



**Övervakning av det svenska detalj-
handelsmonopolet för alkoholdrycker**
- Rapport till Europeiska kommissionen
december 2010

Det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen december 2010

Konkurrensverket december 2010

Skriven av: Cecilia Maxe Aglinder

Innehållsförteckning Systembolagsrapporten

1	Konkurrensverkets uppdrag och dess genomförande	5
1.1	Konkurrensverkets uppdrag	5
1.2	Uppdragets genomförande	5
2	Inköp till detaljhandelsmonopolet	7
2.1	Systembolagets inköps- och sortimentsmodell	7
2.1.1	Fast sortiment	8
2.1.2	Beställningssortiment	8
2.1.3	Lokalt val, lokalt producerade produkter och Systembolagets privatimportservice	9
2.2	Förändringar	10
2.2.1	Genomförda förändringar	10
2.2.2	Pågående/planerade förändringar	11
3	Den nya alkohollagen	12
4	Klagomål och synpunkter	13
5	Ärenden i Alkoholsortimentsnämnden	14
6	Försäljning och konsumtion av alkohol	15
6.1	Alkoholkonsumtionen	15
6.2	Försäljningsutvecklingen	15
6.3	Konsumtion av alkoholdrycker beställda via Internet	16
7	Sammanfattande kommentar	18

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 (hädanefter 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 vid Sveriges anslutning till EU ska Konkurrensverket utöva tillsyn över detaljhandelsmonopolet vad gäller dess icke-diskriminerande funktionssätt och rapportera till kommissionen två gånger om året. Uppdraget finns även inskrivet i regeringens instruktion till Konkurrensverket¹. Konkurrensverket har utfört uppdraget sedan den 1 januari 1995.

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 avses att vidtas av Systembolaget och andra aktörer på marknaden och som kan ha betydelse för 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 korrruption m.m. Vidare har Konkurrensverket rapporterat om vissa klagomål relaterade till Systembolaget. I den första rapporten från december 2007 refererades EGdom-

¹ Förordning (2007:1117) med instruktion för Konkurrensverket, 4§

stolens dom i det s.k. Rosengrenmålet² samt EG-domstolens dom om fördragsbrott³ vilka rörde reglerna för privatimport av alkoholvaror och delvis utgjorde bakgrunden till att den svenska regeringen i september 2007 tillsatte Alkohollagsutredningen. De två domarna föranledde vissa ändringar i den svenska alkohollagen redan år 2008.

Förevarande rapport innehåller en uppdatering beträffande Systembolagets inköps- och sortimentsmodell. Vidare rapporteras det om klagomål/synpunkter på Systembolaget som inkommit till Konkurrensverket samt om ärenden som behandlats av Alkoholsortimentsnämnden under perioden januari – september 2010. Den nya alkohollagen kommenteras och försäljningen och konsumtionen av alkohol i Sverige under första halvåret 2010 redovisas. Avslutningsvis ges en sammanfattande kommentar.

Under arbetet med rapporten har Konkurrensverket ställt frågor till och inhämtat material från Systembolaget. Frågor har även ställts till Alkoholsortimentsnämnden och berörda branschorganisationer. Vidare har Konkurrensverket inhämtat material från SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning).

Klagomål och synpunkter angående Systembolagets funktionssätt som inkommit till Konkurrensverket har behandlats varvid Systembolaget beretts möjlighet att yttra sig. Systembolaget har även beretts möjlighet att lämna synpunkter i anslutning till rapportens färdigställande.

² Mål C-170/04 Rosengren m.fl.

³ Mål C-186/05 kommissionen mot Sverige

2 Inköp till detaljhandelsmonopolet

2.1 Systembolagets inköps- och sortimentsmodell

Systembolagets inköpsprocess och sortimentsmodell samt effekterna av dessa system 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.

Systembolagets sortiment består av ett fast och ett tillfälligt sortiment. Utöver dessa sortiment finns ett beställningssortiment 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 s.k. privatimportservice. Denna 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 efter den lokala kundefterfrågan.

Under perioden januari - september 2010 fördelade sig Systembolagets totala försäljning om ca 21,8 miljarder kronor enligt följande.

