



**Övervakning av det svenska detalj-
handelsmonopolet för alkoholdrycker**
- Rapport till Europeiska kommissionen
december 2013

Det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen december 2013

Konkurrensverket december 2013

Skriven av: Cecilia Maxe Aglinder

Innehållsförteckning

1	Konkurrensverkets uppdrag	4
1.1	Konkurrensverkets uppdrag	4
1.2	Uppdragets genomförande.....	4
2	Inköp och försäljning	6
2.1	Systembolagets nya sortimentsmodell.....	6
2.1.1	Bakgrund	6
2.1.2	Nuläge.....	6
2.1.3	Synpunkter till Systembolaget.....	7
2.2	Hemleveranser, internetbeställningar, matlagningsviner.....	8
2.2.1	Hemleveranser.....	8
2.2.2	Internetbeställningar.....	9
2.2.3	Matlagningsviner	10
2.3	Systembolagets tvister	11
3	Privata e-handelsaktörer	14
3.1	Bakgrund och dagsläge	14
3.2	Utredning om tillsyn.....	15
3.2.1	Utredningens resultat och förslag.....	15
3.2.2	Konkurrensverkets yttrande.....	17
4	Klagomål och synpunkter	18
4.1	Systembolagets inköpsrutiner	18
4.2	Systembolagets lagerstyrningsverktyg	20
5	Ärenden i Alkoholsortimentsnämnden	21
6	Försäljning och konsumtion av alkohol	22
6.1	Systembolagets försäljning.....	22
6.1.1	Fast sortiment, tillfälligt sortiment, beställningssortiment.....	22
6.1.2	Lokalt val, lokalt producerade produkter och Systembolagets privatimportservice	23
6.2	SoRADs rapportering	24
6.2.1	Alkoholdrycker beställda via internet.....	25
7	Sammanfattande kommentar	26

1 Konkurrensverkets uppdrag

1.1 Konkurrensverkets uppdrag

I samband med förhandlingarna om svenskt medlemskap i EU behandlades frågan om Systembolagets detaljhandelsmonopol. För att Sverige skulle få behålla monopolen ansåg Europeiska kommissionen (hädanefter kommissionen) 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 detaljhandelsmonopolen 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 detaljhandelsmonopolen 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 detaljhandelsmonopolen 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 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 korruption m.m. Vidare har Konkurrensverket löpande rapporterat om vissa klagomål relaterade till Systembolaget. I den första rapporten från december 2007 refererades EG-

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

domstolens 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. Konkurrensverket har även rapporterat om den nya alkohollagen som trädde i kraft den 1 januari 2011 samt om Gårdsförsäljningsutredningen.

I förra årets första rapport (juni 2012) redogjordes för Systembolagets nya sortimentsmodell som började implementeras under hösten 2012. Rapporterna har sedan dess innehållit kompletterande information avseende den nya modellen. Så gör även den nu aktuella rapporten. Vidare rapporterar Konkurrensverket bl.a. om Systembolagets e-handelsförsäljning och försöksverksamhet med hemleveranser. Klagomål på Systembolaget refereras liksom den statliga utredning som gjorts om tillsyn över bl.a. e-handel med alkoholdrycker. Ärenden som behandlats av Alkoholsortimentsnämnden under januari-september 2013 refereras och siffror på Systembolagets försäljning under samma period presenteras. Statistik från SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning) gällande inköp av alkoholdrycker via internet refereras. Avslutningsvis ges en sammanfattande kommentar.

Under arbetet med rapporten har Konkurrensverket ställt frågor till och inhämtat material från Systembolaget och SoRAD. Frågor har även ställts till bl.a. Alkoholsortimentsnämnden och berörda branschorganisationer.

Systembolaget har 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 och försäljning

2.1 Systembolagets nya sortimentsmodell

2.1.1 Bakgrund

Systembolaget påbörjade under år 2010 en genomlysning av sitt arbetssätt och kunderbudande för att i framtiden kunna möta olika kundgruppers förväntningar bättre. Med anledning av detta har Systembolaget återkommande bjudit in sina leverantörer till diskussioner rörande vad som skulle kunna förbättras i Systembolagets sortimentsmodell. Systembolaget har dokumenterat leverantörernas synpunkter och delgett leverantörerna den samlade bilden av förändringsönskemålen.

I maj 2012 presenterade Systembolaget sin nya sortimentsmodell. Den 1 oktober 2012 genomfördes en större förändring av Systembolagets inköpsvillkor med anledning av den nya modellen. I samband med att Systembolaget kommunicerade förändringarna i inköpsvillkoren till leverantörerna informerade Systembolaget även om vilka övergångsregler som skulle gälla under införandefasen (längst t.o.m. den 31 augusti 2013). Den nya sortimentsmodellen har införts gradvis och var slutligt införd i början av hösten 2013.

