



**Övervakning av det svenska detalj-
handelsmonopolet för alkoholdrycker**
- Rapport till Europeiska kommissionen
december 2008

Det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen december 2008

Konkurrensverket december 2008

Innehållsförteckning Systembolagsrapporten

1	Konkurrensverkets uppdrag och dess genomförande	3
1.1	Konkurrensverkets uppdrag	3
1.2	Uppdragets genomförande	3
2	Inköp till detaljhandelsmonopolet	5
2.1	Systembolagets allmänna villkor	5
2.1.1	Genomförda förändringar	5
2.1.2	Planerade förändringar	6
2.2	Systembolagets inköps- och sortimentsmodell	6
2.2.1	Beställningssortimentet	7
2.2.2	Lokalt sortiment och Systembolagets privatimportservice	8
3	Ärenden i Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden	9
4	Rättsprocesser	10
4.1	Mutor och bestickning	10
4.2	Avtalsrättsliga sanktioner	10
5	Klagomål	11
6	Översyn av den svenska alkohollagen	13
7	Försäljning och konsumtion av alkohol	14
7.1	Alkoholkonsumtionen	14
7.2	Försäljningen	14
7.3	Konsumtion av alkoholdrycker beställda via Internet	15
8	Sammanfattande kommentar	17

1 Konkurrensverkets uppdrag och dess genomförande

1.1 Konkurrensverkets uppdrag

I samband med förhandlingarna om svenskt medlemskap i EU behandlades frågan om Systembolagets detaljhandelsmonopol. Europeiska kommissionen ansåg att alla effekter som är diskriminerande mellan nationella och importerade varor måste avlägsnas. Vid protokollförda samtal mellan företrädare för den svenska regeringen och berörda tjänstegrenar inom kommissionen angavs vissa förutsättningar för att detaljhandelsmonopolet skulle anses fungera icke-diskriminerande. Av mötesprotokollet framgår att med icke-diskriminering avses följande:

- Inköps- och försäljningsvillkor för alkoholdrycker ska vara objektiva.
- Villkoren ska tillämpas likvärdigt på medborgare och produkter i gemenskapen.
- Villkoren ska vara transparenta.

I enlighet med överenskommelsen mellan Europeiska kommissionen och den svenska regeringen ska Konkurrensverket utöva tillsyn över detaljhandelsmonopolet vad gäller dess icke-diskriminerande funktionssätt och rapportera till kommissionen två gånger om året. Konkurrensverket har utfört detta uppdrag sedan den 1 januari 1995.

Regeringen har i beslut den 19 december 2007 om regleringsbrev för Konkurrensverket år 2008 (dnr N2007/8083/MK, N2007/10133/MK, N2007/10294/SAM (delvis)) preciserat myndighetens uppdrag till att "fortlöpande övervaka att Systembolaget AB:s verksamhet bedrivs på ett icke-diskriminerande sätt, i enlighet med de kriterier som överenskommit mellan Sverige och den Europeiska kommissionen".

1.2 Uppdragets genomförande

Konkurrensverkets uppdrag innebär att olika faktorer i Systembolagets verksamhet som kan ha betydelse för bedömningen av detaljhandelsmonopolets nuvarande och fortsatta icke-diskriminerande funktionssätt redovisas. I uppdraget ingår också att redogöra för de åtgärder som har vidtagits eller avser att vidtas av Systembolaget och andra aktörer på marknaden för att säkerställa det icke-diskriminerande funktionssättet.

Konkurrensverket har i tidigare rapporter redogjort för Systembolagets inköpsprocess och sortimentsmodell samt för utvecklingen av konsumtion och försäljning på den svenska alkoholmarknaden. Tidigare rapporter har även behandlat avvikelser

från Systembolagets inköpsprocess samt Systembolagets åtgärder mot korruption m.m. Vidare har Konkurrensverket tagit upp vissa klagomål relaterade till Systembolaget. I den första rapporten från december 2007 refererades EG-domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet vilket rörde reglerna för privatimport av alkoholvaror och utgjorde bakgrunden till att den svenska regeringen i september 2007 tillsatte Alkohollagsutredningen.

Förevarande rapport innehåller i huvudsak en uppdatering av den första rapporten för 2008. Den tar upp Systembolagets inköps- och sortimentsmodell, ärenden i Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden, rättsprocesser med anledning av mutskandalen, klagomål på Systembolaget, Alkohollagsutredningens arbete samt konsumtionen och försäljningen av alkohol i Sverige under det tredje kvartalet 2008 och under tolv månadersperioden oktober 2007 - september 2008.

Under arbetet med rapporten har Konkurrensverket ställt frågor till och inhämtat material från Systembolaget. Frågor har även ställts till Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden och berörda branschföreningar. Klagomål och synpunkter angående Systembolagets funktionssätt som inkommit till Konkurrensverket har behandlats varvid Systembolaget beretts möjlighet att yttra sig. Vidare har Konkurrensverket varit i kontakt med bland annat Alkohollagsutredningen och SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning). Systembolaget har slutligen beretts möjlighet att lämna synpunkter i anslutning till rapporten.