- Fast sortiment 96,2 procent
- Tillfälligt sortiment 2,5 procent
- Beställningssortiment 0,7 procent
- Privatimportservice 0,1 procent

Den 30 september 2010 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

- Fast sortiment 2243 artiklar (21,3 procent av antalet artiklar)
- Tillfälligt sortiment 320 artiklar (3 procent av antalet artiklar)
- Beställningssortiment 7965 artiklar (75,7 procent av antalet artiklar)

En genomsnittlig Systembolagsbutik hade sin försäljning fördelad på följande antal artiklar per sortiment under en genomsnittlig månad under januari – september 2010.

- Fast sortiment 1191 artiklar (90,0 procent av antalet artiklar)
- Tillfälligt sortiment 80 artiklar (6,0 procent av antalet artiklar)
- Beställningssortiment 52 artiklar (4,0 procent av antalet artiklar)

2.1.1 Fast sortiment

I Systembolagets allmänna inköpsvillkor finns detaljerade bestämmelser avseende utvärdering och modulplacering av artiklar i det fasta sortimentet. Alla artiklar i det fasta sortimentet utvärderas två gånger per år, i januari respektive juli (undantaget nyheter). Vid utvärdering avgörs vilka artiklar som kvalificerar sig för fortsatt försäljning i det fasta sortimentet. Utvärderingen baserar sig på en artikels s.k. bidrag. Detta beräknas som en produkt av två faktorer som speglar artikelns konsumentefterfrågan och lönsamhet nämligen försäljningen i liter respektive Systembolagets handelsmarginal. Handelsmarginalen är konsumentpris per liter minus mervärdesskatt minus eventuell pant minus inköpspris inklusive alkoholskatt. Om en artikel kvalificerar sig för fortsatt försäljning i det fasta sortimentet förlängs dess listningstid med sex månader. För det fall artikeln inte kvalificerar sig avlistas den. Ett avlistningsbeslut är överklagbart till Alkoholsortimentsnämnden.

Under januari - september 2010 avlistade Systembolaget totalt 207 artiklar från det fasta sortimentet. Som ett resultat av den utvärdering som ägde rum i januari 2010 avlistades 89 artiklar eftersom de inte uppnått minibidragsgränsen. Ytterligare 80 artiklar avlistades av samma anledning efter utvärderingen i juli 2010. I tillägg har ytterligare 37 artiklar avlistats. Den absoluta majoriteten av dessa har avlistats på leverantörens egen begäran men i några fall på grund av att leverantören inte uppfyllt sina förpliktelser enligt inköpsavtalet (t.ex. genom att under lång tid underlåta att leverera aktuell artikel trots upprepade beställningar från Systembolaget). Systembolaget har även avslutat inköpsavtalet för en alkoholfri artikel på grund av att försäljningen inte motsvarat förväntningarna.

2.1.2 Beställningssortiment

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 Systembolagsbutikerna. En artikel ur beställningssortimentet kan dock under vissa förutsättningar lagerföras i butik efter skriftligt godkännande från Systembolagets huvudkontor. Den 30 september 2010 fanns 30 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i 28 Systembolagsbutiker tack vare att det fanns en dokumenterad kundefterfrågan på produkterna.

Under januari - september 2010 listades totalt 2392 nyheter i beställningssortimentet. Under samma period kvalificerade sig 21 artiklar från beställningssortimentet för försäljning i det fasta sortimentet.

Artiklar i beställningssortimentet utvärderas för eventuell försäljning i fast sortiment endast på leverantörens begäran. Utvärderingsperioden är ett år. För att en artikel ska flyttas till det fasta sortimentet krävs att:

- minst 50 procent av bidragskravet för artiklar i det fasta sortimentet uppnås
- artikelns försålda volym är spridd över fyra län och högst 40 procent av den totala försålda volymen får tillgodoräknas i ett enskilt län
- artikeln har varit listad i beställningssortimentet i minst tre månader vid begäran om utvärdering
- artikeln inte har varit föremål för prisändring de senaste sex kalendermånaderna före begäran om utvärdering.

Vid utvärderingen använder Systembolaget s.k. filter som innebär att stora köp, som tydligt avviker från ett normalt försäljningsmönster, räknas bort från den försäljning som ligger till grund för eventuell överflyttning till fast sortiment. På detta sätt vill Systembolaget bl.a. undvika att s.k. stödköp påverkar utvärderingen.

