

**KONKURRENSVERKET**

Förhållanden på den svenska marknaden för alkohol-  
drycker. Rapport till Europeiska kommissionen.

---

**INNEHÅLLSFÖRTECKNING**

BAKGRUND.....	3
Uppdraget.....	3
Rapportens omfattning och inriktning .....	3
FÖRSÄLJNING OCH MARKNAD .....	3
Marknad .....	3
Systembolagets försäljning .....	4
Offerter.....	5
SYSTEMBOLAGETS NYA SORTIMENTSPOLICY.....	5
Kriterier för listning och avlistning .....	5
KONKURRENSVERKETS ENKÄT.....	6
ÄRENDEN HOS ALKOHLSORTIMENTSNÄMNDEN.....	10
ALKOHOLINSPEKTIONEN .....	10
Ändring i alkoholförordningen .....	10
Överklaganden .....	11
SKATTEKONTORET FÖR PUNKTSKATTER.....	11
ÄRENDEN HOS KONKURRENSVERKET .....	12
Avslutade ärenden.....	12
Pågående ärenden .....	13
SAMMANFATTANDE KOMMENTARER .....	13
BILAGOR.....	15

## **BAKGRUND**

### **Uppdraget**

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 den Europeiska kommissionen.

### **Rapportens omfattning och inriktning**

Vid kontakter med Europeiska kommissionen har Konkurrensverket erfarit att kommissionen önskar en avvikelserapportering till skillnad från den första rapporten som beskrev grundläggande förhållanden på den svenska marknaden för alkoholdrycker. Föreliggande rapport har i enlighet därmed inriktats på att redogöra för de förändringar som inträtt och som Konkurrensverket ansett vara av betydelse för marknadens funktionssätt.

Rapporten avser förhållandena på marknaden fram t.o.m. september månad år 1996, där inte annat anges under respektive avsnitt.

## **FÖRSÄLJNING OCH MARKNAD**

### **Marknad**

Under år 1995 försålde i Sverige, via Systembolaget eller direkt från leverantör till restauranger, totalt ca 336 miljoner liter sprit, vin eller starköl, varav ca 30 procent kan hänföras till restaurangmarknaden. Bortsett från starkölsförsäljningen uppgick restaurangandelen till ca 7 procent. Härvid kan erinras om att restaurangmarknaden är öppen för varje leverantör med tillstånd. Emellertid var under 1995 Systembolaget den dominerande aktören vad avser sprit- och vinförsäljning till restauranger. Beträffande starköl stod svenska bryggerier för den helt övervägande delen. Antalet aktörer med tillverknings- eller partihandelstillstånd uppgår för närvarande till ca 230.

Antalet aktörer som levererar till Systembolaget uppgick i september år 1996 till 149. Av dessa är den helt övervägande delen små aktörer. Närmare 87 procent hade marknadsandelar (räknat i volym) som understeg en procent av totalmarknaden för alkoholdrycker som kanaliseras av Systembolaget.

De tio största leverantörerna av spritdrycker stod i september 1996 för ca 96 procent av marknaden i termer av volymen spritdrycker som kanaliseras av Systembolaget (dvs. leverantörernas direktförsäljning till restauranger, taxfree-marknaden etc. innefattas således inte). Det tidigare monopolföretaget V&S Vin & Sprit AB står ensamt för knappt 67 procent och är därmed marknadsledande på denna marknad. Jämfört med september föregående år har V&S Vin & Sprit AB:s andel minskat med två procentenheter. (Jämfört med maj föregående år har andelen minskat med drygt fyra procentenheter.)

Även på marknaden för vin som kanaliseras av Systembolaget är V&S Vin & Sprit AB störst med en andel om ca 35 procent av volymen. Sammantaget stod i september

1996 de tio största aktörerna för knappt 72 procent. Jämfört med september föregående år har V&S Vin & Sprit AB:s andel minskat med drygt 12 procentenheter, se även bilaga 1. (Jämfört med maj föregående år har andelen minskat med drygt 33 procentenheter.)

Beträffande volymen starköl som kanaliseras av Systembolaget stod i september 1996 de tio största företagen, av vilka de flesta och största är svenska bryggeriföretag, för ca 94 procent av marknaden. De tre största svenska bryggeriföretagen stod för ca 75 procent av den försålda volymen. Till största delen utgörs de svenska bryggeriföretagens försäljning av egna varumärken och licenstillverkade varumärken. Andelen direktimporterad öl som säljs via svenska bryggeriföretag är därmed liten.