2 Inköp till detaljhandelsmonopolet

2.1 Systembolagets allmänna villkor

I detta avsnitt lämnas bland annat en uppföljning av de förändringar som beskrivits i tidigare rapporter beträffande villkor för Systembolagets inköp vilka kan antas vara av betydelse för bedömningen av detaljhandelsmonopolets icke-diskriminerande funktionssätt. Beskrivningen nedan bygger på de svar Konkurrensverket erhållit på frågor ställda till Systembolaget.

2.1.1 Genomförda förändringar

Systembolaget har gjort vissa ändringar i sina allmänna inkösvillkor vilka trädde i kraft den 4 september 2008. Bland annat har Systembolaget velat klargöra att leverantörerna har rätt att avstå från att förlänga ingångna avtal, till exempel om en leverantör inte vill försälja en viss produkt som fått ny modulplacering.

Systembolagets sortiment består av ett fast och ett tillfälligt sortiment. Utöver dessa finns också ett beställningssortiment i vilket leverantörer på eget initiativ kan lista produkter. En nyhet är att artiklar i beställningssortimentet, som leverantören begärt ska utvärderas för överflyttning till det fasta sortimentet, ska få tillgodoräkna sig 40 procent av försäljningen i ett län medan 60 procent av försäljningen ska vara spridd på minst tre ytterligare län. Tidigare kunde en artikel inte kvalificera sig om ett län stod för mer än 40 procent av försäljningen oavsett om de övriga länen tillsammans uppfyllde bidragsgränsen för överflyttning till det fasta sortimentet. Vidare har utvärderingsgränserna specificerats ytterligare genom att det framgår vilken viktning utvärderingsgränserna har under perioderna januari - juni respektive juli - december. Detta har gjorts i syfte att utvärderingen ska bli mer transparent för leverantörerna. Inför ändringarna av inkösvillkoren gav Systembolaget sina leverantörer möjlighet att göra invändningar mot dessa men några sådana har inte inkommit.

Vidare har Systembolaget under år 2007/2008 genomfört en analys av inköpsprocessen. Arbetet, som gjorts med hjälp av två externa specialister, en advokat specialiserad på EG-rätt och en auktoriserad revisor, har enligt Systembolaget gjorts ur ett förbättringsperspektiv med syfte att förbättra och kvalitetssäkra inköpsprocessen. Systembolaget uppger att bland annat följande förändringar genomförts som ett resultat av analysen.

- Inköpsgruppen har kompletterats med två assisterande inköpare vilka granskar samtliga offerter för att se om de är rätt ifyllda. Tidigare granskade endast varje inköpare "sina" offerter.

- En ny utformning av offertförfrågan och offertblankett med tillhörande "lat-hund" har tagits fram. Ambitionen har varit att underlätta för leverantörerna i offertförfarandet och minska antalet fel ifyllda offerter.
- Webbapplikationen Leverantörsportalen, som är kommunikationskanalen mot leverantörerna, har fått en enklare sökbarhet och kompletterats med ytterligare information. Leverantörsportalen, som via Internet leder till Systembolagets affärssystem har enligt Systembolaget till syfte att effektivisera och förbättra inköpsprocessen. Det finns för närvarande 120 anslutna leverantörer. I dagsläget finns ingen kö vilket innebär att samtliga leverantörer som så önskar kan ansluta sig.

2.1.2 Planerade förändringar

Systembolaget uppger att bolaget från och med januari 2009 (med placering i butik oktober 2009) kommer att genomföra vissa förändringar för att förtydliga sortimentsarbetet och på ett bättre sätt kunna möta kundefterfrågan. Bland annat kommer spritsegmenten att delas upp, i syfte att säkerställa erbjudandet av fler småflaskor i dessa segment.

Likaså kommer fler segment för små flaskor att skapas vad gäller vin eftersom kundefterfrågan på sådana flaskor har ökat. Beträffande vitt vin och mousserande vin kommer vissa segment att slås samman eftersom kunderna enligt Systembolaget anser att produkterna i dessa segment är utbytbara med varandra. För att förhindra en likriktning bland de dyrare flaskorna kommer vissa nya prissegment att skapas. Då kundefterfrågan på rosévin ökat kommer fler segment att skapas för rosé, bland annat små flaskor och box.

Försäljningen av ale, porter och stout ökar kraftigt men produkterna har enligt Systembolaget inte alltid samma målgrupp och är därmed inte utbytbara för kunderna. Segmenten kommer därför att delas upp mellan ale och porter/stout.