2.1.3 Lokalt val, lokalt producerade produkter och Systembolagets privatimportservice

Utöver det centralt tilldelade sortimentet har Systembolagsbutikerna möjlighet att ta hem ytterligare artiklar som "lokalt val". De produkter en butik själv får välja ska tas från det fasta och/eller det tillfälliga sortimentet. Antalet lokala val ska som huvudregel inte överstiga 50 artiklar. Under januari - september 2010 hade Systembolagets butiker i genomsnitt 42 lokalt valda artiklar per butik. Försäljningen av butikernas lokalt valda artiklar analyseras kontinuerligt av kategoricheferna på Systembolagets huvudkontor i syfte att vidareutveckla den framtida sortimentstilldelningen.

Som nämnts ovan, lagerförs artiklar från beställningssortimentet i regel inte i Systembolagsbutikerna. Under förutsättning att det finns en dokumenterad lokal kundefterfrågan på en artikel i beställningssortimentet kan denna dock lagerföras i butik efter skriftligt godkännande från Systembolagets huvudkontor. Om det sedan visar sig att produkten inte säljer i tillräckligt stor omfattning för att motivera lagerföring upphör rätten till lagerföring.

Sedan den 1 juni 2010 är det också möjligt för leverantörer av lokalt producerade produkter i beställningssortimentet att efter ansökan hos Systembolagets huvudkontor lagerföra produkter i de tre närmast belägna Systembolagsbutikerna, d.v.s. de butiker som är närmast belägen produktionen. Eftersom inköpsvillkoren relaterar till "lokal", och inte "svensk", produktion, ska också tillverkare av alkohol-drycker vars produktionsanläggningar är belägna i andra länder, men nära en Systembolagsbutik, kunna lagerföras i de lokala Systembolagsbutikerna. Möjligheten att lagerföra produkter med dokumenterad lokal kundefterfrågan gäller således samtliga artiklar i beställningssortimentet, d.v.s. regeln har inte tagits fram specifikt för lokalt producerade produkter. Den 30 september 2010 fanns 250 olika lokalt producerade produkter från 61 producenter listade i 118 olika Systembolagsbutiker.

Under januari – september 2010 stod lokalt valda eller producerade artiklar för 4,8 procent av Systembolagets totala försäljning i kronor räknat. 97,5 procent av denna försäljning avsåg artiklar från det fasta sortimentet. Det tillfälliga sortimentet stod för 0,7 procent och beställningssortimentet för 1,8 procent.

Antalet förfrågningar till Systembolaget om privatimport har inte blivit färre efter den 1 juli 2008 då det klargjordes att privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl är tillåtet. Under januari - september 2010 tog Systembolaget emot 8 238 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 833 till att köp gjordes.

2.2 Förändringar

2.2.1 Genomförda förändringar

Prisjusteringar

Systembolaget har ändrat sin praxis rörande prisjusteringar. Bakgrunden till praxisändringen beskrevs närmare i Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juli 2010. Den ändrade praxisen, som kommer att få effekt från och med prisändringstillfället den 1 april 2011, innebär att Systembolaget inte längre kommer att motsätta sig de eventuella prisändringar som Systembolagets leverantörer önskar genomföra. Detta betyder även att Systembolaget fortsättningsvis inte heller kommer att begära in underlag och argument från leverantörerna för begärda prisjusteringar.

I samband med den ändrade praxisen kommer Systembolaget att förstärka uppföljningen avseende kvalitet och prisvärde i det fasta sortimentet. För att kunna möta eventuella prisförändringar som innebär att ett erbjudande skulle komma att saknas i ett visst prissegment eller en viss kategori kommer Systembolaget att införa ett nytt lanseringssätt: s.k. extralanseringar. I praktiken innebär det att extra offertförfrågningar kommer att skickas ut om Systembolaget identifierar ett behov av att förstärka erbjudandet i vissa delar av sortimentet. Avsikten med extralanseringarna är att säkerställa att Systembolaget även framöver kommer att erbjuda ett sortiment som uppfyller kundernas efterfrågan och förväntningar.

Praxisändringen ska utvärderas av Systembolaget efter ett år. Vid utvärderingen kommer det särskilt att undersökas om Systembolaget, i tillägg till extralanseringarna, behöver ytterligare verktyg för att kunna erbjuda sina kunder ett prisvärt sortiment.