2.1.2 Nuläge

Konkurrensverket gav en utförlig beskrivning av den nya sortimentsmodellen i sin rapport till kommissionen i juni 2012. I korthet innebär modellen ett nytt sätt att klassificera och gruppera butiker, samt införande av flera sortimentsmixar och tätare sortimentskiften. Systembolagets syfte med modellen är att bättre anpassa sortimentet efter kundbehovet och skapa större flexibilitet för kunderna.

Även för leverantörernas del innebär den nya modellen förändringar. Sortimentet utvärderas nu med kortare intervaller, och artiklar i beställningssortimentet deltar i samma utvärderings- och rankingprocess som artiklar i det fasta sortimentet.⁴ En uppflyttning från beställningssortimentet till det fasta sortimentet ger omedelbar butikstäckning. Artiklar utvärderas efter den försäljning de genererar totalt sett. För att kompensera artiklar som inte lagerförs på alla butiker viktas varje artikels bidrag. Syftet är att skapa en mer rättvis bedömning av artiklarnas prestation.

Alla leverantörer får en veckovis preliminär ranking via Leverantörsportalen där de kan följa sina artiklars prestationer jämfört med andra i samma segment. Leverantörerna kan emellertid se endast sina egna artiklars namn i Leverantörsportalen.

⁴ En leverantör vars artikel kvalificerat sig från beställningssortimentet till det fasta sortimentet kan dock alltid välja att avstå från att lansera artikeln i det fasta sortimentet.

För övriga artiklar visas endast poäng. Systembolaget erbjuder dock, som tidigare, intresserade leverantörer möjligheten att köpa historisk försäljningsdata avseende som tidigast föregående försäljningsmånad. Den historiska försäljningsdatan visar försäljningen av samtliga artiklar.

Systembolaget konstaterar att den nya modellen fått konsekvenser som Systembolaget förutspått och önskat. Enligt Systembolaget har de väsentligt förbättrade förutsättningarna för marknadstillträde för nya artiklar inneburit att artiklar i beställningssortimentet nu i ökad omfattning tar plats i det fasta sortimentet. Alla artiklar i det fasta sortimentet har butikstäckning, och antalet artiklar som är lagerstyrda på butik har ökat från cirka 1600 till cirka 2150. Samtidigt är det färre artiklar som nu finns på samtliga butiker. En artikels distribution i Systembolagets butiker beror på det av Systembolaget bestämda antalet positioner (artiklar) i sortimentmixplanen och placeringen i rankinglistan för respektive segment och sortimentbehov.

Vidare konstaterar Systembolaget att försäljningens fördelning har förändrats eftersom andelen artiklar i tillfälligt sortiment har minskat till förmån för s.k. nyheter i fast sortiment vilka, till skillnad från artiklar i tillfälligt sortiment, kan bli kvar i det fasta sortimentet.

2.1.3 Synpunkter till Systembolaget

Systembolaget uppger att man mottagit klagomål på att den nya sortimentsmodellens kortare poängberäkningsperioder gör lagerplanering svårare för artiklar som har lång transportväg till Sverige. Modellen innebär att man får definitiv distribution bestämd åtta veckor före ett sortimentsskifte, mot tidigare tio veckor. Systembolaget är medvetet om att det innebär en ökad svårighet att planera leveranstider när ledtiderna är långa, t.ex. vid transporter från Nya Zeeland jämfört med från Tyskland. Som ett sätt att förbättra förutsebarheten för leverantörerna har Systembolaget, i samband med införandet av den nya sortimentsmodellen, infört ett systemstöd som gör att leverantörerna varje vecka under hela poängberäkningsperioden kan följa en uppskattad ranking som ger en viss distribution. Detta innebär en ökad transparens gentemot leverantörerna som, betydligt tidigare än vad som förut varit möjligt, kan skapa sig en uppfattning om vilken distributionsnivå en viss artikel sannolikt kan förväntas få framöver.

En annan synpunkt som framförts är att kortare garanterade listningstider i det fasta sortimentet (numera sex månader mot tidigare tolv) gör det svårt för nya artiklar att etablera sig i sortimentet. Mot bakgrund av att Systembolaget redan efter någon vecka brukar ha en tydlig bild av hur det kommer att gå för en nylansering anser Systembolaget emellertid att en period om ett halvår räcker mer än väl för att kunderna ska hinna upptäcka de nylanserade artiklarna. Enligt Systembolagets undersökningar har inte någon enda kategori identifierats som skulle behöva mer tid än sex månader för att få en rättvis utvärdering.

