

1999-01-07

Dnr 22/1998

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 år 1998, där ej annan tidsperiod särskilt anges. Vid möten mellan företrädare för kommissionens generaldirektorat för konkurrensfrågor och Konkurrensverket har kommissionen framfört önskemål om att, i likhet med tidigare år, få information om tillämpningen av den svenska alkoholregleringen vad avser detaljhandelsmonopolets verksamhet och sortimentspolicy samt eventuella förändringar som genomförts under året eller som övervägs. Enligt överenskommelse med kommissionen överlämnas en skriftlig rapport för år 1998.

Systembolagets försäljning

Vid utgången av år 1997 hade Systembolaget 396 butiker på totalt 296 orter i Sverige. Butiksnätet kompletteras av 589 s.k. utlämningsställen, som exempelvis kan vara livsmedelsbutiker i glesbygdsområden. Även om antalet utlämningsställen är nästan dubbelt så stort som antalet butiker är deras andel av den totala detaljhandelsförsäljningen marginell, ca 2%. Antalet försäljningsställen har ökat under den senaste tioårsperioden, från 339 butiker 1988 till 396 vid ingången av år 1998. Det främsta kriteriet för butiksnätets struktur är antalet invånare inom det lokala försäljningsområdet. Det innebär att flertalet tätorter i Sverige endast har ett försäljningsställe. Som jämförelse kan nämnas att Stockholms stad hade 38 butiker. Antalet självbetjäningsbutiker har ökat från 26 i början av år 1997 till 32

ett år senare. Antalet butiker som alltid lagerför nyheter i Systembolagets sortiment har också ökat, till 52 butiker.

Systembolagets totala försäljning i detaljhandeln uppgick under perioden januari-november 1998 till 218,2 miljoner liter till ett värde av 16,2 miljarder kronor. Räknat i volym, ökade den totala försäljningen med ca 1 % jämfört med motsvarande period år 1997. Som framgår nedan har de största varugrupperna öl och vin ökat med 2 respektive 3%, medan försäljningen av starksprit minskat med drygt 4%.

Den största varugruppen i volym räknat är starköl, med nästan 99 miljoner liter. Starkölsförsäljningen ökade under perioden med knappt 2%. Detta är en betydligt mindre ökning än under föregående period. Ökningen då berodde främst på att alkoholskatten för starköl sänktes i januari 1997. Nära 85% av försäljningen av starköl är svensktillverkat starköl. Det är den kategorin som står för försäljningsökningen.

Försäljningen av vin uppgick till drygt 90 miljoner liter, vilket är en ökning med knappt 3 %. Röda viner svarar för ca hälften av försäljningen. Andelen vita viner är omkring 35%. Försäljningen av roséviner och mousserande viner, inkl. champagne, är liten och svarade för omkring 2 respektive 4 procent av försäljningen av viner.

Spanien stärkte under perioden sin ställning som största vinleverantörsland, främst av röda viner. Andelen av den totala försäljningen av viner ökade från 28 till 31%. Italien är näst störst, med drygt 15%. Försäljningen av franska viner ökade, till knappt 14% av den totala försäljningsvolymen. Tyskland är fjärde största leverantörsland, med en andel på knappt 9%. Därefter följer 14 leverantörsländer med andelar av försäljningen på mellan 0,5 och 5%. Bland dessa återfinns övriga vinproducerande EU-länder utom de ovan nämnda. Portugal har en andel på drygt 3% efter att ha ökat försäljningen med nära 25% under perioden, medan försäljningen minskade för Grekland och Österrike. Sydafrika, med en andel på ca 3%, är ett av leverantörsländerna utanför EU i denna grupp som registrerade en försäljningsökning år 1998 jämfört med föregående år. Argentina svarade för den största ökningen. Dess andel av vinförsäljningen är dock blygsam, 1%.

Det bör framhållas att stora variationer i leverantörsländernas andelar av den totala vinförsäljningen förekommit under 1990-talet. År 1989 var sålunda Frankrike det största leverantörslandet, med ca 30% av försäljningen. Andra länder från vilka försäljningen minskat under 1990-talet är t.ex. Bulgarien, Rumänien, Ungern och Australien.