2.2 Systembolagets inköps- och sortimentsmodell

Systembolagets inköpsprocess och sortimentsmodell samt effekterna av dessa beskrevs och analyserades närmare i Konkurrensverkets rapport i juli 2004 (avsnitt 2). I rapporten redogjordes även för vissa planerade förändringar avseende inköp och sortimentsutformning. Förändringsarbetet har följts upp i senare rapporter. Konkurrensverket har i rapporterna också redovisat vad Systembolaget uppgett till Konkurrensverket med anledning av verkets frågor angående inköp och sortiment.

Som nämnts, består Systembolagets sortiment av ett fast och ett tillfälligt sortiment. Utöver dessa finns beställningssortimentet i vilket leverantörer på eget initiativ kan lista produkter. Produkterna i beställningssortimentet lagerförs hos leverantörerna

och säljs i butik efter beställning från kund. Dessutom finns Systembolagets så kallade privatimportservice. Denna service innebär att Systembolaget på en kunds begäran tar hem varor som inte finns i något av de tre nämnda sortimenten. Därutöver finns vissa möjligheter att anpassa en enskild butiks sortiment till lokal kundefterfrågan.

Under perioden *januari - september 2008* fördelade sig Systembolagets totala försäljning om ca 19 miljarder kronor enligt följande.

- Fast sortiment 96,5 procent
- Tillfälligt sortiment 2,3 procent
- Beställningssortiment 0,6 procent

Den 30 september 2008 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

- Fast sortiment 2055 artiklar
- Tillfälligt sortiment 495 artiklar
- Beställningssortiment 5769 artiklar

En genomsnittlig butik hade sin försäljning fördelad på följande antal artiklar per sortiment under en genomsnittlig månad under *januari - september 2008*.

- Fast sortiment 1121 artiklar
- Tillfälligt sortiment 78 artiklar
- Beställningssortiment 39 artiklar

2.2.1 Beställningssortimentet

Beställningssortimentet är en viktig kanal in på den svenska marknaden för produkter som inte haft möjlighet att lanseras i Systembolagets fasta eller tillfälliga sortiment.

Som huvudregel lagerförs inte artiklar från beställningssortimentet i butikerna. En artikel ur beställningssortimentet kan dock under vissa förutsättningar lagerföras i butik efter skriftligt godkännande från Systembolagets huvudkontor. Under perioden *januari - september 2008* listades totalt 1801 nyheter i beställningssortimentet. Under samma period kvalificerade sig 19 artiklar från beställningssortimentet för försäljning i det fasta sortimentet. Sedan augusti 2008 ingår artiklar som kvalificerat sig till det fasta sortimentet i tidningen Varunytt. De kommer också att provas vid Systembolagets journalistprovningar.

Beställningssortimentet svarar för en mycket liten del av Systembolagets försäljning, mindre än en procent under *januari - september 2008*.

2.2.2 Lokalt sortiment och Systembolagets privatimportservice

Utöver det centralt tilldelade sortimentet har butikerna möjlighet att ta hem ytterligare artiklar som "lokalt val". De produkter butiken själv får välja ska dock tas från det fasta och/eller det tillfälliga sortimentet. Antalet lokala val ska som huvudregel inte överstiga 50 artiklar. Försäljningen av butikernas lokalt valda artiklar analyseras kontinuerligt av kategoricheferna på Systembolagets huvudkontor i syfte att vidareutveckla den framtida sortimentstilldelningen. Under perioden *januari – september 2008* hade Systembolagets butiker i genomsnitt 50 lokalt valda artiklar per butik. Det finns dock butiker som i snitt hade endast ett lokalt val under perioden.

Som nämnts ovan, lagerförs i regel inte artiklar från beställningssortimentet i butikerna. Under förutsättning att det finns en dokumenterad lokal kundefterfrågan på en artikel i beställningssortimentet kan denna dock lagerföras i vissa butiker efter skriftligt godkännande från Systembolagets huvudkontor. Om det senare visar sig att produkten inte säljer i tillräckligt stor omfattning för att motivera lagerföring, det vill säga om antagandet om faktisk kundefterfrågan var felaktigt, upphör rätten till lagerföring.

Sedan den 1 juni 2008 är det också möjligt för leverantörer av lokalt producerade produkter som ingår i beställningssortimentet att efter ansökan hos Systembolagets huvudkontor lagerföra produkten i den lokala Systembolagsbutiken, det vill säga den butik som är närmast belägen produktionen. Eftersom inköpsvillkoren relaterar till "lokal", och inte "svensk", produktion, ska också tillverkare av alkoholdrycker vars produktionsanläggningar är belägna exempelvis i andra nordiska länder, men nära en Systembolagsbutik, kunna lagerföras i den lokala Systembolagsbutiken. Den 20 oktober 2008 fanns 143 stycken olika lokalt producerade produkter från 31 producenter listade i 30 olika Systembolagsbutiker.