Vidare har Systembolaget mottagit klagomål på att större förpackningsstorlekar missgynnas inom ramen för den nya sortimentsmodellen. I den nya modellen viktas det bidrag som en artikel fått på basis av sin försäljning med en volymfaktor som beror av förpackningens storlek. Viktningen innebär att större förpackningar viktas ner i utvärderingen jämfört med mindre förpackningar. Om viktningen inte genomfördes skulle större förpackningar, med sitt större bidrag per enhet, få en fördel gentemot mindre förpackningar. En sådan konsekvens skulle enligt Systembolaget gå stick i stäv med Systembolagets uppdrag att begränsa alkoholens skadeverkningar och inspirera till ett mer hälsosamt drickande. Systembolaget arbetar för närvarande på att ta in en bestämmelse i de Allmänna Inköpsvillkoren enligt vilken leverantörer som önskar byta förpackningsstorlek, från en större till en mindre, kan göra det.

Parallellt med införandet av den nya sortimentsmodellen införde Systembolaget en ny indelning av artiklarna i sina butiker vilken syftar till att göra det lättare för kunderna att hitta. I huvudsak innebär den nya indelningen att butikerna inte längre uteslutande sorterar artiklar efter pris utan efter land. En kritik som framförts mot denna ordning har varit att artiklar från mindre ursprung syns sämre i den nya indelningen. Systembolaget menar dock att det kan vara en fördel – även för artiklar från små ursprung – att samlas på ett och samma ställe i butiken och där få större gemensam exponeringsyta.

Under januari-september 2013 tog Systembolaget emot 6 132 offerter avseende kommande lanseringar i fast sortiment. Av dessa hade 630 offerter, dvs. ca 10 procent, avvisats p.g.a. formella fel per den 11 november 2013. Med formella fel menas att offerten innehöll en eller flera formella brister gällande pris, ursprung eller varukategori. Då 635 offerter ännu inte var behandlade vid nämnda datum kommer antalet avvisade offerter antagligen att stiga något. Systembolaget har haft en dialog med bl.a. Sprit- och Vinleverantörsföreningen för att utvärdera om det finns möjlighet att gemensamt se till att antalet avvisade offerter minskar.

2.2 Hemleveranser, internetbeställningar, matlagingsviner

2.2.1 Hemleveranser

Regeringen gav i september 2012 Systembolaget klartecken att göra försök med hemleveranser av alkoholdrycker i hela eller delar av maximalt sex län i Sverige.⁵ Försöket påbörjades i mindre skala i november 2012 med postorten Sollentuna i Storstockholm. Därefter tillkom postorterna Johanneshov, Nacka och Bromma som även de ligger i Storstockholm. Under våren 2013 utökades försöket till att omfatta

⁵ De ändringar i ägaravtalet mellan staten och Systembolaget som krävdes för att Systembolaget ska kunna utföra hemleveranser har gjorts.

några postorter i andra delar av Sverige, närmare bestämt Göteborg, Mölndal, Askim, Uppsala, Borås och Brämhult. Från slutet av november 2013, när försöket var fullt utbyggt, kan kunder i Stockholms län, Skåne län, Västerbottens län, Västernorrlands län samt i postorterna Uppsala, Borås, Göteborg, Askim och Mölndal nyttja möjligheten till hemleverans. Försöket kommer att slutligt utvärderas under sommaren och hösten 2014.

Tjänsten riktar sig till privatpersoner och innefattar samtliga artiklar i Systembolagets sortiment. Beställning och betalning sker på Systembolagets webbplats systembolaget.se. Hemleveranser sker tidigast tre dagar efter beställning och endast under Systembolagets öppettider på vardagar (måndag-fredag kl 10-20). I försökets inledning erbjöd Systembolaget hemleverans endast till folkbokföringsadress men sedan september 2013 erbjuder Systembolaget även leverans till valfri adress inom försöksområdena.

Vid utlämning av varorna sker en obligatorisk legitimationskontroll. Ingen försäljning eller utlämning ska ske till personer under 20 år eller till berusade personer eller när det anses föreligga risk för langning. Leveranskostnaden beror på beställningens omfattning. Ett kolli, vilket motsvarar upp till tolv flaskor, kostar 200 kronor. Det finns en maxgräns på åtta kollin (96 flaskor) per beställning.