Konsumtionen av vita viner har minskat under senare år vilket bl.a. medfört att försäljningen av tyska viner minskat. Tyskland är det största leverantörslandet, med 22% av försäljningsvolymen av vita viner, följt av Frankrike och Italien. Spanien är, som framgått ovan, den största leverantören av röda viner med en andel på 45%, följt av Italien med 15 %, Frankrike med 13% samt Chile, USA och Portugal och Bulgarien med 4-5% andel av försäljningen av röda viner.

Nära hälften av försäljningen av vita viner gäller viner som ligger i prisgruppen 41-50 kr i butik, medan merparten, 41%, av försäljningen av röda viner gäller viner i prisgruppen

närmast över, 51-60 kr. För såväl röda som vita viner gäller att omkring 90% av försäljningen av viner utgörs av viner som i butik kostar från 41 till 70 kr.

Partihandeln

Hösten 1998 fanns i Sverige knappt 50 företag med tillverkningsstillstånd och ca 300 företag med partihandelstillstånd. Åtta företag hade såväl partihandelstillstånd som serveringsstillstånd. Alla innehavare av partihandelstillstånd är dock inte aktivt verksamma på marknaden.

Skillnaderna mellan de aktiva företagen är stora. Många företag är specialiserade på vissa dryckessorter och/eller vissa producentländer, medan andra marknadsför alla typer av alkoholdrycker och representerar flera större producenter från olika leverantörländer. På marknaden finns omkring 15 större aktörer som svarar för ca 90% av den totala försäljningen av alkoholdrycker i Sverige. Ett stort antal företag har således mycket små marknadsandelar. Omkring 100 av företagen är leverantörer till Systembolaget. Av dessa är Vin & Sprit AB den största med ca 30% av försäljningsvolymen, både totalt och för produktgruppen viner. I storleksordning i volym räknat följer sedan nio företag med väsentligt lägre marknadsandelar, mellan 3 och 6%.

Systembolagets sortimentspolicy

Systembolagets ordinarie sortiment består av ett grundsortiment, ett s.k. tillfälligt sortiment och ett testsortiment. I grundsortimentet ingår standardvaror främst i låg- och mellanprislägen som är tillgängliga året runt. I det tillfälliga sortimentet ingår produkter med begränsad tillgänglighet, exempelvis årgångsviner, samt säsongsdrycker och drycker med stora variationer i efterfrågan. Testsortimentet utgörs av produkter som inte utvalts till grundsortimentet eller det tillfälliga sortimentet men som antagits för testförsäljning. I detta fall ansöker leverantören om testförsäljning och en konsumentpanel testar produkten och rekommenderar eventuell testlansering.

Systembolaget tillhandahåller också ett s.k. beställningssortiment för produkter som inte ingår i Systembolagets egna sortiment och för vilka leverantören svarar för lagerhållningen. Produkterna presenteras i en särskild lista i butikerna. Produkter kan också överflyttas från beställningssortimentet till det tillfälliga sortimentet om försäljningen uppgått till viss andel av de volymkrav som ställs för produkten ifråga.

Under år 1998 tillämpade Systembolaget den sortimentspolicy som infördes år 1996 och som bl.a. reviderades sommaren 1997. Då infördes nya tröskelvärden för volymgränser och marknadsandelar som grund för avlistning av produkter i sortimentet. Samtidigt framhöll Systembolaget att de nya bestämmelserna skulle ses över inom ett år för att avgöra om någon ytterligare förändring borde vidtas. Denna översyn har nu medfört att Systembolaget vid årskiftet 1998/99 modifierat en del bestämmelser och bl.a. infört nya regler för avlistning.

Till grund för Systembolagets inköp ligger en produktplan som löper över tolv månader och som uppdateras var fjärde månad. Planen skall återspegla kundernas beräknade efterfrågan och omfattar smaktyper, prissegment, volymer m.m. Det förfarande som skall tillämpas är att Systembolaget genomför upphandling i enlighet med sin produktplan och riktar offertfrågningar till samtliga parthandlare.

Under perioden januari-november 1998 mottog Systembolaget totalt 12230 offerter. I det ordinarie sortimentet lanserades 890 märken och i beställningssortimentet 615. Under perioden var det 311 märken som inte klarade utvärderingsvolymerna och som därmed har avlistats eller kommer att avlistas.

