

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.

Rapportens omfattning och inriktning

Rapporten omfattar tillämpningen av den svenska alkoholregleringen vad avser detaljhandelsmonopolets verksamhet och de förändringar som genomförts eller övervägs, och som är kända i juni 2001. Försäljningssiffror för Systembolaget avser hela år 2000. Föregående rapport överlämnades till kommissionen i december 2001.

Förändringar i alkoholpolitiken

Regeringens alkoholpolitiska handlingsplan, som Konkurrensverket beskrivit detaljerat i verkets rapport till kommissionen i december 2000, har i sina huvuddrag antagits av riksdagen i juni 2001. Riksdagen beslutade därvid bl.a. att Alkoholinspektionen skall avvecklas den 1 juli 2001. Alkoholinspektionens huvudsakliga uppgift att pröva och meddela importtillstånd upphörde genom riksdagsbeslut förra året, då rättighet att bedriva import av alkoholhaltiga drycker knöts till funktionen att vara upplagshavare, som övervakas av Riksskatteverket. Vissa av den nedlagda Alkoholinspektionens kvarvarande uppgifter förs över till Statens folkhälsoinstitut.

Utmärkande för den nya alkoholpolitiska handlingsplanen är att statsmakterna kommer att i mindre utsträckning använda sig av skatter och priser som medel i sin strävan att begränsa alkoholkonsumtionen. Istället riktas speciella åtgärder till ungdomar, vägtrafikanter och andra grupper av medborgare. Ett viktigt inslag är att kommunerna ålagts ett betydande ansvar för att utforma egna alkoholpolitiska

2001-06-21

Dnr 28/2001

program och utöva tillsyn över att dessa genomförs. Riksdagen anslog i samband med att den alkoholpolitiska planen behandlades 100 miljoner kronor om året i tre år till kommunerna för att stödja denna verksamhet.

Europeiska kommissionen har tidigare framfört till flera medlemsländer, bl.a. Sverige, att alltför stora skillnader i alkoholskatteuttag mellan vin och öl i medlemsländerna kan utgöra ett hinder för EU:s gemensamma marknad. I Sverige är nästan enbart produktion av öl aktuell och den svenska ölkonsumtionen domineras av inhemska bryggeriers produkter. Den svenska regeringen har med anledning av kommissionens formella underrättelse förutskickat en sänkning av vinskatten.

Systembolagets detaljhandelsförsäljning

Systembolagets totala försäljning i detaljhandeln uppgick under år 2000 till 295,5 miljoner liter alcoholdrycker. Räknat i volym innebär detta att försäljningen i detaljhandeln under år 2000 ökade med 6,2 procent jämfört med år 1999. Spritförsäljningen ökade med 0,6 procent och vinförsäljningen med 3,7 procent, medan försäljningen av starköl steg med knappt 10 procent. Mätt i volym ren alkohol ökade Systembolaget årsförsäljningen med knappt 5 procent jämfört med föregående år. Systembolagets totala omsättning uppgick år 2000 till 21,5 miljarder kronor, en ökning från 1999 med 4,3 procent.

Systembolagets försäljning för hela året ökade således, men en analys av försäljningen månad för månad visar att ett trendbrott inträdde under andra halvåret. Under första halvåret ökade totalförsäljningen mätt i ren alkohol med 10,2 procent, under andra halvåret marginellt med 0,2 procent. Totala försäljningen i södra Sverige, dvs. i Systembolagets butiker i Skåne, Halland och Blekinge, minskade under andra halvåret 2000 med 3,3 procent. Företrädare för branschen håller inte för troligt att minskningen i södra Sverige till någon betydande del beror på minskad konsumtion. Konsumenterna har i södra Sverige förhållandevis goda möjligheter att göra inköp i andra länder, främst Danmark och Tyskland. Dessa inköpskällor har ökat i betydelse beroende på den pågående svenska anpassningen till övriga EU:s införselregler. Anpassningen ger svenska medborgare rätt att införa en successivt ökande mängd alcoholdrycker från andra EU-länder. Systembolaget framhåller även andra förklaringar till försäljningsnedgången, tex. en vikande konjunktur. Trenden med sjunkande försäljning i Systembolaget har fortsatt under år 2001. Det gäller spritdrycker i hela landet, medan vinförsäljningen minskar i flertalet sydliga län.