### **Systembolagets försäljning**

Systembolagets totala omsättning (exklusive moms) uppgick år 1995 till drygt 16 miljarder kronor.

Systembolagets totala försäljning, i volym, under 1995 uppgick till knappt 30 miljoner liter sprit, drygt 110 miljoner liter vin samt knappt 108 miljoner liter starköl. Av dessa volymer utgjorde ca 6, 7 respektive 4 procent partihandelsförsäljning.

Jämfört med år 1994 har försäljningsvolymerna totalt sett minskat med upp till ca åtta procent.

Under perioden januari till september 1996 hade den allt överskuggande delen, ca 86 procent, av Systembolagets totala försålda volym av alkoholdrycker (sprit, vin, cider och starköl) sitt ursprung i något EU-land. Andelen svenska produkter uppgick samma period till ca 45 procent. Jämfört med samma period år 1995 har den försålda volymen minskat med totalt ca 4,5 procent.

Systembolagets försäljningsvolym av sprit, under perioden januari till september 1996, utgjordes till drygt hälften av svenska produkter, medan drygt en femtedel utgjordes av produkter från Storbritannien.

Vinförsäljningen domineras av, i nämnd ordning, produkter från Spanien, Italien, Tyskland och Frankrike. Dessa länder stod under perioden januari till september 1996 för ca 64 procent av den av Systembolaget försålda volymen.

Även om ett mycket stort antal starkölmärken i Systembolagets sortiment har sitt ursprung i EU-länder andra än Sverige, utgjordes starkölsförsäljningen under perioden januari till september 1996 till ca 83 procent av svenskt starköl räknat i volym. För närmare information avseende Systembolagets försäljning, se bilaga 2.

**Offertter**

Under tiden 1 januari år 1996 till och med den 31 augusti samma år har Systembolaget mottagit 12 576 offerter från 6 233 leverantörer. Knappt 10 700 av dessa offerter hade sitt ursprung i EU-länder. Av dessa är ca 40 procent ännu inte slutbehandlade, medan 30 procent har provats, ca 23 procent avvisats och ca 7 procent har inköpts. (Se även bilaga 3 där även fördelningen på land och varuslag framgår.)

Enligt Systembolaget sker offertbedömningen i följande tre steg.

1. Utsortering av offerter som inte överensstämmer med förfrågan eller är oklara eller fel i någon mening.
2. Bedömning av offerterna grundad på prisjämförelse mellan produkter som offerterats av flera leverantörer, erfarenhet etc.
3. S.k. blind, sensorisk provning av begärda varuprover.

**SYSTEMBOLAGETS NYA SORTIMENTSPOLICY****Kriterier för listning och avlistning**

Systembolaget beslutade under våren 1996 om ändringar beträffande kriterierna för listning- respektive avlistning av produkter i Systembolagets grund- och testsortiment. Ändringarna infördes från den 1 juli 1996. Kriterierna för de olika sortimenten är de samma.

Kriterierna för utvärdering av vin bygger på att en produkts försäljning endast jämförs med andra produkters försäljning inom samma varugrupp och inom samma prisintervall (aktuellt försäljningspris +/- 10 procent).

För utvärderingen delas vin in i följande smaktyper: rött vin, torrt vitt vin, medium vitt vin (halvtorrt+halvsött), sött vitt vin, rosevin, samt mousserande vin. För varje smaktyp finns fastlagt lägsta procentsatser och minimivolymer som krävs för att en produkt ska kvalificera sig till grundsortimentet. Som exempel kan nämnas att ett rött vin av visst slag för att kvalificera sig skall uppnå 0,5 procent av försäljningen i sitt prissegment samt under ett år ha uppnått en försäljningsvolym på minst 27 000 liter.

För starkvin, öl, cider och sprit ställs endast krav på minimivolymer för att en produkt ska kvalificera sig till grundsortimentet. För utvärderingen delas starkvin, öl, cider och sprit in i olika grupper.

Öl, cider och sprit som lanseras i test- eller tillfälliga sortimentet utvärderas 52 veckor efter lansering, varav de sista 48 veckornas totala försäljning ligger till grund för utvärderingen.