Från försökets start i november 2012 till och med september 2013 hemlevererades 511 ordrar vilka utgjorde 0,05 procent av det totala antalet kundbeställningar under denna tid. Det totala ordervärdet på samtliga hemleveranser uppgick till 977 906 kronor inklusive moms under perioden vilket motsvarar 0,14 procent av det totala värdet för kundbeställningar. Det ska observeras att cirka 25 procent av köpen är gjorda på uppdrag av Systembolaget inom ramen för s.k. "mystery shopping" vars syfte i första hand är att säkerställa efterlevnaden av alkohollagens försäljningsregler vid leverans och vilken visade att Systembolaget hade en hundra procentig ålderskontroll vid hemleveranser.

Försöket med hemleveranser är utformat i samråd med erfarna alkoholforskare och i dialog med lokalpolitiker. I valet av orter har hänsyn tagits till om det finns en vana hos kunderna att använda den nuvarande e-beställningstjänsten med utlämning i butik. Hemleveransförsöket följs och utvärderas löpande med avseende på eventuella konsumtionsförändringar. En alkoholforskare och en professor i sociologi granskar försöket. Utifrån erfarenheterna kommer beslut att fattas huruvida erbjudande av hemleveranser ska göras bestående och i så fall under vilka förutsättningar.

2.2.2 Internetbeställningar

På Systembolagets webbplats kan man beställa produkter för uthämtning i valfri Systembolagsbutik. Denna e-beställningstjänst är även möjlig att använda via mobila enheter såsom surfplattor och mobiltelefoner. Inledningsvis var det endast va-

ror ur beställningssortimentet som kunde beställas via e-beställningstjänsten. Systembolaget har därefter stegvis gjort en större del av sortimentet tillgängligt för e-beställning, och sedan augusti 2013 är hela sortimentet tillgängligt.

Av Systembolagets totala försäljning under januari-september 2013 hade ett värde om cirka 169,3 miljoner kronor (inklusive moms) föregåtts av beställningar via Systembolagets internetbeställningstjänst. Detta utgjorde cirka 0,73 procent av den totala försäljningen under perioden. Den helt övervägande delen av denna försäljning (99,5 procent) skedde genom att artiklarna hämtades ut av kunden i Systembolagsbutik medan resterande del levererades inom ramen för hemleveransförsöket.

Vidare hade under samma period ett försäljningsvärde om ca 329,4 miljoner kronor (inklusive moms) föregåtts av kundbeställningar i butik. Nämnade summa utgjorde cirka 1,41 procent av den totala försäljningen under perioden.

Systembolaget håller för närvarande på att utveckla en ny webbplats. Utvecklingen syftar i första hand till att bygga en stabilare plattform och till att förenkla beställningsflödet i den nuvarande e-beställningstjänsten i vissa delar. Den nya webbplatsen kommer under en initial testperiod fr.o.m. hösten 2014 att finnas tillgänglig för kund parallellt med Systembolagets nuvarande webbplats. Under denna testperiod kommer den nya webbplatsen endast att innehålla ett begränsat antal funktioner, som e-beställningstjänsten och funktionerna "Sök Dryck" och "Sök Butik" etc. Målet är att under år 2015 ersätta dagens webbplats med den nya webbplatsen.

2.2.3 Matlagningviner

Sommaren 2013 rapporterades i media att risviner med en alkoholhalt på 14 procent såldes i vanliga livsmedelsbutiker i Sverige. Vinerna såldes enligt uppgift som matlagningviner och fanns inte på Systembolaget. Statens folkhälsoinstitut (FHI) öppnade ett ärende med anledning av uppgifterna, och har vid upprepade tillfällen sökt i olika butiker runtom i landet efter varuprover att ta in för analys utan att lyckas. FHI uppger att myndigheten även fortsättningsvis kommer att göra vad den kan för att följa utvecklingen vad gäller produkter som faller in under alkohollagstiftningen.

Detaljhandel med spritdrycker, vin, starköl och andra jästa alkoholdrycker får enligt alkohollagen bedrivas endast av Systembolaget. Handeln med alkoholhaltiga preparat är dock fri sedan den 1 januari 2011. Det är i första hand syftet med en produkt som avgör om den är en alkoholdryck eller ett alkoholhaltigt preparat och således om den omfattas av Systembolagets ensamrätt eller inte. Är syftet med produkten att man ska förtära den som en dryck, dvs. finns inget annat ändamål, ska den räknas som en alkoholdryck. Om syftet istället är att produkten ska användas t.ex. som smaksättare vid matlagning så är den ett alkoholhaltigt preparat. Då ska

den också innehålla salt och peppar och kanske andra kryddor som hindrar att den används i missbrukssyfte.