Utvärdering av produkternas försäljning görs vid i förväg fastställda tidpunkter. Vin som lanserats i testsortimentet eller det tillfälliga sortimentet utvärderas 26 veckor efter det att introduktionsperioden är över. Om produkterna nått en försäljning som kvalificerar dem för att upptas i grundsortimentet sker en ny utvärdering först efter ytterligare 52 veckor. För starkvin, öl och sprit sker utvärderingen först efter 52 veckor.

De nya avlistningsreglerna syftar enligt Systembolaget till att ge en rättvisare utvärdering och ge större möjligheter för standardmärken i lite högre prislägen att ingå i grundsortimentet. Samtidigt har Systembolaget uttalat att syftet med de ändrade reglerna också är att förhindra att antalet märken ökar i grundsortimentet och att minska antalet artiklar. Denna effekt skall bl.a. uppnås genom att utvärderingen nu knyts till varje artikel i sortimentet och inte till märket på produkten. Ett stigande antal märken säljs i olika storlekar och förpackningstyper och med de tidigare reglerna kunde vissa artiklar finnas i sortimentet trots låg försäljning därför att andra artiklar av samma märke uppnådde volymgränserna.

De nya reglerna innebär att de fasta volymgränserna för viner på tidigare 27000 liter sänks till 18000 liter. Samtidigt höjs kraven på uppnådd marknadsandel något, för rött vin t.ex. från 0,25 till 0,3% och för vitt torrt vin från 0,5 till 0,6%. För mousserande viner införs ett tvådelat system, varigenom den fasta volymgränsen sänks till 12000 liter och marknadsandelen höjs från 1 till 1,5%. Samtidigt införs en gräns för produkter som kostar över 100 kr, baserad på den nya fasta gränsen och produktens pris relaterat till ett "standardpris" på 100 kr.

För alla starkviner införs en gräns på 3000 liter. Den tidigare särbehandlingen av vissa typer av sherry och av vermouth tas bort. För öl görs en finare uppdelning i volymgränser, som bl.a. innebär att volymkravet höjs för ljus lager men sänks för mörk lager.

För spritdrycker införs inte någon generell volymgräns utan en s.k. basgräns fastställs för varje sprittyp. Volymgränsen för en viss artikel räknas ut som basgränsen multiplicerad med en prisrelaterad faktor, nämligen "standardpriset" på spritdrycker om 200 kr dividerat med artikelns pris till konsument.

Enligt Konkurrensverkets bedömning torde de nya reglerna generellt innebära ökade möjligheter för produkter i högre prisklasser att få plats i grundsortimentet. De tidigare volymgränserna, framför allt den fasta på 27000 liter för viner, ansågs av flera importörer som

alldeles för hög. Kritik riktades då mot att ett system med höga fasta volymgränser infördes som framför allt kunde missgynna viner i högre prislägen eller vissa vintyper. De nya avlistningsgränserna förefaller att åtminstone till del beakta den kritik som framförts.

Beträffande öl innebär de nya volymgränserna bl.a. att tröskelvärdena höjts kraftigt för ljus lager, till 30.000 liter. Den tidigare avlistningsgränsen, som gällde alla öltyper, var 10.000 liter för underjäst öl och 20.000 liter för överjäst öl. Ljus lager svarar för mer än 75% av Systembolagets försäljning av starköl. Konkurrensverket har kontaktat Svenska Bryggareföreningen om de nya gränsvärdena. Föreningen har framfört att den nya gränsen för ljus lager kan få till effekt att produkter från mindre bryggerier inte kommer att kunna kvalificera sig för grundsortimentet och att det blir en ökad koncentration till stora bryggerier och till volymprodukter. Enligt Konkurrensverkets bedömning torde risken för en sådan effekt särskilt föreligga vad gäller utländska bryggerier. Till skillnad från dessa har svenska bryggerier möjlighet att skapa en efterfrågan för sina produkter på hemmamarknaden, dels genom sin försäljning av öl med lägre alkoholhalt i livsmedelshandeln, dels genom sin ofta starka lokala eller regionala förankring.

Kritik har tidigare framförts till Konkurrensverket mot att systemet med de fasta volymgränserna varit alltför stelbent. Flexibiliteten ökar i viss utsträckning med de nya gränsvärdena genom att prisrelaterade gränser införs för vissa varugrupper. Att grunden för utvärderingen inte längre blir märket i fråga utan artikeln kan dock få effekter i motsatt riktning och göra att vissa märken, som idag finns i Systembolagets sortiment, kommer att avlistas. Varje artikel skall följaktligen uppfylla volymkraven. Systembolaget uppger dock att grundsortimentets storlek vad gäller viner inte nämnvärt kommer att påverkas av förändringarna.