Vin och starkvin som lanseras i test- eller tillfälliga sortimentet utvärderas 26 veckor efter lansering, varav de sista 22 veckornas totala försäljning ligger till grund för utvärderingen. Vin och starkvin som kvalificerar sig till det ordinarie grundsortimentet säljs ytterligare 52 veckor innan ny utvärdering sker.

Öl, cider och sprit som kvalificerar sig till det ordinarie grundsortimentet säljs ytterligare 52 veckor innan ny utvärdering sker.

Produkter i grundsortimentet som inte klarar utvärderingen avlistas. Fortsatt försäljning av dessa produkter tillåts under en period av 3 månader efter avlistningsbeslut.

Om en produkt enligt preliminära försäljningssiffror ligger i riskzonen för kommande avlistning, varnas berörd leverantör en månad innan besked om avlistning lämnas.

Information om försäljningsutveckling för leverantörens testprodukt skickas efter halva testperioden och efter avslutat test till leverantören.

Produkt som inte kvalificerar sig efter genomförd testförsäljning avlistas med omedelbar verkan. Resterande lager av produkten i butikerna returneras till leverantören. Kostnaderna för denna hantering betalas av leverantören.

Kriterierna för listning och avlistning kommer att ses över en gång om året i syfte att identifiera behov av eventuella justeringar och i samband därmed genomföra dessa. Kriterierna som de uttrycks i bilaga 2:C till "Att sälja drycker till Systembolaget" bifogas som bilaga 4.

## **KONKURRENSVERKETS ENKÄT**

Konkurrensverket genomförde under våren/sommaren år 1996 en enkät till samtliga företag som vid februari månads utgång innehade tillstånd för tillverkning och/eller partihandel med alkoholdrycker. Syftet med enkäten var att få ytterligare underlag för bedömningen av huruvida detaljhandelsmonopolets funktionssätt är diskriminerande. Ett annat syfte med att genomföra en totalenkät till samtliga aktörer på marknaden var att genom enkäten också informera om och uppmärksamma aktörerna på Konkurrensverkets särskilda övervakningsuppdrag.

Enkäten sändes till 177 aktörer i enlighet med den adresslista från Alkoholinspektionen som verket erhöll den 26 februari 1996.

Efter påminnelse inkom totalt 133 enkätsvar, vilket innebär ett bortfall om ca 25 procent. En genomgång av bortfallspopulationen visar att den helt övervägande delen av de företag som inte svarat på enkäten utgörs av mycket små aktörer. Flera av dessa hade inte påbörjat någon verksamhet och hade således inte någon försäljning på marknaden. Några företag tillverkade endast teknisk sprit eller hade lagts ned. I några fall har det varit fråga om dubblering medan man i andra fall helt enkelt glömt att svara.

Den fortsatta framställningen under detta avsnitt baseras på de 133 enkätsvar verket har erhållit. Förutom de skriftliga svar på enkäten som inkommit, har ett antal företag också i telefonsamtal till verket kompletterat den information som lämnats i enkätsvaret.

Enkäten, som bifogas som bilaga 5, innehöll nio frågor varav fyra gällde uppgifter om företagets verksamhet och försäljning. Fem frågor var särskilt inriktade på huruvida detaljhandelsmonopolets funktionssätt var diskriminerande, i enlighet med vad som framgår från skriftväxling samt protokoll från möte den 21 december 1993 mellan Sverige och Europeiska kommissionen rörande alkoholmonopolet. Dessa fem enkätfrågor var formulerade som påståenden vilka den besvarande aktören kunde välja att instämna i eller inte hålla med om. I det fall svaranden inte höll med om ett påstående ombads denne att ange skälet härför. De fem påståendena löd som följer närmast nedan.

1. Systembolaget har klara och kända regler för sin inköps- och försäljningsverksamhet.
2. När Systembolaget väljer produkter till sina sortiment, tillämpar de reglerna lika för alla leverantörer och produkter inom EU.
3. Systembolagets regler om marknadsföring av och information om alkoholdrycker är lika för inhemska och andra EU-produkter och tillämpas så att inte inhemska produkter favoriseras framför produkter från övriga EU-länder.
4. Systembolagets kunder informeras på ett tillfredsställande sätt om att nya produkter finns tillgängliga.
5. Systembolagets handelsmarginaler är allmänt kända och är lika för likvärdiga produkter, oavsett ursprungsland.

Enkätsvarens fördelning på de fem påståendena framgår av tabell 1 nedan.