Under perioden *januari – september 2008* stod lokalt valda artiklar för ca 4,5 procent av Systembolagets totala försäljning i kronor räknat. Av butikernas totala antal artiklar utgjorde det lokala valet 4,4 procent. Av detta kom 98 procent från det fasta sortimentet, en procent från det tillfälliga sortimentet och en procent från beställningssortimentet.

3 Ärenden i Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden

Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden har bl.a. till uppgift att överpröva Systembolagets beslut varigenom bolaget avvisat en alkoholdryck eller avfört en alkoholdryck ur sitt sortiment¹.

Konkurrensverket har ställt frågor till Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden angående ärenden som kommit in till nämnden under januari-september 2008 och vilka beslut som fattats av nämnden under samma period. Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden fick under perioden in fyra ansökningar om överprövning av Systembolagets beslut. Nämnden fattade beslut i tre ärenden. Besluten resulterade i avslag på grund av att felaktig eller ofullständig offert lämnats till Systembolaget. Ett ärende avskrevs på grund av att sökanden återkallat sin ansökan då Systembolaget upphävt sitt beslut att avvisa offerten. En begäran om omprövning av ett av nämndens tidigare beslut avsågs av nämnden eftersom skäl för omprövning saknades.

Antalet förfrågningar till Systembolaget om privatimport har inte avtagit efter den 1 juli 2008 då en lagändring genomfördes som innebär att privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl tillåts under vissa förutsättningar. Under perioden *januari – september 2008* tog Systembolaget emot totalt 5 819 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 3 595 till att köp gjordes. Genomförda köp avser huvudsakligen produkter som redan fanns hos leverantörer i Sverige. De förfrågningar som inte ledde till köp berodde, enligt Systembolaget, till övervägande del på att kunden ansåg att fraktkostnaden skulle bli för hög eftersom produkten fanns utomlands.

¹ Enligt avtal mellan staten och Systembolaget AB (SFS 2008:39) avses med sortiment de alkoholdrycker som Systembolaget köper in efter offertförfrågan. Rätten till överprövning gäller inte beställningssortimentet.

4 Rättsprocesser

4.1 Mutor och bestickning

Konkurrensverket lämnade i rapporterna från åren 2005 och 2006 redogörelser för utvecklingen i de straffrättsliga processerna avseende mutor och bestickning med anknytning till Systembolaget och dess leverantörer avseende omständigheter som kan antas ha betydelse för analysen av detaljhandelsmonopolets icke-diskriminerande funktionssätt.

Den sista rättegången inleddes i Stockholms tingsrätt i juni 2008, efter att åtal hade väckts mot nio anställda i det statliga leverantörsbolaget Vin & Sprit. I tingsrättens dom i juli 2008 fälldes sex av de nio till dagsböter för bestickning². Två av dem dömdes även till villkorlig dom för att de medverkat till att mutor betalats ut till en rad butikschefer på Systembolaget under åren 2001-2003. Två av de dömda personerna har överklagat sina domar. Även Riksenheten mot korruption, som är åklagare i målen, har överklagat tingsrättens dom.³ Datum för huvudförhandling i Svea hovrätt är ännu inte fastställt.

4.2 Avtalsrättsliga sanktioner

Systembolaget vidtog under år 2007 avtalsrättsliga sanktioner mot Vin & Sprit med anledning av mutskandalen. Sanktionerna innebar att Systembolaget hävde inköpsavtal med Vin & Sprit. I mars 2008 kom en skiljedom som slog fast att Systembolaget inte hade rätt att vidta dessa sanktioner mot Vin & Sprit. Systembolaget klandrade domen och hävdade att ärendet hanterats felaktigt i skiljenämnden. Systembolaget påtalade vidare att det är bolagets skyldighet att agera konkurrensneutralt och att Systembolaget vidtagit avtalsrättsliga åtgärder även mot andra leverantörer. Vin & Sprit har i svaromål yttrat sig över Systembolagets klanderkrösmål, och Systembolaget har under november 2008 uttalat sig över Vin & Sprits svaromål. Frågan är således inte avgjord.

² Stockholms tingsrätts dom i mål B 11353-05

³ Målnummer i Svea hovrätt: B 6564-08

5 Klagomål

Konkurrensverket har under hösten 2008 uppmärksammats på en lokal producents svårigheter att få en alkoholprodukt marknadsförd via Systembolaget. Den första frågeställningen producenten tar upp rör vilken Systembolagsbutik denne hänvisas till. Producenten menar att det är märkligt att en lokal producent på en liten ort hänvisas till sin närmaste Systembolagsbutik medan en producent som har sin verksamhet närmare en större Systembolagsbutik, med större kundunderlag, kan få sin vara lagerförd där. Producenten anser att en lokal producent själv ska få avgöra i vilken eller vilka Systembolagsbutiker hans produkter ska lagerföras. Den andra frågeställningen rör vad som räknas som "lokal producent" respektive "lokalt producerad produkt". Producenten menar att det är naturligt att det är var företaget har sitt säte som ska utgöra grund för vad som räknas som en lokal producent.