I sammanhanget kan nämnas att Bryggareföreningen hittills under år 2001 konstaterat att medan starköl ökat i försäljning har en kraftig nedgång skett av försäljningen av lättöl och folköl, två svagare ölprodukter som dock säljs i ordinarie detaljhandel och inte genom Systembolaget.

Butiker

Systembolaget har 416 egna butiker, belägna på 314 orter. Förutom butikerna har företaget 575 ombud, s.k. utlämningsställen, på orter som saknar systembutik. Konsumenterna kan också beställa Systembolagets varor via busslinjer och lantbrevbärlinjer. De beskrivna alternativa distributionsformerna, ombud m.fl.,

2001-06-21

Dnr 28/2001

förmedlade över 1,3 miljoner försändelser år 2000, men svarar för endast 2 procent av värdet av Systembolagets totala detaljdistribution. Tio nya butiker öppnades under år 2000 och ytterligare tolv skall enligt planerna öppnas under år 2001.

Systembolaget har tidigare prövat olika butikskoncept. Efter utvärdering har man beslutat att behålla bara någon enstaka specialbutik t.ex. med extra stort sortiment av viner. Moderniseringen av de befintliga butikerna fortsätter och företaget har nu cirka 80 butiker med självbetjäning på hela sortimentet. Beslut har tagits om ombyggnad till självbetjäning av ytterligare 48 av företagets butiker. När nya butiker öppnas kommer de i fortsättningen att regelmässigt byggas som självbetjäningsbutiker.

Internet-handel

Det försök med beställning av alkoholdrycker via Internet som Systembolaget inledde i september år 2000 upphörde i och med maj månads utgång år 2001, eftersom tjänsten inte utnyttjats i tillräcklig utsträckning. Beställda varor kunde hämtas i 14 butiker inom Storstockholm. Systembolaget utvärderar nu detta försök. Företaget har aviserat att man ämnar fortsätta utvecklingen av försäljning av alkoholdrycker via Internet.

Öppettider

Efter beslut av Sveriges riksdag har Systembolaget på försök låtit kunderna i sex av landets län göra inköp på lördagar. Detta försök inleddes i februari år 2000 och parallellt genomfördes specialstudier av bl.a. olika nykterhetsrelaterade brott, varvid försökslänen jämfördes med övriga landet. Enligt en forskarrapport i januari år 2001 har varken antalet misshandelsfall eller antalet rattfylleribrott ökat nämnvärt i försökslänen. Den totala försäljningen har ökat cirka 3 procent i dessa. En senare rapport visade en viss ökning av antalet misshandelsfall i de fyra Norrlandslänen och fler upptäckta rattonyktra bilister i Stockholmsområdet, vilket dock förklarats med ökad poliskontroll.

I den alkoholpolitiska proposition som regeringen lade fram för riksdagen våren 2001 föreslogs att Systembolaget skall ha fortsatt öppet på lördagar och detta i samtliga butiker. Detta motiveras bl.a. med att den omfattande svenska konsumtionen av illegalt tillhandahållna alkoholdrycker väntas minska med bättre tillgång till Systembolagets sortiment. Riksdagen beslöt i enlighet med regeringens förslag och från den 7 juli 2001 kommer samtliga Systembolagets butiker att vara öppna på lördagar.

Systembolagets organisation

Systembolaget har genomfört en genomgripande omorganisation. Den nya organisationen har bl.a. medfört att partihandelsförsäljningen till restauranger tydligare skiljts från detaljhandelsmonopolet. Systembolagets inköpare av vin, som tidigare arbetat med geografiska ansvarsområden, övergår nu till att vara organiserade per leverantör. Syftet är att underlätta etablerandet av bättre affärsrelationer med inköparens leverantörer. En översyn har också påbörjats av företagets regionala organisation, enligt vilken butikerna är fördelade på fem regioner.