Den 1 september 2013 trädde FHIs nya föreskrifter om alkoholhaltiga preparat i kraft. De gäller för den som i sin verksamhet använder, säljer, inför eller importerar alkoholhaltiga preparat. Föreskrifterna innebär en mer detaljerad reglering på en rad punkter. Bl.a. anges att vinbaserade produkter för matlagning som ska säljas till konsument inte får ha en etanolhalt som är högre än 5 volymprocent och att förpackningen inte får rymma mer än 37,5 centiliter. Alkoholhaltiga preparat som inte är avsedda för förtäring får inte utformas så att det finns risk för förväxling med alkoholdrycker eller så att de uppmuntrar till förtäring. Vidare anges i föreskrifterna hur alkoholhaltiga preparat som inte är avsedda för förtäring ska vara denatureerade.

Systembolaget har uppgett i media att man inte tagit in de aktuella vinerna i sitt sortiment eftersom det inte funnits någon efterfrågan på dem. Om det konstateras att det verkligen rör sig om vin, dvs. alkoholhaltiga drycker, och om det finns en efterfrågan, säger Systembolaget att leverantörer är välkomna att lista sina produkter i beställningssortimentet. Om det däremot konstateras att de aktuella produkterna är alkoholhaltiga preparat ska de inte säljas av Systembolaget.

2.3 Systembolagets tvister

Konkurrensverket har tidigare rapporterat till kommissionen om de straffrättsliga processer avseende mutor och bestickning med anknytning till Systembolaget som avslöjades år 2003.

En av de leverantörer som hade anställda vilka åtalades i samband med mutskandalen var det vid den tidpunkten statliga V&S Vin & Sprit AB.⁶ I dom från Stockholms tingsrätt år 2008 dömdes sex f.d. anställda i V&S Vin & Sprit till dagsböter för bestickning. Två av dem dömdes även till villkorlig dom för att de medverkat till att mutor betalats till en rad butikschefer på Systembolaget under åren 2001-2003. Domen överklagades av två av de dömda och även av Riksenheten mot korruption, som var åklagare i målet. Svea Hovrätt ändrade i sin dom år 2010 tingsrättens dom vad gällde de två villkorliga domarna, och dömde de tilltalade endast till dagsböter.

Eftersom Systembolaget ansåg att personal hos V&S Vin & Sprit grovt hade överträtt reglerna för kontakt med Systembolagets personal vidtog Systembolaget år 2007 avtalsrättsliga sanktioner mot V&S Vin & Sprit. Sanktionerna bestod i partiella hävningar av leverantörsavtal mellan Systembolaget och V&S Vin & Sprit.

⁶ Svenska staten överlät V&S Vin & Sprit till ett bolag inom den franska Pernod Ricard-koncernen i juli 2008. Bolaget heter numera The Absolut Company AB. Dock används i denna rapport namnet V&S Vin & Sprit AB.

V&S Vin & Sprit valde till följd av uppsägningarna att påkalla skiljedomsförfarande mot Systembolaget och år 2008 dömde en skiljenämnd delvis till V&S Vin & Sprits fördel genom att fastslå att Systembolaget inte, på avtalsrättslig grund, haft rätt att vidta nämnda åtgärder.⁷ Systembolaget fick betala delar av rättegångskostnaderna och erlægga skadestånd till V&S Vin & Sprit.

Systembolaget klandrade emellertid domen som upphävdes av Svea hovrätt år 2009⁸. I sin dom skrev Svea Hovrätt bl.a. att skiljenämnden överskridit sitt uppdrag samt att det inte kunde uteslutas att detta fel hade inverkat på utgången av ärendet. Svea hovrätt ålade V&S Vin & Sprit att ersätta Systembolaget för dess rättegångskostnader. Domen innebar även att den första skiljedomen var att se som en nullitet varför Systembolaget tillsåg att V&S Vin & Sprit återbetalade det skadestånd som Systembolaget hade betalat till V&S Vin & Sprit.

År 2010 påkallade V&S Vin & Sprit nytt skiljedomsförfarande i frågan, och i februari 2012 meddelades dom i detta nya skiljedomsförfarande.⁹ Skiljenämnden (som bestod av andra jurister än i det första förfarandet) fann att de avtalsbrott som var orsaken till Systembolagets hävningar av delar av avtalen med V&S Vin & Sprit visserligen varit av en sådan omfattning att Systembolaget haft rätt att på civilrättslig grund häva hela avtalsrelationen med V&S Vin & Sprit. Dock ansåg majoriteten av skiljenämnden att den partiella hävningen, Systembolagets sanktionsmodell¹⁰ samt effekterna av Systembolagets tillämpning av sanktionsmodellen, var för sig och särskilt vid en samlad bedömning får anses ha stått i strid med de krav som enligt konkurrensrättsliga regler kan ställas upp för en superdominant i dess agerande. Systembolaget hade härigenom, enligt majoriteten av skiljenämnden, gjort sig skyldigt till missbruk av dominerande ställning. Systembolaget dömdes av skiljenämnden att betala skadestånd till V&S Vin & Sprit samt delvis ersätta V&S Vin & Sprit för dess rättegångskostnader. En av de tre skiljemännen i nämnden var skiljaktig vad gäller den konkurrensrättsliga delen av domen, och gjorde sammanfattningsvis bedömningen att påståendena om att Systembolaget skulle ha missbrukat sin dominerande ställning saknar fog.