Utvärderingsmodell

Under hösten 2010 har Systembolaget infört en central utvärderingsmodell för såväl lokalt producerade produkter som övriga artiklar i beställningssortimentet vilka lagerförs i Systembolagsbutik. Utvärderingsmodellen är baserad på de principer och bidragsgränser som används vid utvärderingen av artiklar i det fasta sor-

timentet. De produkter som lagerförs lokalt kommer däremot att utvärderas med hjälp av en matematisk modell som bryter ner de nationella bidragsgränserna på lokal nivå. Vidare har Systembolaget infört bestämmelser som klargör att en leverantör av lokalt producerad produkt enbart kan begära att produkten lagerförs i Systembolagsbutik(-er) vid ett tillfälle. Om en Systembolagsbutik upphört att lagerföra en lokalt producerad produkt p.g.a. att produkten inte uppnått bidragsgränsen så kan leverantören därmed inte igen begära att produkten ska lagerföras i samma Systembolagsbutik, om det inte finns en faktisk och dokumenterad konsumentefterfrågan. Första utvärderingsperiod är planerad till januari-juni 2011.

Innovationsartiklar

Ytterligare en förändring är att Systembolaget under hösten 2010 uppdaterat sina inköpsvillkor med en bestämmelse som gör det möjligt att snabbare köpa in s.k. innovationsartiklar. Målsättningen med detta är att skapa bättre möjligheter för Systembolaget att snabbare köpa in nyskapande artiklar som ligger i linje med Systembolagets uppdrag även i de fall där antalet potentiella svarande på en offert understiger dagens praxis på tio stycken.

Systembolaget uppger att man inte mottagit några invändningar från leverantörer mot de genomförda förändringarna utan att ett flertal leverantörer uttryckt sig positivt.

2.2.2 Pågående/planerade förändringar

I Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juli 2010 beskrevs Systembolagets arbete med lanseringen av en e-servicetjänst, vilket påbörjades i oktober 2009. Målet var att göra e-beställningstjänsten tillgänglig för köp och uthämtning i samtliga Systembolagsbutiker senast i maj månad 2010. Systembolaget har under hösten 2010 informerat Konkurrensverket om att arbetet med lanseringen gått långsammare än beräknat. Detta har bl.a. inneburit att e-servicetjänsten alltjämt är begränsad till artiklar i beställningssortimentet (i beställningssortimentet finns bl.a. artiklar från s.k. gårdsproducenter). Förseningarna har även medfört att arbetet med att inkludera ytterligare delar av Systembolagets sortiment, såsom s.k. heta lanseringar, precis har påbörjats.⁴ Systembolagets nya ambition är att e-servicetjänsten ska utökas med de produkter som erbjuds inom Systembolagets privatimportservice under första kvartalet 2011.

Systembolaget uppger att inga ytterligare beslutade eller planerade förändringar finns för närvarande.

⁴ "Heta lanseringar" är exklusiva viner som Systembolaget får tillgång endast i små eller mycket små partier (ibland bara ett tiotal flaskor). Vinerna har internationell efterfrågan och ligger i mycket höga prislägen.

3 Den nya alkohollagen

Alkohollagsutredningen presenterade sitt slutbetänkande i mars 2009⁵. De frågor som är särskilt intressanta ur konkurrenssynpunkt beskrevs i Konkurrensverkets rapport till kommissionen i november 2009. En av dessa gällde gårdsförsäljning, d.v.s. försäljning av starköl, vin och spritdrycker direkt från tillverkare till konsumenter. Utredningen la inte fram något förslag om att sådan försäljning ska tillåtas, bl.a. med hänvisning till att en inskränkning av Systembolagets ensamrätt till detaljhandel med alkoholprodukter skulle strida mot det EU-rättsliga regelverket. Frågan har dock debatterats i media och flera remissinstanser, däribland Konkurrensverket, har ifrågasatt utredningens EU-rättsliga analys. Mot bakgrund av detta gav regeringen den 4 mars 2010 en särskild utredare i uppdrag att ta fram ett förslag på hur gårdsförsäljning av alkoholdrycker skulle kunna ske på ett sätt som är förenligt med såväl EU-rätten som Systembolagets detaljhandelsmonopol och utan att det leder till negativa konsekvenser för folkhälsan. Utredningsdirektiven beskrevs närmare i Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juli 2010⁶.