2001-06-21

Dnr 28/2001

Inom företaget pågår också, under medverkan av extern konsult, en översyn av hela distributionsapparaten till butikerna, i syfte att nå en effektivare varuförsörjning.

Vad avser Systembolagets partihandelsförsäljning till restauranger har styrelsen fattat ett principbeslut om att företaget i fortsättningen inte skall driva sådan verksamhet. Systembolaget lämnar därmed partihandelsmarknaden. Viss restaurangförsäljning kommer givetvis också i fortsättningen att ske genom restaurangers inköp i Systembolagets butiker, men Konkurrensverket kan konstatera att de beskrivna förändringarna ändå innebär en renodling av verksamheten.

Systembolagets allmänna leverantörskontakter

Systembolaget har tidigare haft möten för att diskutera branschövergripande frågor med Sprit & Vinleverantörsföreningen, Svenska Bryggareföreningen och föreningen Fria Bryggerier. För Systembolaget har detta varit en kanal till leverantörerna "för att diskutera och förankra olika frågeställningar". Möten har även förekommit med enskilda företag, framförallt med större importörer. Det har framförts synpunkter från bl.a. leverantörer som inte är medlemmar i branschföreningarna på att man inte haft tillgång till denna kanal till Systembolaget. Systembolaget har för att möta dessa önskemål prövat ett nytt system för sina kontakter. Företaget kallar numera alla leverantörer till öppna träffar ett par gånger om året. Systembolaget har även öppnat en särskild adress för elektronisk post, dit leverantörerna när som helst kan skicka sina synpunkter.

Leverantörsvillkor

Systembolaget planerar att förlänga sin betalningsfrist i förhållande till bolagets leverantörer från 15 till 30 dagar, vilket förväntas ge Systembolaget en betydande kostnadsminskning. Till Konkurrensverket har framförts synpunkter på att de kostnadsökningar som därvid faller på leverantörerna kan vara svåra att bära, framförallt för mindre företag, som ofta inte är finansiellt starka.

Systembolagets centrala sortimentspolicy

Systembolagets ordinarie sortiment består av ett *grundsoriment* med standardvaror främst i låg- och mellanprislägen, ett s.k. *tillfälligt sortiment*, med bl.a. viner i högre prisklasser och säsongsvaror som inte kvalificerar sig för grundsorimentet, och vidare av ett *testsoriment*, som skall vara en möjlighet för leverantörer att testa efterfrågan på marknaden för sådana produkter som efter offert avvisats av Systembolaget. Produkter i Systembolagets grundsoriment och tillfälliga sortiment köps in genom offentliga offertförfaranden. Produkter som inte antagits vid offertförfarandena kan av leverantören anmälas till prövning inför eventuellt antagande till testsorimentet. Alla nyheter lanseras i det tillfälliga sortimentet. Därifrån kan de kvalificera sig för grundsorimentet om försäljningen efter viss tid når över vissa nivåer.

Därutöver har kunderna tillgång till ett s.k. beställningssoriment. Detta fungerar, liksom testsorimentet, också som en väg in i ordinarie sortiment. Beställningssorimentet upptar produkter som inte ingår i Systembolagets egna sortiment och för vilka leverantörerna svarar för lagerhållningen. Leverantörer som inte får in sina

produkter i det ordinarie sortimentet via offertprovningar, kan alltid få sina produkter placerade i beställningssortimentet. Produkterna i beställningssortimentet presenteras i en särskild lista i Systembolagets butiker. Produkter som kunder önskar köpa från denna lista skall utan dröjsmål beställas hem av butiken från respektive leverantör. De produkter i beställningssortimentet som säljer över en viss nivå tas in som nyheter i ordinarie sortiment.

Ett viktigt inslag i sortimentspolicyn är också Systembolagets avlistningsregler. Dessa regler innebär i första hand att företaget kräver att en produkts försäljning skall uppgå till en minsta årlig volym för att varan skall få behålla sin plats i grundsortimentet. I och med att ett nytt system för sortimentsstyrning införs i alla butiker, kommer också andra kriterier att vägas in när företaget beslutar om en varas fortsatta ställning. Frekvensen av eventuella reklamationer på varan är ett sådant kriterium, liksom i vilken utsträckning leverantören klarar att förse butikerna med varor i takt med efterfrågan.