Systembolaget ansåg att skiljedomen skulle ogiltigförklaras eftersom den var uppenbart oförenlig med grunderna för den svenska rättsordningen (ordre public) p.g.a. en grov feltolkning av konkurrensrättsliga regler. Systembolaget anser sig genom domen fråntaget rätten att vidta uppsägning av avtal – ens till någon del – då bolaget utsatts för grova avtalsbrott som därtill utgjort brottsliga gärningar. Alternativt ansåg Systembolaget att skiljedomen skulle upphävas eftersom skiljenämnden hade begått grova processuella fel i form av s.k. uppdragsöverskridanden, dvs. att skiljenämnden lagt vissa omständigheter till grund för bedömningen som inte hade åberopats eller berörts av parterna i skiljeförfarandet. Systembolaget

⁷ Skiljenämnd vid Stockholms Handelskammarers Skiljedomsinstitut. Skiljemål nr V (030/2007)

⁸ Mål T 4548-08

⁹ Skiljemål nr V (101/2010): V&S Vin & Sprit Aktiebolag/Systembolaget Aktiebolag

¹⁰ Den modell som Systembolaget utarbetat och använt vid beräkningen av hävningarnas omfattning

lämnade därför hos Svea hovrätt in en stämning mot V&S Vin & Sprit gällande talan om ogiltighet och klander av skiljedomen. Systembolaget hänvisade bl.a. till en skiljedom i tvist mellan Systembolaget och Philipson Söderberg AB (se nedan).

I oktober 2013 meddelade Svea hovrätt dom i målet.¹¹ Hovrätten ogillade Systembolagets yrkanden att skiljedomen skulle ogiltigförklaras alternativt upphävas. Hovrätten ansåg inte att skiljedomen var uppenbart oförenlig med grunderna för den svenska rättsordningen. Inte heller ansåg hovrätten att skiljenämnden hade överskridit sitt uppdrag eller gjort sig skyldig till bristande processledning. Domen innebär således att skiljedomen står fast och att Systembolaget ska ersätta V&S Vin & Sprit för rättegångskostnader. I november 2013 gav Systembolaget in en överklagan av hovrättens dom till Högsta domstolen.

Systembolaget har även haft en tvist med Philipson Söderberg AB som är en annan leverantör av alkoholhaltiga drycker. I början av år 2003 gjorde Systembolaget en polisanmälan mot fem butikschefer och tre leverantörer som misstänktes för att ha agerat brottsligt och brutit mot leverantörspolicyn. Personal hos såväl Systembolaget som leverantörerna, bl.a. Philipson Söderberg, kom senare att åtalas och dömas för mut- och bestickningsbrott. Efter att förundersökningen avseende dessa brott hade slutförts, så Systembolaget upp ett antal inköpsavtal mellan Systembolaget och Philipson Söderberg avseende vissa produkter, under påstående att Philipson Söderberg hade begått avtalsbrott. Skiljeförfarandet initierades av Philipson Söderberg, och parterna har tvistat i frågan huruvida Systembolaget till följd av uppsägningarna varit skadeståndsskyldigt mot Philipson Söderberg. I skiljedom den 23 november 2012 ogillades Philipson Söderbergs talan. Skiljenämnden konstaterade att Systembolaget haft civilrättslig grund att säga upp avtalen. Vidare ansåg skiljenämnden inte att det kunnat visas att Systembolaget genom uppsägningarna agerat i strid med tillämplig konkurrensrättslig lagstiftning.

¹¹ Mål nr T 4487-12

3 Privata e-handelsaktörer

3.1 Bakgrund och dagsläge

EG-domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet år 2007 ledde till att vissa ändringar gjordes i den dåvarande svenska alkohollagen. Den 1 juli 2008 klargjordes därmed i nämnda lag att det är tillåtet för privatpersoner i Sverige att köpa alkoholdrycker från ett annat land inom EES-området och föra in dessa till Sverige genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand.¹² Detta betyder att det är tillåtet för en transportör att bistå en privatperson med en transporttjänst när denne för in alkoholdrycker för personligt bruk i Sverige.