Uppdraget skulle ha redovisats senast den 1 oktober 2010. Utredningstiden har emellertid förlängts, och utredningen beräknas för närvarande vara klar runt årsskiftet 2010/2011. Utredningen har offentliggjort att man kommer att lägga fram ett förslag om att gårdsförsäljning ska tillåtas men vill inte gå in på exakt hur förslaget kommer att utformas. I Konkurrensverkets yttrande över Alkohollagsutredningens slutbetänkande uttryckte sig Konkurrensverket positivt till gårdsförsäljning under förutsättning att de aktuella produkterna inte finns i Systembolagets sortiment. I sådana situationer utgör gårdsförsäljning, enligt Konkurrensverkets mening, inget hot mot Systembolagets detaljhandelsmonopol.

Den 18 mars 2010 överlämnade regeringen propositionen "En ny alkohollag" till riksdagen⁷. De konkurrensrättsliga aspekterna av propositionen presenterades och kommenterades i Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juli 2010. Enligt de ursprungliga planerna skulle lagförslaget ha behandlats av riksdagen under våren 2010 för att sedan träda i kraft den 1 augusti 2010. Frågor som uppkom med anledning av den obligatoriska EU-notifiering som gjordes medförde dock att processen fördröjdes. Den 1 december 2010 fattade riksdagen beslut om en ny alkohollag.⁸ Lagen kommer att träda i kraft den 1 januari 2011.

⁵ SOU 2009:22

⁶ Dir 2010:21

⁷ Prop. 2009/10:125

⁸ Kammarkens biföll socialutskottets förslag enligt betänkande 2010/11:SoU4

4 Klagomål och synpunkter

Konkurrensverket mottog under våren 2010 ett klagomål från en vinproducent som ansåg att Systembolaget missbrukade sin dominerande ställning och även menade att det förelåg ett konkurrensbegränsande avtal mellan Systembolaget och leverantörsbolaget Vin & Sprit. Klagomålet rörde rätten att sälja vissa viner på Systembolaget. Det påstådda missbruket och avtalet innebar enligt klagomålet att vinproducenten utestängdes från den svenska marknaden.

Systembolaget fick ta del av klagomålet och bestred anklagelserna.

Konkurrensverket fattade i slutet av sommaren 2010 beslut om att inte utreda klagomålet vidare. I beslutet skrev Konkurrensverket att den aktuella vinproducenten för närvarande är inblandad i ett flertal rättsliga tvister med Systembolaget och Vin & Sprit som motparter. Dessa tvister gäller bl.a. frågor som har direkt relevans för klagomålet. Dessutom ansåg Konkurrensverket att förutsättningarna för att kunna utreda och bevisa de av vinproducenten påstådda överträdelserna av konkurrenslagen var oklara. Med hänvisning till Konkurrensverkets prioriteringspolicy gjorde Konkurrensverket bedömningen att det inte fanns skäl för att i sak ytterligare pröva de förhållanden som vinproducenten tog upp. Konkurrensverkets beslut innebar dock inte ett ställningstagande till om förfarandena stred mot konkurrensreglerna.

Under hösten 2010 mottog Konkurrensverket ett annat klagomål som gällde reglerna för privatimport av alkoholvaror. Den privatperson som skickat klagomålet menade att reglerna för den form av privatimport som inte sker via Systembolagets privatimportservice är korrekta och tillämpliga för yrkesmässig import men oacceptabla för dem som endast vill köpa små mängder alkoholvaror. Reglerna för sådan privatimport, specifikt procedurerna kring beskattningen, är enligt klagomålet krångliga och har som syfte att skydda det svenska monopolet från konkurrens.

Systembolaget har avstått från att kommentera klagomålet eftersom det rör innehållet i svensk alkoholpolitik, d.v.s. ett område som hanteras av andra organ än Systembolaget.

5 Ärenden i Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden har bl.a. till uppgift att överpröva Systembolagets beslut varigenom bolaget avvisat en alkoholdryck eller avfört en alkoholdryck ur sitt sortiment⁹.