**Tabell 1**

Påståenden	Håller med		Håller inte med		Vet ej/ej svar	
	(antal)	(procent)	(antal)	(procent)	(antal)	(procent)
1	77	58	31	23	25	19
2	64	48	33	25	36	27
3	77	58	18	14	38	29
4	66	50	38	29	29	22
5	95	71	9	7	29	22

Som framgår av sammanställningen instämmer den övervägande delen, eller mellan 48 och 71 procent av leverantörerna, generellt i påståendena. Mellan 19 och 29 procent av de svarande har uppgett att de inte vet eller har avstått från att svara. Återstoden, dvs. mellan 7 och 29 procent av de 133 leverantörer som besvarat enkäten, håller *inte* med om påståendena.

Den kategori leverantörer som valt att inte svara eller som svarat att de inte vet består, med något undantag, av mycket små företag. Av dessa är den helt övervägande delen

nya i branschen. En stor del av dem har inte haft någon försäljning överhuvudtaget, eller i vart fall inte till Systembolaget. Endast en mindre del av företagen hade produkter i något av Systembolagets sortiment.

Den grupp av svarande som inte håller med om påståendena kan betecknas som heterogen såvitt avser företagets omsättning, branschfarenhet och huruvida deras produkter finns representerade i något av Systembolagets sortiment eller inte. I de fall skälen till varför man inte håller med om påståendena angetts kan konstateras att även dessa är tämligen olikartade. Några kommentarer har dock förekommit i flera fall. Bland dessa kan följande nämnas:

- **Systembolagets regler för sin inköp- och försäljning är oklara och ändras.** T.ex. är bedömningsgrunderna vid offertprovningar inte kända. Vidare är det oklart vad som gäller avseende vissa typer av förpackningar, varumärken etc. Härtill meddelar inte Systembolaget motiv till varför en offererad produkt avvisas. Ej heller finns besvärshänvisning till Alkoholsortimentsnämnden.
- **När Systembolaget väljer produkter till sina sortiment gynnas stora kända aktörer.**
- **Informationen och marknadsföringen av nya produkter är bristfällig.** Det gäller särskilt informationen om produkter i beställningssortimentet, för vilka broschyrer ofta saknas i butikerna. Vidare är butiksskyltningen av produkter bristfällig. Svenska bryggerier har försteg eftersom de har direktkontakt med enskilda butiker.

Under rubriken "Övrigt" i enkäten har 59 företag haft något att anföra. De kategorier av påståenden som varit mest frekventa är i nämnd ordning:

- Systembolaget gör ett bra jobb (13 st.),
- Systembolaget är maktfullkomligt och byråkratiskt (11 st.),
- hårdare styrning från Systembolagets huvudkontor över butikerna och dess sortiment vore önskvärt (11 st.) och
- testreglerna är oklara och den s.k. testpanelen är inte kompetent (6 st.).

Konkurrensverket har berett Systembolaget tillfälle att yttra sig över de ovan angivna kommentarerna. Systembolaget har därvid framfört bl.a. följande.

Listningsreglerna är tydliga och redogörs för i den sk. leverantörspärmen. Vad gäller gränserna i sig kommer de att kontinuerligt att utvärderas. Gränserna är vidare inte helt avgörande utan viss hänsyn tas till förhållandena i det enskilda fallet. T.ex. tas hänsyn till en produkts försäljningsutveckling, på så sätt att om den ligger något under en gräns för listning kan den ändå listas om försäljningen är ökande. I vissa fall kan även tidsperioden inom vilken försäljningen mäts förlängas. Denna typ av avsteg från reglerna motiveras med stor noggrannhet.

Beträffande avvisning och begäran om motiv till varför en offererad produkt avvisas kommer Systembolaget i fortsättningen att ange provresultaten (dvs. genomsnittlig



betygspoäng etc.) i det meddelande om avslag som sänds till leverantören. När det gäller besvärshänvisning till Alkoholsortimentsnämnden är det Systembolagets uppfattning att möjligheten till överklagande till Alkoholsortimentsnämnden är väl känd. Formellt sett upplyses varje leverantör om denna möjlighet i den s.k. leverantörspärmen under avsnitt 2.3.2. Om leverantören begär ytterligare skriftlig motivering till ett avslag från Systembolaget, upprepas besvärshänvisningen i samband med Systembolagets skriftliga svar.