E-handels del av den totala försäljningen av alkoholdrycker i Sverige är liten.¹³ De senaste åren har den, enligt SoRAD, legat på 0,5 procent. På senare år har dock en rad företag etablerats i Sverige vilka erbjuder svenska konsumenter att beställa alkoholdrycker via internet och få dessa levererade hem eller till olika utlämningsställen.¹⁴ Antalet personer som handlar alkoholdrycker via internet har enligt SoRAD ökat på senare år.¹⁵ Nykterhetsorganisationen IOGT-NTO har betraktat detta som en oroande utveckling. I november 2011 lämnade IOGT-NTO därför in en anmälan till Ekobrottsmyndigheten mot tio företag som bedrev förmedling av alkoholdrycker över internet. Ärendet skickades sedermera till City Åklagarkammare i Stockholm där åklagare under hösten 2012 fattade beslut om förundersökning.¹⁶ Sammanfattningsvis menar IOGT-NTO att verksamheterna i de anmälda företagen utgör en sådan fullständig försäljningskedja som kan likställas med detaljhandel av alkoholdrycker. Eftersom Systembolaget har lagligt monopol på detta menar IOGT-NTO att verksamheterna strider mot alkohollagen. Utredning pågår ännu hos åklagaren, ca två år efter anmälan. Ingen har ännu delgivits misstanke om brott eller åtalats.

Under sommaren 2013 polisanmälades ännu ett företag för e-handel med alkoholdrycker. Systembolaget polisanmälde då matkedjan CityGross som erbjuder sina kunder viner, främst i samband med hemleverans av matkasse. Anmälan omfattade även e-handelsaktören Winefinder med anledning av dess samarbete med CityGross. Systembolaget anser att CityGross och Winefinder bryter mot alkohollagen genom att bedriva detaljhandel med alkoholdrycker. Åklagare inledde förundersökning men fattade i november 2013 beslut om att lägga ned denna med motiveringen att det saknades skäl att anta att brott som hör under allmänt åtal hade

¹² Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

¹³ I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra än Systembolaget.

¹⁴ Antalet verksamma aktörer i Sverige som registrerat sig vid Skatteverket som distansförsäljare uppgick vid årsskiftet 2012/2013 till 78 stycken. Per den 11 juni 2013 fanns det 91 stycken.

Vid årsskiftet 2008/2009 var de ca 15 stycken.

¹⁵ "Internetalkohol – en kartläggning av självrapporterande alkoholbeställningar via internet 2004-2012" (Forskningsrapport 65-2012 från SoRAD)

¹⁶ Ärendenummer AM20847-12

förövats.¹⁷ Systembolaget menar att åklagarens beslut visar att alkohollagen behöver förtydligas.

IOGT-NTO har under hösten 2013 polisanmält ytterligare tre företag som erbjuder kunder att beställa och hämta ut alkoholdrycker i samband med köp av livsmedel i butik eller som erbjuder hemleverans av alkoholdrycker i samband med köp av livsmedel eller hushållsnära tjänster.

3.2 Utredning om tillsyn

3.2.1 Utredningens resultat och förslag

I maj 2012 beslutade regeringen att tillsätta en utredning på alkohol- och tobaksområdet.¹⁸ Resultatet av utredningen redovisades i juni 2013.¹⁹ Det övergripande målet har varit att föreslå åtgärder som kan bidra till en effektiv tillsyn på områdena marknadsföring av alkoholdrycker och tobak respektive e-handel med och hemleverans av alkoholdrycker. I uppdraget har även ingått att göra en kartläggning av omfattningen, inriktningen och formerna av sådan marknadsföring av alkoholdrycker som riktar sig till konsumenter, samt en kartläggning av omfattningen av barn och ungdomars exponering för marknadsföring av alkoholdrycker och tobak via digitala medier och TV.

Bakgrunden var bl.a. att Statens folkhälsoinstitut framfört att myndigheten saknar möjligheter att utöva tillsyn över den e-handel och hemleverans av alkoholdrycker till konsumenter som vuxit fram på senare år. Vidare har Konsumentverket och Alkoholleverantörernas granskningsman (AGM) uttryckt ett behov av förtydliganden av gällande regler för tillsyn. Sverige antog också i mars 2011 en samlad strategi för den politik som rör alkohol, tobak, narkotika och dopning.²⁰ I strategin anges ett antal mål, bl.a. att antalet personer med beroende eller missbruk av nämnda preparat successivt ska minska och att barn ska skyddas mot skadliga effekter av preparaten. Strategin fokuserar på hur samhällets insatser ska genomföras, samordnas och följas upp under åren 2011-2015.