I sitt svar skriver Systembolaget att dess försäljningsstatistik och erfarenhet visar att lokalt producerade produkter som ingår i beställningssortimentet efterfrågas framförallt just lokalt, det vill säga i den närmast belägna Systembolagsbutiken. Vid den analys som Systembolaget gjorde i samband med att ändringen avseende lokalt producerade produkter genomfördes, utvärderades om det fanns rättsliga förutsättningar att utvidga "undantaget" så att lokala producenter kunde ges större exponering för sina produkter. Systembolaget kunde dock konstatera att försäljningsstatistiken inte tyder på någon generellt ökad efterfrågan avseende lokalt producerade produkter när området utvidgas till att omfatta fler butiker än just den närmaste Systembolagsbutiken. Systembolagets bedömning är att en utvidgad regel skulle riskera att stå i strid med EG-rättsliga och konkurrensrättsliga regler. Systembolaget betonar dock att för det fall en lokalt producerad produkt lagerförs i den närmast belägna Systembolagsbutiken så kan produkten lagerföras även i andra butiker, under förutsättning att det kan visas att det föreligger en kundefterfrågan i dessa butiker. Vad gäller Systembolagets definition av "lokalt producerad produkt" så måste produkten förädlas lokalt eller på liknande sätt ha en lokal anknytning. Produkten kan alltså inte tillverkas utomlands och endast tappas och etiketteras lokalt. Var producenten har sitt säte eller var t.ex. huvudkontoret är beläget är i detta sammanhang inte av intresse, enligt Systembolaget.

Konkurrensverket har också, i maj 2008, erhållit ett klagomål som bl.a. berör produkters möjlighet att kvalificera sig från beställningssortimentet till det ordinarie sortimentet respektive att tas upp i det lokala sortimentet. En importör av olika alkoholvaror anser sig diskriminerad av Systembolaget då delar av hans försålda volymer fastnat i Systembolagets filter som syftar till att rensa bort misstänkta stödköp. Vidare menar importören att han och andra leverantörer tvingas hålla lager hos distributionsföretaget Lagena, som är ett dotterbolag till Systembolaget. Slutligen är importören missnöjd med de regler som gäller för lokalt producerade produkter. Två av hans produkter är lokalt framtagna för lokal försäljning och har stark lokal förankring. Eftersom de tillverkas på licens i annat land betraktas de dock inte av Systembolaget som lokalt producerade.

Systembolaget har fått tillfälle att kommentera klagomålet och anför sammanfattningsvis följande. Påståendet att Systembolaget diskriminerar importören tillbakavisas. Systembolaget menar att de avtalsbestämmelser och rutiner importören nämner i sitt klagomål tillämpas på samma sätt gentemot alla leverantörer. För att säkerställa att kvalificering från beställningssortimentet till det fasta sortimentet sker baserat på en bred och representativ kundefterfrågan använder Systembolaget ett filter vid utvärderingen. Filtret innebär att stora köp, som tydligt avviker från ett normalt försäljningsmönster, räknas bort från den försäljning som läggs till grund för överflyttning till det fasta sortimentet. När Systembolaget definierar vad som är ett stort köp jämför man hur medelköpen per segment, butik och dag fördelar sig under ett år. Gränserna för vad som räknas som ett stort köp förändras över tiden. Det övergripande syftet med Systembolagets filter är att säkerställa att sortimentet är anpassat till butikernas respektive omsättningskrets. Systembolaget betonar att den aktuella importörens produkt inte hade kvalificerat sig till försäljning i det fasta sortimentet ens om de stora köpen hade räknats med i utvärderingen. Vidare finns det enligt Systembolaget inga hinder mot att en leverantör håller eget lager eller lager hos annan distributör. Påståendet att leverantörer tvingas hålla lager hos Lagena är därför felaktigt. Slutligen anför Systembolaget att produkter som har en dokumenterad betydande lokal kundefterfrågan kan lagerhållas lokalt även om de inte är lokalt producerade. Konkurrensverket har inte vidtagit några ytterligare åtgärder i ärendet.

6 Översyn av den svenska alkohollagen

I september 2007 gav den svenska regeringen en särskild utredare i uppdrag att göra en översyn av alkohollagen (dir. 2007:127). Utredningsuppdraget beskrevs i Konkurrensverkets andra rapport till Europeiska kommissionen i december 2007. Alkohollagsutredningen ska redovisa resultatet av sitt uppdrag den 30 december 2008. Enligt direktiven ska två frågor tas upp med förtur, nämligen privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl samt indirekt reklam för alkoholdrycker. I december 2007 presenterade Alkohollagsutredningen delbetänkandet "Några alkoholfrågor med EG-rättslig anknytning" vilket behandlade dessa två frågor. Detta beskrevs närmare i Konkurrensverkets rapport till Europeiska kommissionen i juni 2008. De lagändringar som föreslogs i delbetänkandet gick i korthet ut på att privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl tillåts under vissa förutsättningar samt att förbudet mot indirekt reklam tas bort ur alkohollagen. Lagändringarna beslutades av Riksdagen i maj 2008 och trädde i kraft den 1 juli 2008.

