG-fördraget eller den svenska konkurrenslagen. Ärendet har således nära samband med verkets uppdrag att övervaka att Systembolagets detaljhandelsmonopol inte medför missbruk av dominerande ställning.