Konkurrensverket har kontaktat branschorganisationen Sprit och Vinleverantörsföreningen angående de effekter som kan förväntas uppstå genom de förändringar som införs, men föreningen har uppgett att man inte har några särskilda kommentarer i detta skede.

Testförsäljningen

Kritik kvarstår angående testförsäljningen. Samtidigt som detta är en möjlighet för leverantörer att få produkter som inte köpts in för grundsortimentet eller det tillfälliga sortimentet antagna och lanserade för testförsäljning, upplevs tiden innan testförsäljning kan ske som oacceptabel. Kötider på mellan tre och fem år förekommer. Som Konkurrensverket framhöll i sin rapport i oktober 1997, anger många importörer att testförsäljningen inte kan anses som ett verkligt alternativ till övriga kanaler in i Systembolagets sortiment.

Systembolaget uppger att ca 3000 varor i dagsläget ligger i kö för testförsäljning. Även om antalet varor i testkön kan synas stort, är det ett litet antal leverantörer som svarar för en mycket stor andel av dessa varor. Tio leverantörer av de totalt nära 300 som offererat produkter till Systembolaget uppges stå för 85% av alla ansökningar till testförsäljning. Prover på omkring 400 märken tas in per år, vilket enligt bolaget borde ge ungefär 20 testlanseringar per månad. Under senare tid har dock antalet lanseringar i det närmaste halverats. Enligt Systembolaget är orsaken främst att begärda prover uteblivit från leverantörerna.

Bolagets uppgifter visar också att endast ca 10% av de varor som lanseras för testförsäljning kvalificerar sig till grundsortimentet. Det har under perioden januari-november 1998 inneburit att endast 9 märken av de 103 som utvärderats nått tillräcklig försäljningsvolym.

Det kan konstateras att under senare tid har fler märken kommit in i grundsortimentet via beställningssortimentet än via testförsäljningen. Av 52 märken som utvärderats efter övergång från beställningssortimentet har 39 sålt tillräckligt stora volymer för att kvalificera sig för grundsortimentet. Denna möjlighet att från beställningssortimentet komma in i Systembolagets ordinarie sortiment öppnades år 1997. Om försäljningen uppnår en viss volym under viss tid kan varan överföras till det tillfälliga sortimentet och sedan efter ytterligare en tid, 6 månader eller ett år beroende på varugrupp, kvalificera sig för grundsortimentet.

Systembolagets offertprovning av viner från Sydafrika

Konkurrensverket redogjorde i sin rapport daterad 1996-12-19 för den särskilda offertprovning av viner som Systembolaget avsåg att arrangera i Sydafrika under våren 1997. Systembolaget angav som huvudsakligt skäl för sitt förfarande att svenska konsumenters efterfrågan av sydafrikanska viner, som hade ökat starkt, inte skulle kunna tillgodoses om det normala inköpsförfarandet följdes, dvs. med offertprovningar i Stockholm. Systembolagets långa ledtider och hanteringen av offertförfrågan skulle göra att Sverige som köpare fick svårt att hävda sig i konkurrensen med andra länder.

Konkurrensverket konstaterade att förfarandet i och för sig utgjorde ett avsteg från gängse rutiner. Efter att ha inhämtat synpunkter från företag i branschen och deras företrädare samt andra intressenter kunde verket vid en sammantagen bedömning inte finna belägg för att Systembolaget genom det planerade förfarandet skulle gynna viner från Sydafrika i jämförelse med viner från andra länder. Enligt verket kunde det planerade förfarandet som det beskrivits inte anses oförenligt med kraven på likabehandling och transparens.

Konkurrensverket kan konstatera, att under tiden från våren 1997, då den planerade åtgärden genomfördes, och fram till december 1998 har inga klagomål i saken inkommit till verket eller kritik härom framförts till verket på annat sätt. Som framgår nedan inkom emellertid ett klagomål till verket den 22 december som bl.a. riktas mot det ovannämnda förfarandet.