Systembolaget favoriserar inte någon eller några leverantörskategori(er). Detta garanteras genom att provningarna som styr urvalet till grund- och tillfälliga sortimentet sker med blindprovning. (Se även avsnitt 3.2 i den förra rapporten). Mindre leverantörer är snarare gynnade av denna ordning till fromma för mångfalden. Att sedan större etablerade leverantörer beträffande vissa produkter säljer mycket bra är inte märkligt eftersom de ofta står bakom kända och inarbetade varumärken som i hög grad efterfrågas av konsumenterna.

När det gäller frågan om att svenska bryggerier skulle ha påverkat enskilda butiker och därigenom haft visst företräde kan det tidigare beställningsförfarandet i någon mån ha givit upphov till detta. Tidigare har nämligen de enskilda butikerna direkt per telefon kunnat beställa öl av de svenska bryggerierna när lagren börjat tryta varvid visst utrymme för personlig påverkan kan ha funnits. I den mån det har skett torde det dock inte ha varit av någon större betydelse. Systembolaget har emellertid för att undanröja eventuella tveksamheter om detta ändrat rutinerna för hur öl skall beställas. Detta innebär att alla beställningar fortsättningsvis kommer att ske genom centralt förmedlad datakommunikation.

Produktplanen är ett hjälpmedel för Systembolaget vilket inte hindrar att bolaget också mottar spontana offerter. En ny typ av produkter som på ett eller annat sätt kommit att efterfrågas t.ex. genom restaurangförsäljning eller genom beställningar från beställningssortimentet kan mycket väl komma att ges utrymme i produktplanen och offertförfrågan. Det kan även gälla produkter som spontanoffererats. Varor som i beställningssortimentet sålts i stor mängd över hela landet kan flyttas över till det tillfälliga sortimentet. Volymgränserna härför är för närvarande under utarbetande hos Systembolaget.

Per den 1 maj 1996 har lagerhanteringsreglerna för Systembolagets butiker ändrats. Numera har 40 butiker, som sammantaget står för ca 25-30 procent av Systembolagets totala detaljhandelsförsäljning, ålagts att lagerföra alla nyheter samt samtliga produkter i grundsortimentet. Vidare skall alla nyheter exponeras under minst en månad. Härtill kan nämnas att Systembolaget söker hitta nya vägar, såsom t.ex. internet, telefonsvarare etc, för att sprida information om sortimentet.

Beträffande den s.k. privatimporten har den sjunkit avsevärt. Under perioden januari till oktober 1996 uppgick antalet importörer till ca 570, vilket i volym innebar ca 61 000 liter. Detta kan jämföras med ca 1 270 importörer, motsvarande 330 000 liter, under

samma period år 1995. Till skillnad från tidigare sker numera beställningarna i huvudsak från privatpersoner och endast i mindre omfattning från restauranger.

## **ÄRENDEN HOS ALKOHOLSORTIMENTSNÄMNDEN**

Alkoholsortimentsnämnden handlade under 1995 ett ärende. I skrivelse av den 11 mars år 1996 framförde nämnden till Socialdepartementet att det begränsade antalet ärenden huvudsakligen beror på att få leverantörer har kännedom om nämnden och den möjlighet som finns till överprövning av Systembolagets beslut att avvisa eller avföra en produkt från sortimentet.

Alkoholsortimentsnämnden anser att Systembolaget, i samband med att en produkt avvisas eller avförs från sortimentet, är skyldigt att informera berörd leverantör om möjligheten att begära en överprövning. Systembolaget är också skyldigt att lämna anvisningar om tillvägagångssätt, bl.a. att en överprövning förutsätter att leverantören av bolaget begär en skriftlig motivering. (Skrivelsen bifogas som bilaga 6.)

Fram till och med den 16 oktober 1996 har till nämnden totalt inkommit eller av nämnden initierats 19 ärenden. I fem fall har det rört sig om förfrågningar till nämnden. I åtta av de återstående fallen har nämnden fattat beslut.

De senare fallen har rört ansökningar om överprövning från leverantörer som fått sina produkter avvisade av Systembolaget. Bolaget har i flertalet av fallen angivit alkoholpolitiska skäl som motiv till avvisningarna. Det har bl.a. varit fråga om fråga vissa typer av alkoholdrycker (t.ex. s.k. hot shot och alkoholläsk) eller vissa typer av förpackningar (t.ex. s.k. bag-in-box) som enligt Systembolagets bedömning skulle ge upphov till negativa konsekvenser från alkoholpolitisk synpunkt. Alkoholsortimentsnämnden har i sex fall bifallit leverantörernas ansökningar om överprövning.