Konkurrensverket har ställt frågor till Alkoholsortimentsnämnden angående ärenden som kommit in till nämnden under januari - september 2010 och vilka beslut som fattats av nämnden under denna period. Alkoholsortimentsnämnden fick under perioden in fem ansökningar om överprövning av Systembolagets beslut. Ett ärende avsåg ett beslut om avlistning från Systembolagets sortiment på grund av att produkten inte uppfyllde det bestämda gränsvärdet. I detta ärende avslog nämnden ansökan om överprövning. I två av ärendena avvisade nämnden ansökan på grund av att rätten till överprövning inte gäller beställningssortimentet. En ansökan om överprövning har återkallats av klaganden, och ett ärende är ännu inte avgjort.

⁹ 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.

6 Försäljning och konsumtion av alkohol

6.1 Alkoholkonsumtionen

Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning vid Stockholms universitet (SoRAD) har regeringens uppdrag att löpande följa alkoholkonsumtionen i Sverige. SoRADs kartläggning bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över registrerad alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger samt folköl i livsmedelsbutiker) samt 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. SoRAD poängterar att skattningar av den oregistrerade alkoholen är mer osäkra än för den registrerade konsumtionen eftersom de i huvudsak är baserade på självrapporterade uppgifter från slumpmässiga urval av befolkningen.

Enligt SoRADs uppgifter sjönk den totala alkoholkonsumtionen i Sverige med 1 procent under det första halvåret 2010 jämfört med motsvarande period 2009. Under de första sex månaderna 2010 konsumerades motsvarande 4,42 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre vilket kan jämföras med 4,47 liter under samma period 2009. Vad gäller olika dryckessorter svarade vin för 41 procent, starköl för 29 procent och sprit för 21 procent av totalkonsumtionen. Folköl och cider/ blanddrycker utgjorde 7 respektive 2 procent.

6.2 Försäljningsutvecklingen

Systembolagets försäljning första halvåret 2010, mätt i ren alkohol, uppgick till 2,78 liter per invånare som är 15 år eller äldre, vilket kan jämföras med 2,70 liter för samma period år 2008. Trots nedgången i den totala alkoholkonsumtionen ökade således Systembolagets försäljning med 3 procent. Systembolagets vinförsäljning ökade med 4,9 procent och starkölsförsäljningen med 1,3 procent medan spritförsäljningen ökade med 2,2 procent.

Systembolagets försäljning första halvåret 2010 utgjorde enligt SoRAD 62,7 procent av den totala alkoholkonsumtionen. Restauranger stod för 10,2 procent, folkölsförsäljningen för 6,6 procent, resandeförseln för 13,8 procent, smugglingen för 5,2 procent och hemtillverkningen för 1,4 procent. Internethandeln stod för cirka 0,1 procent.

Ett tecken på trendbrott kan noteras för resandeförseln, som minskat årligen sedan toppåret 2004 men nu ökat med 6 procent jämfört med första halvåret 2009. Enligt SoRAD kan det vara den starkare svenska kronan, vilken gör det billigare att handla utomlands, som ligger bakom ökningen. En annan förändring är att skattningarna av den s.k. illegala alkoholen, d.v.s. insmugglade alkoholvaror och hem-

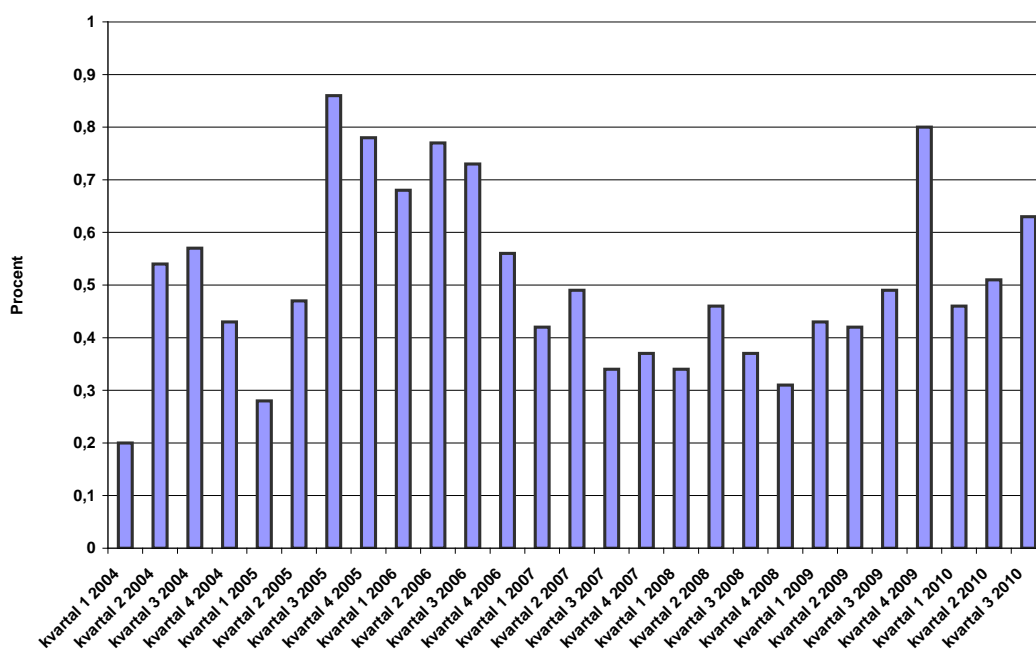
bränd sprit, minskar kraftigt. SoRAD betonar dock att dessa delmängder är svårast att beräkna och därmed förknippade med störst osäkerhet. Smugglingen av spritdrycker har enligt SoRAD minskat med 33 procent under årets första sex månader, medan konsumtionen av hembränd sprit minskat med 40 procent. Restaurangernas försäljning minskade med 1 procent, liksom folkölsförsäljningen.