På förfrågan från verket har Systembolaget i december 1998 uppgett att förfarandet att prova på plats i Sydafrika våren 1997 var en enstaka åtgärd som då var motiverad av särskilda skäl. Systembolaget säger dock att förfarandet att prova viner på plats och därmed göra avsteg från gängse inköpsrutiner kan komma att bli aktuellt i vissa situationer i andra länder där tillgången är begränsad.

Ärenden hos Konkurrensverket

Två skriftliga klagomål som rör detaljhandelsmonopolet inkom till verket under 1998.

Det första klagomålet (dnr 162/98) gällde Systembolagets helägda dotterbolag, Lagena Distribution AB. Den klagande, Bolingua, som är en mindre importör, anförde att Lagena försvårade tillträdet till marknaden för mindre importörer genom att kräva en s.k. volymavgift för att åta sig distributionstjänster till Systembolaget. Avgiften skulle erläggas i förskott vid årets början och återbetalas om kunden uppnått en viss omsättning, räknad i antal kollin. Syftet med införandet av avgiften var enligt Lagena att få kostnadstäckning för de administrativa tjänster som kunderna erhöll.

Konkurrensverket hänvisade i sitt beslut i ärendet den 28 april bl.a. till att det utöver Lagena finns ett flertal andra distributionsalternativ på marknaden. Enligt verkets bedömning fanns därför inte tillräckliga skäl att närmare granska de påtalade förhållandena eller att vidta åtgärder med stöd av konkurrenslagen.

Det andra klagomålet, också det från en mindre importör, ILYs Vinagentur och Transport, rör främst Systembolagets agerande i sin inköpsfunktion, särskilt beträffande Systembolagets vinprovningar i Sydafrika. Den klagande hävdar bl.a. att sydafrikanska producenter och deras importörer i Sverige gynnas på ett otillbörligt sätt och att de skäl som Systembolaget angett för vinprovningar på plats i Sydafrika inte är riktiga. I klagomålet hänvisas också till verkets rapport till kommissionen 1996-12-19, i vilken verket redovisar och kommenterar det tillvägagångssätt och skälen härför som Systembolaget informerat om och som planerades att genomföras under våren 1997. Klagomålet inkom till verket den 22 december 1998 och verket har ännu inte tagit ställning till det.

Ärenden hos Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden prövar beslut från Systembolaget varigenom bolaget avvisat eller avfört viss alkoholdryck från sortimentet. Det är leverantören av den produkt som enligt beslutet avvisats eller avförts från sortimentet som kan begära överprövning av Systembolagets beslut.

Nämnden handlade under år 1998 ett tiotal ärenden. Flertalet av ärendena rör överprövning av Systembolagets beslut att avvisa en produkt. Nämnden avslog i samtliga fall ansökan med motiveringen att leverantören inte utnyttjat möjligheten att ansöka om testförsäljning och att Systembolagets beslut att avvisa produkterna i fråga därför inte kunde uppfattas som en slutlig avvisning.

Några ärenden har gällt Systembolagets beslut att avlista en produkt på grund av att försäljningen inte nått upp till de fastställda volymgränserna. Nämnden konstaterar i sina beslut att nämnden inte har anledning att ifrågasätta volymgränsen som sådan. Föreskriften om en minsta försäljningsvolym innebär en likabehandling av olika produkter och den är därför inte diskriminerande. Nämnden fann därför i de aktuella ärendena att Systembolagets beslut inte strider mot det i artikel 30 Romfördraget uppställda förbudet mot kvantitativa importrestriktioner eller åtgärder med motsvarande verkan.

Ändringar i regelverket på alkoholområdet.

Inga ändringar i regelverket gällande den svenska marknaden för alkoholdrycker infördes under år 1998. Till följd av EG-domstolens förhandsbesked i Franzén-målet ändrades i oktober och november föregående år ansöknings- och tillsynsavgifterna för partihandels-tillstånd och ansökningsförfarandet för sådant tillstånd förenklades. (Se verkets rapport till kommissionen 1997-12-29).

Särskilda utredningar

I mars 1998 tillkallade regeringen en särskild utredare med uppdrag att se över vissa bestämmelser i alkohollagen m.m. (Dir. 1998:19). Bakgrunden till regeringens uppdrag var att den nuvarande alkohollagen varit i kraft i tre år. Det ansågs därför föreligga skäl för att göra en genomgång av hur alkohollagens bestämmelser fungerat, särskilt med utgångspunkt i den kritik och de synpunkter som framförts från EG-domstolen och svenska myndigheter och kommuner m.fl. I det s.k. "Franzén-målet" uttalade EG-domstolen bl.a. att artiklarna 30 och 36 i Romfördraget utgjorde hinder för nationella bestämmelser varigenom rätten att importera alkoholdrycker var förbehållen aktörer med tillverknings- och partihandelstillstånd på sådana villkor som föreskrevs i den svenska lagstiftningen.