De ärenden som ännu inte avgjorts av nämnden berör till stor del ansökningar om överprövning av Systembolagets beslut om avlistning eller avvisning av produkter.

## **ALKOHOLINSPEKTIONEN**

### **Ändring i alkoholförordningen**

I verkets föregående rapport redogjordes för de av regeringen fastställda avgifter som Alkoholinspektionen hade att ta ut av aktörerna dels för prövning av ansökan, dels för tillsyn. Konkurrensverket redogjorde också för ett ärende där en mindre importör klagat på utformningen av avgiftssystemet. Beträffande de årliga tillsynsavgifterna gjorde anmälaren bl.a. gällande att indelningen i volymberoende intervall var för grov och missgynnade små aktörer, vilket i sin tur skulle kunna innebära en diskriminering av vissa produkter.

Efter att Alkoholinspektionen, på uppdrag av Socialdepartementet, föreslagit ändringar i alkoholförordningen har den svenska regeringen förordnat om ändring i alkoholförordningen. De ändringar som genomförts är hänförliga till ovan nämnda avgif-

ter. Indelningen i intervall kvarstår men intervallen är nu flera och tidigare tröskel-effekter har slätats ut. Förordningen (1995:1215) om ändring i alkoholförordningen (1994:2046) bifogas som bilaga 7.

Även om det är svårt att bedöma effekterna av den genomförda förändringen, dvs. om avgifterna fortsatt skall anses vara ett verkligt inträdeshinder på marknaden, kan verket konstatera att det nya avgiftssystemet i vart fall inte föranlett klagomål till verket.

### **Överklaganden**

Från det att Alkoholinspektionen påbörjade sin verksamhet har i flera fall inspektionens beslut överklagats till Länsrätten i Stockholms län, vilken fram till september 1996 meddelat dom i tio fall. I sju av fallen har överklagandena rört krav på återbetalning eller nedsättning av ansöknings- eller tillsynsavgiften. Endast i ett av dessa fall har Länsrätten bifallit överklagandet.

I övriga tre fall, som rört Alkoholinspektionens beslut om att återkalla partihandelstillstånd eller om att avslå ansökan om partihandelstillstånd, har Länsrätten upphävt inspektionens beslut och, i två av ärendena, i stället meddelat varning.

Dessa senare tre fall har i sin tur överklagats av Alkoholinspektionen till Kammarrätten i Stockholm som i samtliga fall avslagit överklagandena, vilket i princip innebär att de två varningarna står fast.

### **SKATTEKONTORET FÖR PUNKTSKATTER**

Alkoholskatterna handläggs av ett särskilt skattekontor för punktskatter vid skattemyndigheten i Kopparbergs län.

I och med att de nya reglerna för alkoholhantering infördes den 1 januari år 1995 informerades skattekontoret i fråga i nyhetsbrev (1994:3) om att en säkerhet, i form av bankgaranti, försäkringsgaranti el.dyl., skulle ställas för skattens erläggande. Normalgarantibeloppet uppgick till 500 000 kronor. Skattekontoret har, som tidigare rapporterats, till Konkurrensverket framfört att dessa krav har modifierats. Det finns numera möjlighet för mindre importörer att få en jämkning av garantibeloppet med hänsyn till verksamhetens omfattning.

Inför den tidigare rapporten framhöll skattekontoret att föreskrifter var under utarbetande och kunde väntas bli färdigställda omkring årsskiftet 1995/96. Av olika skäl har emellertid ännu inga föreskrifter offentliggjorts, varför tidigare ordning gäller tills vidare.

Det kan härvid framhållas att Konkurrensverket, sedan den senaste rapporten, inte tagit emot några klagomål rörande garantibeloppets storlek.

### **ÄRENDEN HOS KONKURRENSVERKET**

**Avslutade ärenden**

I den förra rapporten nämndes flera ärenden som Konkurrensverket då ännu inte hade avslutat.