De senaste sex åren har Systembolagets andel av den totala alkoholförsäljningen (d.v.s. registrerad och oregistrerad sammanlagda), enligt SoRAD, ökat från cirka 47 procent (år 2004) till cirka 62 procent (år 2009) och cirka 63 procent första halvåret 2010.

6.3 Konsumtion av alkoholdrycker beställda via Internet

Alkohol inköpt via Internet utgör en liten del av den totala konsumtionen, cirka 0,1 procent. Under de tre första kvartalen 2010 konsumerades enligt SoRAD motsvarande 0,021 liter ren alkohol köpt via Internet per person (15 -80 år). Under motsvarande period 2009 konsumerades 0,026 liter per person. 0,53 procent av befolkningen uppgav för SoRAD att de köpt alkohol via Internet under de tre första kvartalen i år. Motsvarande siffra för de tre första kvartalen 2009 var 0,45 procent.

Följande diagram visar SoRADs estimerat kvartalsvis av andelen av befolkningen som köpt alkohol via Internet de senaste åren. Av diagrammet framgår att andelen låg högt under slutet av år 2005 och under år 2006 varefter den sjönk för att återigen nå en topp i slutet av år 2009 (källa: SoRAD).



7 Sammanfattande kommentar

Enligt SoRADs statistik har Systembolagets försäljning, mätt i ren alkohol, ökat med 3 procent under det första halvåret 2010 jämfört med samma period 2009. Samtidigt visar SoRADs siffror att den totala alkoholkonsumtionen i Sverige minskat med 1 procent under samma period. På basis av SoRADs uppgifter konstaterar Konkurrensverket att Systembolagets andel av den totala alkoholförsäljningen de senaste fem åren har ökat från cirka 47 procent (år 2004) till cirka 63 procent (kvar-tal 1-3 2010). Internethandelns andel av den totala alkoholförsäljningen är liten, endast cirka 0,1 procent det första halvåret 2010. Den har varit minskande de senaste åren med undantag för år 2009 då den tillfälligt ökade något. Nivån på internet-handeln är dock fortfarande låg, och någon analys av orsakerna till detta har inte gjorts, vare sig av SoRAD eller av Konkurrensverket.

Den 1 december 2010 fattade riksdagen beslut om en ny alkohollag vilken kommer att träda i kraft den 1 januari 2011. Som Konkurrensverket framfört i sin rapport till kommissionen i november 2009, kommer den nya lagen inte att innebära några större förändringar för Systembolaget ur ett konkurrensperspektiv eftersom monopolen kvarstår. Beträffande gårdsförsäljning av alkoholprodukter planerar den pågående gårdsförsäljningsutredningen att vid årsskiftet 2010/2011 presentera ett förslag som innebär att sådan försäljning ska tillåtas. Konkurrensverket känner ännu inte till hur förslaget ska utformas men välkomnar att även små alkoholproducenter får ökade möjligheter att sälja sina produkter, vilket är viktigt från konkurrenssynpunkt. Den eventuella diskriminering gentemot utländska alkoholproducenter som gårdsförsäljning kan innebära torde enligt Konkurrensverket inte vara märkbar. Dessutom borde de positiva effekterna ur ett konkurrensperspektiv överväga eventuella nackdelar.