Testsortimentet

Konkurrensverket har i tidigare rapporter till Europeiska kommissionen redovisat kritik från såväl enskilda branschföretag som från leverantörsorganisationer avseende främst testsortimentet. Kötider på flera år har gjort att testsortimentet inte har fungerat som ett verkligt alternativ till övriga kanaler in i Systembolagets sortiment. Konkurrensverket har därför upprepade gånger framfört sin uppfattning att det är nödvändigt att testsortimentet fås att fungera som avsett, nämligen som ett komplement till monopolets offertförfarande för att nå detaljhandelsmarknaden. Systembolaget har tidigare vidtagit vissa åtgärder för att förbättra tillträdet till testsortimentet. Bolaget har starkt begränsat antalet varor varje leverantör kan ställa i kön. Dessa begränsningar har emellertid inte införts med retroaktiv verkan utan tillämpas endast för nytillkomna produkter. Följden är att vissa av de tidigare leverantörerna kunnat fortsätta att ligga kvar med ett stort antal produkter i testkönen (exempelvis ibland över 100 viner) och de bidrar därmed till att blockera marknads-tillträdet för sina konkurrenter.

Systembolaget har visserligen uppmanat alla leverantörer att gå igenom och ompröva sina äldre ansökningar, i syfte att minska den retroaktiva kön. Kötiden till testsortimentet är dock enligt Konkurrensverkets mening fortfarande oacceptabelt lång. Särskilt allvarligt är detta eftersom det också undergräver Alkoholsortiments-nämndens ställning som en överklagandeinstans avseende Systembolagets inköpsbeslut. Alkoholsortimentsnämnden har som praxis fastställt att nämnden inte kan göra en prövning av ett avvisningsbeslut förrän den klagande företagaren först utnyttjat möjligheten att få sin produkt antagen genom testsortimentsförfarandet, Och detta förfarande kan, som beskrivits ovan, innebära en årslång väntan för företaget.

Någon justering av reglerna för testsortimentet har Systembolaget inte gjort sedan Konkurrensverkets föregående rapport i december 2000. Företaget har dock meddelat verket att man på sikt överväger radikala förändringar av testsortimentet som funktion.

Funktionen hos Systembolagets offertsystem

För att säkerställa transparens avseende hur produkter antas till monolets sortiment, har Systembolaget ett strikt offertsystem för sin upphandling, med öppen redovisning av vilka produkter som antagits och vilka leverantörerna är. Konkurrensverket har vid tidigare rapporteringstillfällen kunnat konstatera att ett antal leverantörer klagat hos verket över att varor i betydande utsträckning skulle köpas in vid sidan av offertsystemet. Systembolaget har därvid tidigare uppgivit för Konkurrensverket att det kunde röra sig om 12-15 % av totala antalet inköp, men att det regelmässigt rört sig om mindre partier, t.ex. kvalitetsviner.

Konkurrensverket har även under år 2001 mottagit klagomål på inköp vid sidan av offertsystemet. Systembolaget har emellertid i maj meddelat Konkurrensverket att dessa inköp nu helt upphört. Numera köps enligt företaget inga varor in vid sidan av det ordinarie offertsystemet. Detta gäller enligt vad Systembolaget meddelat även kvalitetsviner.

Sortimentsstyrning i butikerna

Systembolaget har nu börjat införa den mycket detaljerade styrning av sortimentet i butikerna som beskrivits närmare i Konkurrensverkets tidigare rapporter. Sortimentet indelas i noga definierade varukategorier och moduler, vars sammansättning till cirka 80 % bestäms centralt, medan ungefär en femtedel kan bestämmas av den enskilde butikschefen, beroende på lokal efterfrågan. Till basmodulerna är knutna särskilda nyhetsmoduler för introduktioner av nya produkter. Fem butiker i västra Sverige påbörjade användningen av detta modulsystem i november år 2000. Basmodulen är sedan 1 maj 2001 införd i samtliga butiker i landet. Detta innebär att 369 artiklar från detta datum är tillgängliga för kunderna i alla butiker. Företaget planerar också att alla nyetablerade butiker skall tillämpa modulstyrningssystemet fullt ut från öppningsdagen. Den 1 april år 2002 räknar företaget med att den nya sortimentsstyrningen skall vara fullt införd i alla butiker.