Det rörde bl.a. ett klagomål om att Systembolaget beslutat att avvisa ciderprodukten TNT Liquid Dynamite från sortimentet med motiveringen att förpackningens utförande och produktens namn strider mot kravet på särskild måttfullhet. Företaget har därefter ansökt om överprövning hos Alkoholsortimentsnämnden. Nämnden biföll klagandens ansökan. Konkurrensverket avskrev därefter ärendet (dnr 919/95).

I ett annat fall framfördes klagomål över att Systembolaget i sin partihandelsverksamhet gentemot restauranger missbrukade sin dominerande ställning genom att tillämpa rabatter som ledde till underprissättning. Under handläggningens gång beslutade Systembolaget att ändra de aktuella rabatterna. Klaganden återtog därefter sin anmälan, varför Konkurrensverket avskrev ärendet (dnr 320/95).

I ett tredje fall framförde en agent klagomål över att V&S Vin och Sprit AB (som i praktiken hade monopol fram till maj 1995) missbrukat sin marknadsställning genom att vid årsskiftet 1994/95 ändra sin prissättning utan att informera agenten eller dess huvudmän om detta. Härigenom kom vissa av agentens produkter att i konsumentledet åsättas ett högre pris än V&S:s motsvarande egna produkter. Konkurrensverket fann att V&S:s marginalförstärkning och underlåtenhet att informera om densamma kan ha medfört olägenheter för agenten på ett sätt som kan ha varit i strid med konkurrenslagen. Samtidigt konstaterades att marginalförstärkningen var av generell karaktär och att V&S:s beslut om den fattades innan riksdagen fattade beslut om den nya alkohollagen samt att V&S:s agerande följde den för tiden gängse ordningen. Efter det att marknadssituationen ändrades gav dessutom Systembolaget extra tillfälle till prisändringar att träda i kraft den 1 juni 1995. Med hänsyn härtill och omständigheterna i övrigt fann Konkurrensverket inte skäl att vidta några åtgärder enligt konkurrenslagen (dnr 26/95).

Vidare har en leverantör framfört klagomål över att Alkoholinspektionens tillsynsavgifter som gällde under år 1995 diskriminerar små företag. Konkurrensverket framhöll i sitt beslut att Alkoholinspektionens verksamhet härvid var att betrakta som myndighetsutövning varför konkurrenslagen inte var tillämplig. Vidare konstaterades att avgiftssystemet har ändrats (fr.o.m. den 1 januari 1996) till ett från konkurrenssynpunkt mer gynnsamt system. Till yttermera visso visade sig Alkoholinspektionen villig att diskutera storleken på de aktuella avgifterna. Mot denna bakgrund fann Konkurrensverket inte anledning att närmare granska de påtalade förhållandena (dnr 602/96).

Konkurrensverket har även mottagit ytterligare ett klagomål som liknade det ovan relaterade. Inte heller i detta fall fann Konkurrensverket i sitt beslut tillräckliga skäl att närmare granska de påtalade förhållandena (dnr 828/95).

**Pågående ärenden**

I juni 1996 anmälde ett företag Systembolaget till Konkurrensverket. Anmälaren gör gällande att Systembolaget missbrukar sin dominerande ställning dels då bolaget avlistade ett vin av visst varumärke, dels genom att reglerna för listning är oklara och att tillämpningen av dessa är oförutsägbar. Enligt Systembolaget föranleddes beslutet om avlistning av att det förelåg en varumärkestvist rörande det aktuella varumärket och att bolaget inte ville ta ställning i rättsfrågan innan den avgjorts i domstol. Konkurrensverket har ännu inte fattat beslut i ärendet (dnr 627/96).

En finsk agent för en italiensk vinproducent har till Konkurrensverket klagat på Systembolaget för att bolaget inte tagit upp ett vin i sitt sortiment. Klaganden har påtalat detta till Alkoholinspektionen och till Alkoholsortimentsnämnden, vilka enligt klaganden inte ändrat Systembolagets beslut. Konkurrensverket har ännu inte fattat beslut i ärendet (dnr 1070/96).

Vidare har en leverantör i sin anmälan till Konkurrensverket påtalat att Systembolaget gynnat två fabrikat av s.k. alkoholläsk framför andra. Ärendet är ännu inte avgjort (dnr 1097/96).