I juni 1998 fick utredaren tilläggsdirektiv att utreda frågan om hantering av gåvoförsändelser samt huruvida distansförsäljning av alkoholdrycker till Sverige borde tillåtas och hur detta i så fall skulle hanteras. Dessa delar av uppdraget samt översynen av reglerna och villkoren för den yrkesmässiga importen av alkoholdrycker skulle redovisas redan den 31 december 1998. Skyndsamheten föranleddes av en formell underrättelse från Europeiska kommissionen från maj 1998. Underrättelsen innehöll kritik bl.a. mot vad man uppfattar som onödiga importrestriktioner och att restauranger, som har tillstånd att servera alkoholdrycker i sin näringsverksamhet, även måste ha partihandelstillstånd för att kunna importera alkoholdrycker för den egna verksamheten.

Alkoholutredningen överlämnade i slutet av december sitt delbetänkande Alkoholpolitikens medel (SOU 1998:156). Beträffande den yrkesmässiga införseln av spritdrycker, vin och starköl föreslår utredningen att de särskilda partihandelstillstånden avskaffas och i alkohollagen ersätts med en koppling till vissa begrepp i lagen om alkoholskatt. Partihandlarna behöver därmed inte ha tillstånd av Alkoholinspektionen för att bedriva handel med alkoholdrycker. Istället föreslås EG-rättens förfaranderegler för punktskattepliktiga varor ligga till grund för importen och partihandelsverksamheten. Den som godkänts av skattemyndigheten som upplagshavare eller registrerad varumottagare enligt bestämmelserna i lagen om alkoholskatt skall därmed ha rätt att bedriva partihandel. Restauranger med permanenta serveringstillstånd ges importrätt för alkoholdrycker för användning i den egna verksamheten. Enligt utredningen kommer förslaget om att slopa kraven på särskilda tillstånd att öka tillträdet till den svenska marknaden, särskilt för mindre producenter av vin och spritdrycker inom EU, som därigenom kan få avsättning även för mycket små kvantiteter.

Enligt utredningens förslag skall dock reglerna för Systembolagets partihandelsverksamhet i stort bibehållas, dvs. någon generell importrätt för Systembolaget föreslås inte. Utred-

ningen anser inte att Systembolaget kan ges egen importrätt fullt ut med hänsyn till de problem som ett sådant system kan medföra från främst konkurrensrättslig synpunkt. Bolaget måste alltså även i fortsättningen inhandla alkoholdrycker från någon som enligt alkohollagen har rätt att bedriva partihandel. Systembolaget får dock rätt att importera alkoholdrycker för att ombesörja den s.k. privatimporten dvs. importera alkoholdrycker från producenter som inte har någon representant i Sverige i samband med beställningar från privatkunder. Utredningen föreslår vidare att distansförsäljning till enskilda personer från försäljare i andra länder även fortsättningsvis inte skall vara tillåten och att gåvoförsändelser till privatpersoner blir tillåtna inom vissa gränser.

Regeringen avser att under våren 1999 lägga fram en proposition till riksdagen om den svenska alkoholpolitiken. Förslagen till ändrade regler kommer att baseras bl.a. på ovanstående utredning samt på den s.k. Alkoholreklamutredningens betänkande (SOU 1998:8) som lades fram våren 1998. Vad gäller detaljhandelsmonopolet föreslog Alkoholreklamutredningen att Alkoholsortimentsnämnden, som är överprövningsinstans för Systembolagets sortiments- och inköpsbeslut, skulle avskaffas och att besluten skulle kunna överklagas i allmän domstol.

Bilagor

1. Systembolagets årsredovisning 1997
2. Systembolagets försäljningsstatistik, totalt januari-november 1998
3. Systembolagets försäljning av viner, länderfördelning, januari-november 1998
4. Översikt över Systembolagets nya avlistningsregler
5. Sammanfattning av Alkoholutredningens delbetänkande (SOU 1998:156)