I en motion till riksdagen i september 2008⁴ föreslog en riksdagsledamot att beställning och frakt med posten av vin, direkt från svenska vingårdar till konsument i Sverige, ska tillåtas. Idag kan svenska konsumenter beställa vin från vingårdar i andra länder. Vinet fraktas då med posten direkt till konsumenten som betalar skatt på vinet. Om en konsument i Sverige däremot vill beställa vin från en svensk vingård måste detta göras från ett annat EU-land. Vinet skickas då till detta land och sedan tillbaka till konsumenten i Sverige. Motionären anser att dessa regler gör att det är krångligare och dyrare för svenska konsumenter att beställa vin från svenska vingårdar än från vingårdar i andra länder vilket innebär konkurrensnackdelar för svenska vinproducenter jämfört med utländska.

I ytterligare en motion⁵ framhöll samma riksdagsledamot nödvändigheten av att det blir tillåtet för svenska vinproducenter att sälja egenproducerat vin direkt till konsument på vingården. I samma motion framhölls även vikten av att svenska vinproducenter tillåts servera sina viner direkt till konsument genom utskänkningstillstånd specialformulerat för detta ändamål. Motionären menar att svenska vinproducenter, till skillnad från vinproducenter i andra EU-länder, inte tillåts hålla provsmakningar på sina vingårdar om det inte gäller slutna sällskap där deltagarna är anmälda i förväg. Detta utgör en konkurrensnackdel för svenska vinproducenter jämfört med utländska.

⁴ 2008/09:m1481

⁵ 2008/09:m1446

7 Försäljning och konsumtion av alkohol

7.1 Alkoholkonsumtionen

Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) vid Stockholms universitet har regeringens uppdrag att följa alkoholkonsumtionen i Sverige.⁶

Enligt SoRADs uppgifter sjönk den totala alkoholkonsumtionen i Sverige något under det tredje kvartalet 2008 jämfört med motsvarande period år 2007. Totalt konsumerades motsvarande cirka 2,5 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre under det tredje kvartalet 2008. Detta är en minskning med 4 procent jämfört med det tredje kvartalet 2007. Under tolv månadersperioden oktober 2007 – september 2008 konsumerades motsvarande cirka 9,6 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre vilket är en minskning med 2,5 procent jämfört med närmast föregående tolv månadersperiod.

Systembolagets försäljning utgjorde därmed, enligt SoRAD, cirka 58 procent av den totala alkoholkonsumtionen. Enligt SoRAD stod restauranger för cirka 10 procent, folkölsförsäljningen för cirka 6,4 procent, resandeförseln för cirka 19,8 procent, smugglingen för cirka 6 procent och hemtillverkningen för cirka 2 procent. Internethandeln stod enligt SoRAD för cirka 0,2 procent av den totala alkoholkonsumtionen under perioden oktober 2007 – september 2008.

7.2 Försäljningen

Systembolagets försäljning under det tredje kvartalet 2008, mätt i ren alkohol, uppgick till cirka 1,43 liter per invånare 15 år och äldre (cirka 5,43 liter under perioden oktober 2007 – september 2008). Systembolagets försäljning, mätt i ren alkohol, ökade med 3 procent under det tredje kvartalet 2008 jämfört med det tredje kvartalet 2007. Systembolagets vinförsäljning ökade med 6 procent och starkölsförsäljningen med 2 procent medan spritförsäljningen minskade med 2 procent. Övriga delmängder redovisar enligt SoRADs uppskattningar minskad eller oförändrad försäljning/konsumtion: restauranger -1 procent, folkölsförsäljning -6 procent, resandeförsel -18 procent, hemtillverkning -19 procent och smuggling -13 pro-

⁶ SoRADs kartläggning bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över registrerad alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger samt folköl i livsmedelsbutiker) och lägger till skattningar av oregistrerad alkohol (införsel, smuggling och hemtillverkning). Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av en löpande frågeundersökning där 1500 slumpmässigt utvalda svenskar blir intervjuade varje månad. Denna kartläggning påbörjades i juli 2000