En regelbunden utvärdering av det resultat som uppnåtts av varje produkt skall under systemet göras var fjärde månad. Utvärderingen kan leda till t.ex. överflyttning av produkten till en annan modul. Ett första kriterium för utvärdering är givetvis produktens försäljning, men Systembolaget ämnar även väga in andra faktorer. Senare skall kriterier som reklameringsfrekvens och leveranssäkerhet också ingå bland grunderna för utvärderingen. Systembolaget avser att löpande informera leverantörerna om skälen till att en produkt inte får plats i aktuell modul, t.ex. dålig leveranshållning som lett till att produkten tagit slut i butikerna. Systembolaget uppger också att när avlistning av en produkt övervägs, kommer Systembolaget med den nya sortimentsstyrningen att väga in flera kriterier än vad som hittills varit fallet.

Enligt de erfarenheter som Systembolaget hittills kunnat rapportera för Konkurrensverket har det nya systemet medfört möjligheter för företaget att spara relativt stora kostnader genom att minska antalet produkter i sortimentet. I t.ex. Täby, en butik med stor omsättning i en av Stockholms förorter, har sortimentet hittills under det nya systemet skurits ner med 10 procent, från 2000 artiklar till 1800. Modulsystemet aktualiseras redan då Systembolaget inforrdar offerter, eftersom leverantörerna i

2001-06-21

Dnr 28/2001

offertförfrågan får information om i vilken nyhetsmodul företaget avser att placera den efterfrågade produkten.

Synpunkter från leverantörsorganisationerna

Konkurrensverket har inför föreliggande rapport inhämtat synpunkter på Systembolagets verksamhet från leverantörsorganisationerna inom alkoholsektern. Kommentarna återges i det följande avsnittet utan att Konkurrensverket prövat de av leverantörsorganisationerna framförda synpunkterna.

Svenska Bryggareföreningen

understryker, vad avser introduktionen av modulsystem för butikssortimenten, att det ännu är för tidigt att redovisa några erfarenheter. Osäkerheten är stor i branschen om hur systemet kommer att påverka olika aktörer. Generellt finns det en oro bland de mindre bryggerierna för att man inte kommer att få tillräcklig distribution, samtidigt som man hoppas få fördelar med att få full distribution på den lokala marknaden. Stor oro finns att kravet på leveranssäkerhet kommer att slå ut nischprodukter eller produkter som produceras i småserier av mindre bryggerier. En stor lokal efterfrågan vid något enstaka tillfälle kan mycket väl göra att en produkt tar slut. Vidare kan en produktionsstörning inträffa i vilket bryggeri som helst. Föreningen framför att en sådan inte får leda till att produkten utesluts ur sortimentet, då ett litet bryggeri omöjligen kan ligga med stora lager. Föreningen anser därför att Systembolagets krav på leveranssäkerhet måste anpassas till småbryggeriernas verklighet för att inte dessa skall riskera att slås ut från marknaden.

Föreningen anser, liksom den framfört vid tidigare tillfällen, att cider diskrimineras genom att Systembolagets pålägg för lika stora flaskor varierar, beroende på om innehållet är cider eller öl. Systembolaget har tidigare motiverat detta med att olika omsättningshastighet m.m. också påverkar hanteringskostnaden, men föreningen står här fast vid sin kritik.

Föreningen tar slutligen upp Systembolagets planerade ändring i sina betalningsrutiner, med utökad kredit från 15 till 30 dagar. På en konkurrensutsatt marknad skulle leverantörerna kunna kompensera detta med höjda priser som förs vidare till konsumenterna, men enligt föreningen innebär den genom privat import minskande detaljhandelsmarknaden att denna möjlighet inte finns. Bryggerierna tvingas därför enligt föreningen att minska sina marginaler och bl.a. gå miste om förräntning av sina pengar i rörelsen i fjorton dagar, till ett skattat värde av 6 - 40 miljoner kronor årligen, vilket branschföreningen inte kan acceptera.