Systembolagets praxis beträffande prisjusteringar har behandlats i Konkurrensverkets tidigare rapporter till kommissionen. Konkurrensverket är positivt till att Systembolaget beslutat att inte fortsättningsvis motsätta sig eventuella prisjusteringar från leverantörernas sida. Då den nya praxisen ska börja gälla år 2011 avser Konkurrensverket att återkomma till den i framtida rapporter.

Den centrala utvärderingsmodell för lokalt producerade produkter och övriga artiklar i beställningssortimentet vilka lagerförs i Systembolagsbutik, som Systembolaget infört under hösten 2010, ska utvärderas av Systembolaget under januari-juni 2011. Konkurrensverket avser därför att återkomma till utvärderingsmodellen i framtida rapporter.

Systembolaget har under hösten 2010 uppdaterat sina inköpsvillkor med en bestämmelse som gör det möjligt att snabbare köpa in s.k. innovationsartiklar. Målsättningen är att skapa bättre möjligheter för Systembolaget att snabbare köpa in nyskapande artiklar även i de fall där antalet potentiella svarande på en offert understiger dagens praxis på tio stycken. Konkurrensverket ser positivt på den nya

bestämmelsen eftersom den torde ge fler producenter möjlighet att nå ut med sina produkter på marknaden.

Systembolaget har uppgett att man arbetar med att utveckla sin e-servicetjänst. Konkurrensverket anser att det är positivt att alkoholproducenter genom e-service-tjänsten kommer att få ökade möjligheter att nå ut på marknaden med sina produkter. E-servicetjänsten kommer även att innebära en ökad service för konsumenterna vilket också får anses positivt. Konkurrensverket noterar dock att utvecklingen av e-servicetjänsten gått relativt långsamt och att tjänsten ännu så länge endast omfattar artiklar i beställningssortimentet.

Vad gäller klagomålet på krångliga regler för privatimport av alkoholvaror kan Konkurrensverket konstatera att internethandeln med alkohol allttjämt svarar för en liten del av den totala alkoholkonsumtionen. Varken Konkurrensverket eller SoRAD har analyserat vad den låga nivån beror på. I 2007 års första rapport till kommissionen tog Konkurrensverket upp den svenska skattelagstiftningen och dess tillämpning avseende privatpersoners införsel av alkohol. Här redogjordes för de regler som gäller när en privatperson vill importera alkoholvaror. I anslutning till rapporten gjorde Copenhagen Economics, på uppdrag av Konkurrensverket, en undersökning angående privatpersoners import av alkoholvaror via ombud, d.v.s. där någon annan än beställaren ombesörjde transporten. Undersökningen byggde på intervjuer med företrädare för ett antal företag som agerar ombud. De intervjuade personerna ansåg att det fanns potential för privatimport och att denna borde växa i omfattning men framhöll samtidigt att det största hindret mot en sådan utveckling var osäkerhet om skattereglerna och framför allt att det är komplicerat att följa dem. Konkurrensverket skrev i rapporten att distansförsäljning borde vara en attraktiv kanal för privatimporten. En säljare i utlandet som ombesörjer försäljning och transport av alkoholdrycker till privatpersoner i Sverige kan registrera sig som distansförsäljare. Privatpersoner som köper alkoholdrycker via distansförsäljare slipper den administrativa procedur som innefattar erläggande av alkoholskatt m.m. I december 2007 fanns endast två registrerade distansombud hos Skatteverket. Per den 1 november 2010 hade antalet ökat till 52 stycken. Konkurrensverket kan därmed konstatera att antalet distansombud har ökat drastiskt på tre år, vilket måste ses som positivt från konkurrenssynpunkt. Antalet anmälningar till Skatteverket om privatpersoners införsel uppgår hittills i år (den 15 november) till 64 stycken. Eftersom ingen analys gjorts är det inte möjligt att med säkerhet säga vad den låga nivån på privatinförseln beror på. Konkurrensverket konstaterar dock att det inte skett någon förändring vad gäller skattereglerna, något som säkerligen kan vara en förklaring till de låga nivåerna.