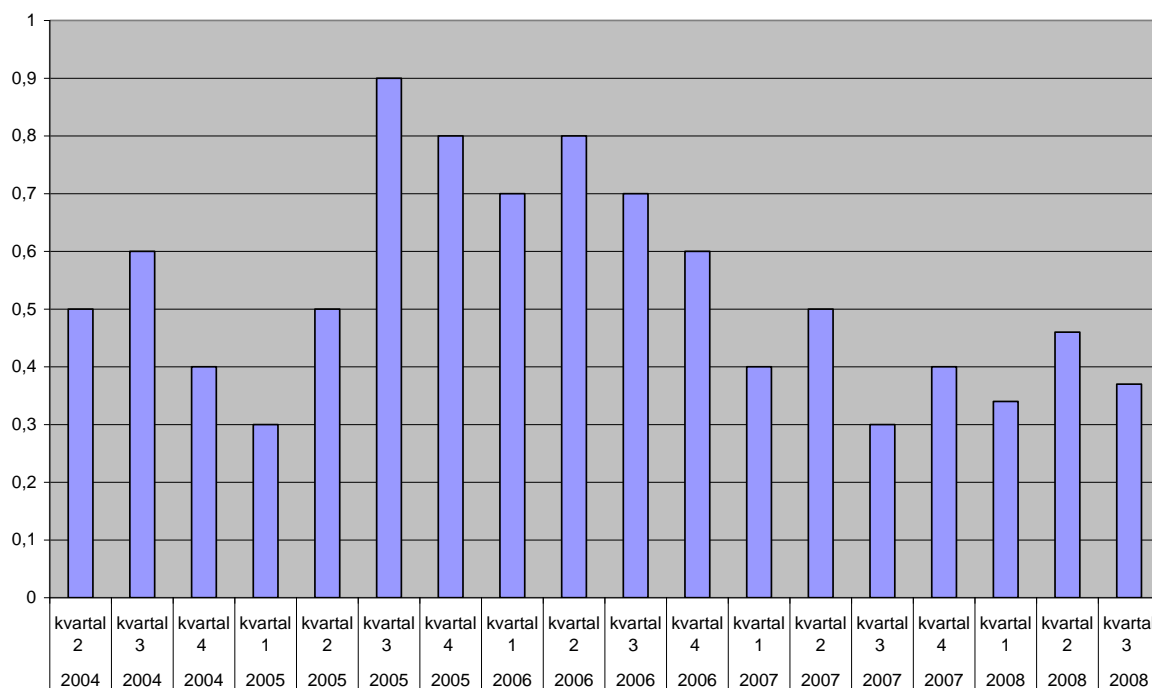
cent. Nedgången i smugglingen är enligt SoRAD oväntat stor, och man har ingen entydig förklaring till detta.⁷

7.3 Konsumtion av alkoholdrycker beställda via Internet

Alkohol inköpt via Internet utgör en liten del av den totala konsumtionen, ca 0,2 procent. Internethandeln med alkohol minskade enligt SoRAD med 27 procent under perioden oktober 2007 – september 2008 jämfört med närmast föregående tolv månadersperiod. Den kraftiga minskningen i internetförsäljningen har ännu inte analyserats av SoRAD.

Nedanstående diagram visar SoRADs estimat (kvartalsvis) av andelen av befolkningen (personer i åldrarna 16-80 år) som köpt alkohol via Internet de senaste åren. Den andel av den vuxna befolkningen som säger sig ha köpt alkohol via Internet ökade fram till slutet av 2005 varefter en stabilisering skedde. Därefter har andelen varit minskande.

Figur. 1 Andel som beställt alkohol via Internet (minst 1 gång under de senaste 12 månaderna)