Sprit & Vinleverantörsföreningen

har också kommenterat det nya sortimentsstyrningssystemet. Föreningen understryker först att den varierande storleksstrukturen hos föreningens medlemmar gör det svårt att uttala sig generellt om hur medlemsföretagen kommer att påverkas. Företag med mindre omsättning kan sålunda komma att få större problem med vissa villkor än vad som blir fallet för de största medlemsföretagen. Föreningen kan därför inte ge någon ingående samlad bedömning, men anser det troligt att det nya systemet generellt

2001-06-21

Dnr 28/2001

kommer att gynna stora importörer och eventuellt också riktigt små företag eller företag med udda produkter. Medelstora företag med ett standardbetonat sortiment kan i motsvarande grad komma att missgynnas av sortimentsstyrningssystemet.

Föreningen kommenterar också marknadstillträdet och möjligheterna att informera svenska konsumenter om medlemmarnas produkter, bl.a. med utgångspunkt i EG-domstolens dom i det s.k. Gourmet-målet, som avgjordes den 8 mars 2001. (Med anledning av alkohollagens totalförbud mot vissa kommersiella annonser uppkom i målet bl.a. frågan om proportionalitet hos förbuden, om de alkoholpolitiska målen skulle kunna nås genom förbud eller begränsningar som är mindre omfattande eller som påverkar handeln inom gemenskapen i mindre utsträckning. EG-domstolen ansåg bl.a. att den berörda medlemsstaten och tingsrätten därvid vore bättre skickad att bedöma detta genom att undersöka de faktiska och rättsliga omständigheterna i medlemsstaten). Föreningens kommentar är att möjligheterna att informera Systembolagets kunder generellt är helt otillräckliga. Inte minst är kundernas kunskaper om beställningssortimentet för dåliga. Information till kunderna genom s.k. vinskribenters artiklar är fragmentarisk och annonseringsförbudet gör att leverantören har ytterst små möjligheter att informera kunderna om beställningssortimentet. Systembolagets trycksak Varunytt är inte heller tillräcklig som informationskanal, då den för flertalet kunder är tillgänglig endast i butikerna. Internet har dock blivit en tillkommande informationsmöjlighet, men det är okänt för leverantörerna i vilken utsträckning Systembolagets produktsidor på Internet besöks.

I samband med Systembolagets ändring av sina betalningsrutiner från 15 dagars till 30 dagars kredit pekar föreningen på att en konsultutredning gjord på uppdrag av Systembolaget analyserat kostnadskonsekvenserna för leverantörerna. Föreningen anser att dessa kostnader blir orimligt stora. Man kritiserar att den besparing som ändringarna i betalningsrutiner medför för Systembolaget tillkommer på bekostnad av leverantörsledet.

Ärende hos Konkurrensverket

Konkurrensverket har handlagt ett skriftligt klagomål mot Systembolagets dotterbolag Lagena Distribution AB (Lagena), dnr 426/2001. Klagomålet är inte riktat mot Systembolaget, men sakförhållandena i ärendet är i hög grad relevanta för möjligheterna till marknadstillträde via detaljhandelsmonopolet. Klaganden tar bl.a. upp de grundavgifter som Lagena tar ut och som anses betungande för importörer som endast levererar mindre partier för distribution genom Lagena till Systembolagets butiker. Klaganden menar att de mindre företagen därmed diskrimineras och att alternativa distributionsformer för dessa företag i praktiken saknas. ASG AB, en av de större svenska speditorsfirmorna, vill enligt klagomålet inte befatta sig med distribution av små mängder gods till Systembolagets butiker. I Konkurrensverkets utredning har genom uppgifter från Systembolaget framgått att fem företag f.n. är distributörer av vin och sprit till Systembolagets butiker, nämligen Danzas ASG, Drinks Logistic Partner, Lagena, Svealand och Vin & Sprit. Lagena hanterade senaste verksamhetsår drygt en tredjedel av Systembolagets vin- och spritvolym, och utnyttjades av 123 stycken uppdragsgivare. Lagena har till Konkurrensverket under