### **SAMMANFATTANDE KOMMENTARER**

Ett stort antal aktörer har etablerat sig på den svenska marknaden för alkoholdrycker. Alkoholinspektionen har meddelat ca 230 tillstånd för tillverkning och/eller partihandel med alkoholdrycker. Ett antal av tillståndsinnehavarna har emellertid inte ännu börjat verksamhet eller bedriver den i mycket ringa omfattning. Många företag har liten omsättning. Bland dessa finns emellertid såväl företag som nyligen startat sin verksamhet som företag som inriktat sin verksamhet på ett visst begränsat produkt-sortiment. Antalet leverantörer till Systembolaget (149 stycken i september 1996) måste betecknas som stort. Bland övriga tillståndshavare finns även företag som är helt inriktade på försäljning till restauranger.

Flera aktörer på marknaden är således en förklaring till att konkurrensen mellan marknadens aktörer ökat, i synnerhet under 1996. Att så är fallet indikeras bl.a. av att det företag som tidigare innehade import- och partihandelsmonopol, V&S Vin & Sprit AB, har fått se sina marknadsandelar minska i flera produktsegment. Antalet offerter till Systembolaget är också mycket stort, 12 576 under årets första åtta månader.

En betydelsefull faktor för utvecklingen av konkurrens på den svenska alkoholmarknaden är vidare restaurangmarknaden. Härvid kan erinras om att restaurangföretag m.fl., som efter ansökan hos kommunen erhållit serveringstillstånd fritt får köpa spritdrycker, vin och starköl av leverantörer med partihandelstillstånd. Även om partihandelsförsäljningen till restauranger svarar för en mindre del av den totala försäljningsvolymen på marknaden, torde den fria försäljningsrätten till restauranger bidra till ökad mångfald och vara av icke oväsentlig betydelse för lansering och marknadsföring av nya produkter.

Marknadsföringen av alkoholprodukter är strängt reglerad i Sverige. Detta gäller i synnerhet aktörernas möjligheter att marknadsföra sina produkter direkt gentemot konsument. Som framgått av svaren på Konkurrensverkets enkät har viss kritik riktats mot Systembolagets sätt att exponera och informera om nya produkter i butikerna. Enligt Konkurrensverkets mening har Systembolaget här ett stort ansvar att informera om samtliga produkter som saluförs i Systembolagets butiker. Detta gäller i synnerhet nya produkter i och med att Systembolaget infört regler för avlistning som innebär minimitrösklar för försäljning dels som andel i ett visst produktsegment dels i absoluta tal. Konkurrensverket konstaterar härvidlag att Systembolaget framfört att informationen i butikerna kommer att förbättras och att en större del av sortimentet kommer att finnas tillgängligt i fler butiker.

Även om den kritik som framförts inte har varit omfattande eller i sak följt något klart mönster kommer Konkurrensverket ändå att följa upp hur den kritik som framkommit tas om hand av Systembolaget genom olika åtgärder.

Verket avser att särskilt följa tillämpningen och effekterna av de nya regler för listning och avlistning av produkter i Systembolagets sortiment som infördes den 1 juli 1996. Alkoholsortimentsnämndens kommande beslut är härvid av särskilt intresse. Konkurrensverket har förståelse för att en minimitröskel relaterad till försäljningen av en viss produkt t.ex. måste finnas i ett sortiment som ständigt förnyas. Samtidigt kan det inte uteslutas att trösklar av detta slag försvårar tillträdet för vissa produkter eller får konkurrenssnedvridande effekter. Härvid kan erinras om att det beträffande vin krävs såväl en viss andel av försäljningen som en viss försäljningsvolym för att produkten skall uppfylla listningskraven.

Beträffande detaljhandelsmonopolets funktionssätt i stort har verkets enkät visat att den övervägande delen av aktörerna har ansett att Systembolaget agerar på ett sätt som är icke-diskriminerande och tillfredsställande. Den genomgång som verket gjort av de kommentarer som framförts i enkäten, eller som på annat sätt genom klagomål och kontakter framförts till verket har inte givit vid handen att Systembolagets funktionssätt skulle vara diskriminerande.

## **BILAGOR**

1. Tabeller, Systembolagets tio största leverantörer
2. Tabeller, Systembolaget försäljning
3. Tabeller, offertstatistik
4. Bilaga 2:C till "Att sälja drycker till Systembolaget", sortimentsutvärdering
5. Konkurrensverkets enkät, med missivskrivelse
6. Skrivelse från Alkoholsortimentsnämnden till Socialdepartementet
7. Förordningen (1995:1215) om ändring i alkoholförordningen (1994:2046)