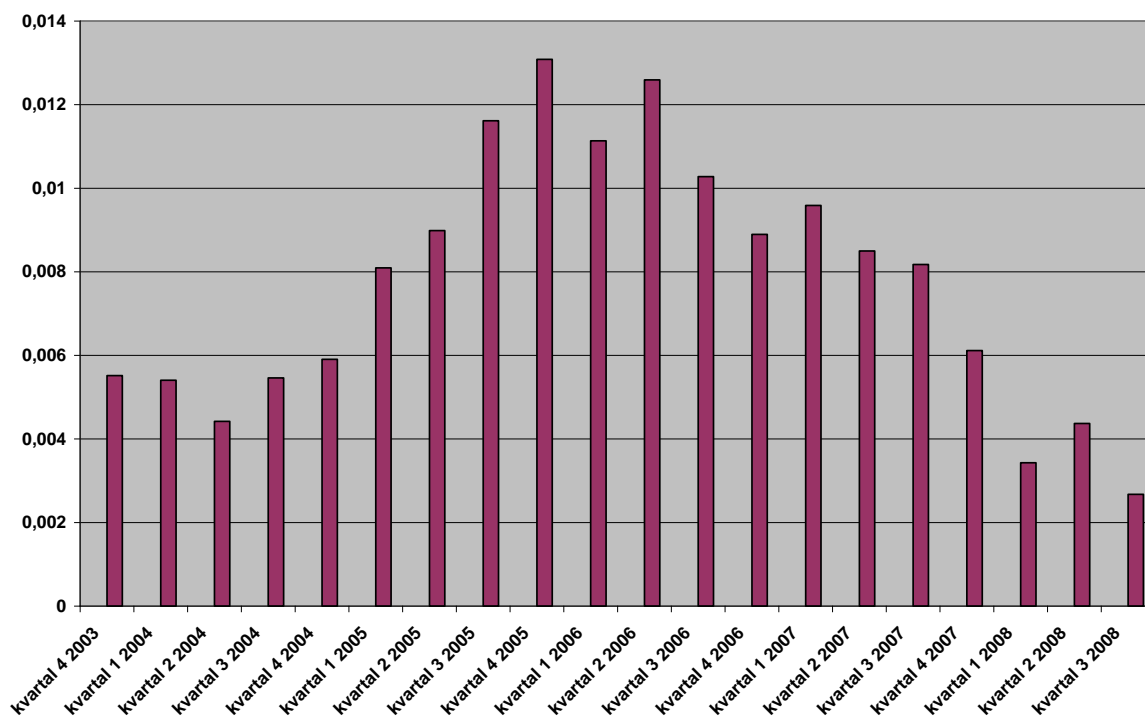


Källa: SoRAD

⁷ SoRAD poängterar att skattningar av den oregistrerade alkoholen (resandeförsel, smuggling och hemtillverkning) är mer osäkra än för den registrerade konsumtionen eftersom de i huvudsak är baserade på självrapporterade uppgifter från slumpmässiga urval av den svenska befolkningen.

Följande diagram visar SoRADs estimat (kvartalsvis) av mängden alkohol som köpts via Internet de senaste åren per invånare (personer i åldern 16-80 år). Mönstret liknar det i föregående diagram. Av figuren framgår en tydlig ökning fram till slutet av år 2005 varefter volymerna först stabiliserades för att sedan minska kraftigt.

Figur. 2 Genomsnittlig beställd mängd alkohol (liter ren alkohol 100%) per kvartal.



Källa: SoRAD

8 Sammanfattande kommentar

Systembolaget genomförde i september 2008 vissa ändringar i sina allmänna inköpsvillkor. Bland annat har Systembolaget velat klargöra att leverantörerna har rätt att avstå från att förlänga ingångna avtal, till exempel om en leverantör inte vill försälja en viss produkt som fått ny modulplacering. Inga invändningar beträffande ändringarna har inkommit till Systembolaget från leverantörerna. Vidare har Systembolaget under 2007/2008 genomfört en analys av inköpsprocessen vilken resulterat i vissa ändringar i rutinerna kring inköpsförfarandet. Bland annat har en ny utformning av offertförfrågan och offertblankett med tillhörande "lathund" tagits fram, och rutinerna för granskningen av offerter har ändrats. Konkurrensverket ser positivt på dessa ändringar då de minskar risken för underkännande av offerter på grund av felaktigt ifyllda blanketter. Vidare underlättar de förbättrade rutinerna en likabehandling av leverantörerna.

Beställnings Sortimentet svarar för en liten del av Systembolagets försäljning. Det är också få produkter som kvalificerar sig till det fasta Sortimentet från Beställnings Sortimentet. Även lokalt valda artiklar svarar för en liten del av Systembolagets försäljning och de utgör en liten andel av de artiklar en genomsnittlig butik har i sitt Sortiment. Konkurrensverket anser att möjligheten för Systembolagsbutiker att göra lokala val av produkter potentiellt är av betydelse för enskilda, särskilt mindre, producenters chanser att få butikstäckning för sina produkter. De utgör vidare ett sätt för den enskilda Systembolagsbutiken att möta lokal efterfrågan. Konkurrensverket ser därför positivt på de ändringar som Systembolaget under året har gjort i syfte att underlätta för lokalt valda/lokalt producerade varor. Konkurrensverket anser dock att det kan finnas anledning att se över och ytterligare förtydliga instruktionerna till Systembolagsbutikerna om vad som ska styra det lokala valet.

Konkurrensverket ser positivt på Systembolagets planer på att dela upp spritsegmenten och skapa nya prissegment för vissa viner då dessa förändringar torde öka möjligheterna för fler leverantörer att göra sina produkter tillgängliga.

Eftersom inköpssystemet är av väsentlig betydelse när det gäller att säkerställa Systembolagets icke-diskriminerande funktionssätt finns det skäl för Konkurrensverket att följa utvecklingen av bolagets inköps- och sortimentsmodell.

En översyn av den svenska alkohollagen pågår och Alkohollagsutredningen ska lämna sitt slutbetänkande den 30 december 2008. Den 1 juli 2008 ändrades alkohollagen bland annat så att handel med alkohol via Internet numera är tillåten. Det är sannolikt för tidigt att se några effekter av de genomförda lagändringarna. Enligt Konkurrensverkets mening är även vissa återstående frågor i utredningen intressanta ur ett konkurrensperspektiv.