2001-06-21

Dnr 28/2001

ärendets handläggning framfört bl.a. att en fullständig kostnadsuppföljning per kund har påbörjats och kommer att slutföras under detta år. Anledningen till höjningen av den administrativa grundavgiften med 1000 kronor är enligt Lagenas huvudsakligen introduktionen av ett ytterligare utvecklat informationssystem till kundernas tjänst. Kunderna har möjlighet att ur systemet dagligen hämta detaljerad information om lagerhändelser och försäljning. Konkurrensverket fann i beslut den 15 juni 2001 inte skäl att med utgångspunkter i konkurrenslagen vidta ytterligare åtgärder.

Konkurrensverket har förutom det beskrivna ärendet också mottagit ett antal förfrågningar rörande Lagenas grundavgifter, från andra mindre importörer. Härutöver har några företag kontaktat Konkurrensverket angående Systembolagets inköpsrutiner. Dessa senare synpunkter har beskrivits på annat håll i denna rapport.

Ärenden hos Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden har sedan Konkurrensverkets föregående rapport till kommissionen färdigställdes beslutat i följande ärenden där leverantörer har överklagat Systembolagets beslut att avvisa produkter från försäljning.

World Beer Trading KB har begärt en överprövning av Systembolagets beslut att bl.a. avvisa produkterna Tusker lager beer m.fl. - sammanlagt 11 olika ölsorter. Företaget anförde i huvudsak att offererade priser inte i någon betydande grad skiljer sig från jämförbara produkter i Systembolagets sortiment, att priserna i vissa fall understiger priserna på jämförbara produkter i sortimentet, och att flera av produkterna kommer från länder som inte finns representerade i sortimentet. Bolaget ifrågasatte vidare Systembolagets möjligheter att utan sensorisk provning avgöra om produkterna är konkurrenskraftiga. Alkoholsortimentsnämnden fann att World Beer Trading inte hade utnyttjat möjligheten att ansöka om testförsäljning. Nämnden fann att Systembolagets beslut att avvisa produkterna därför inte kunde uppfattas som en slutlig avvising.

Belica Vin & Spritimport har begärt överprövning av Systembolagets beslut att avvisa företagets produkter 2000 Vranac m.fl. Som grund anförde företaget att det tidigare offererade priset, 45 kronor per flaska, hade sänkts till 43 kronor per flaska. Alkoholsortimentsnämnden uppfattade närmast leverantörens grund för överprövning som en ny offert. Sådana kan inte prövas av nämnden.

Marknadstillträdet för mindre företag

Under den aktuella rapportperioden, liksom tidigare, har merparten av klagomål och påpekanden som kommit till Konkurrensverket avspeglat att många leverantörer anser att befintliga kanaler ger alltför snäva möjligheter att introducera nya produkter på den svenska marknaden för alkoholdrycker. När det gäller möjligheten att överklaga ett avvisningsbeslut från Systembolaget anser man denna i praktiken vara så gott som stängd, eftersom testsortimentet inte fungerar som avsett. Alkoholsortimentsnämnden har i de flesta överprövningsärenden trots detta i första hand tvingats hänvisa en leverantör som inte är nöjd med Systembolagets beslut till att först gå via testsortimentet. Nämnden har i de flesta fall inte möjlighet att överpröva ett

2001-06-21

Dnr 28/2001

avvisningsbeslut, om inte leverantören prövat vägen via testsortimentet. Ett annat hinder för leverantörerna är att om Systembolaget förmedlar en order från beställningssortimentet till leverantören möter denne i många fall praktiska svårigheter eller höga kostnader för att distribuera den beställda varan till kunden. För många varor är dock beställningssortimentet i praktiken den enda kanal genom vilken leverantören har möjlighet att så småningom göra sin produkt känd och efterfrågad hos konsumenterna.

De ovan relaterade förhållandena kan enligt Konkurrensverkets uppfattning försvåra tillträdet till den svenska marknaden, särskilt för mindre företag.