Vad gäller e-handel med alkoholdrycker konstaterar utredningen att det idag i praktiken inte bedrivs någon tillsyn. Det är inte heller tydligt vilken eller vilka myndigheter som har ansvar för att sådan tillsyn ska bedrivas. Vidare konstaterar utredningen att det saknas särskilda regler i alkohollagen för e-handel med alkoholdrycker. De närmare förutsättningarna och villkoren för sådan handel måste därför bestämmas mot bakgrund av alkohollagens allmänna bestämmelser om försäljning etc. I den mån e-handel inbegriper detaljhandelsförsäljning av alkoholdrycker i Sverige inkräktar den på Systembolagets monopol vilket innebär att den

¹⁷ Ärendenummer AM-108704-13

¹⁸ Kommittédirektiv: Dir 2012:43. Avsändare: socialdepartementet.

¹⁹ SOU 2013:50

²⁰ Prop. 2010/11:47. Se även Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juni 2012, sid 18-19.

faller under det kriminaliserade området. Mot sådana verksamheter saknas förutsättningar att rikta tillsynsinsatser, konstaterar utredningen.

Det konstateras också att alkohollagen (utöver tillhandagåendeförbudet)²¹ saknar särskilda regler för försäljningsförmedling. Alldeles oavsett frågan om lagligheten av sådana förfaranden kan alltså olika typer av försäljningsförmedling i samband med införsel av alkohol till privatpersoner inte göras till föremål för tillsyn utifrån alkohollagens nuvarande regelverk. Med hänsyn till alkohollagens nationella räckvidd saknas också förutsättningar för att bedriva tillsyn över försäljningsverksamhet som bedrivs i ett annat land i enlighet med det landets nationella lagstiftning.

Utredningen konstaterar därför att tillsynen ovillkorligen måste riktas mot de e-handelsrelaterade verksamheter som på annat sätt innefattar fysisk befattning med alkoholdrycker i Sverige, nämligen transportledet. Eftersom alkohollagen saknar regler även om transporter har utredningens förslag fått begränsa sig till frågor om *utlämnande* som sker via transportör. Här har utredningen föreslagit att verksamheter som innefattar yrkesmässig leverans av alkoholdrycker till privatpersoner ska underkastas en anmälningsplikt till vilken ska knytas krav på egenkontroll. Anmälan ska ske till den kommun där transportören har sitt säte, och ska registreras hos Statens folkhälsoinstitut. Genom att en straffsanktion kopplas till anmälningsplikten kommer en anmälan att utgöra en nödvändig förutsättning för att få yrkesmässigt leverera alkoholdrycker till privatpersoner. Utredningen föreslår vidare att bestämmelser införs i alkohollagen som ger myndigheter möjligheter till kontrollköp (dolda köp) för att kontrollera att den som yrkesmässigt levererar alkohol förvisar sig om att mottagaren har uppnått den ålder som föreskrivs. Den nuvarande formuleringen i alkohollagen: "Alkoholdrycker får inte säljas eller annars lämnas ut till den som inte har fyllt 20 år..." föreslås utökas till "Alkoholdrycker får inte säljas, lämnas ut eller annars levereras till den som inte har fyllt 20 år...". Vad gäller organisatoriska frågor har Statens folkhälsoinstitut enligt utredningen bäst förutsättningar att svara för en samlad central tillsyn av den föreslagna regleringen medan det föreslås att den operativa tillsynen över leveransverksamheten ska bedrivas av kommunerna vilka ska ges möjlighet att tillgripa administrativa sanktioner i de fall reglerna inte följs.

Vidare konstaterar utredningen att de regler som idag möjliggör privat införsel av alkoholdrycker genom yrkesmässig befördran eller annan oberoende mellanhand ger upphov till tolkningssvårigheter. Detta medför enligt utredningen en osäkerhet beträffande lagligheten av flera av de mångfacetterade verksamheter som förekommer bland e-handelsaktörerna. Utredningen anser att det finns starka skäl att se över alkohollagstiftningen med utgångspunkten att reglera gränserna för vilka åtgärder som ska vara tillåtna vid e-handel och hemleverans till konsument och – i den mån olika verksamheter ska vara lagliga – bestämma de närmare förutsättningarna och villkoren för sådana verksamheter. Emellertid anser utredningen att det uppdrag man haft begränsat sig till frågan hur tillsyn ska bedrivas utifrån gällande regelverk.

²¹ Förbud mot att i större omfattning tillhandagå annan med att anskaffa alkoholdrycker.

När det gäller marknadsföring av alkoholdrycker konstaterar utredningen att denna ökat närmast lavinartat på senare år. Marknadsföringen har också tagits vidare från de traditionella kanalerna till de sociala medierna. En undersökning som utredningen låtit göra visar att e-handelsaktörerna marknadsför sina produkter aktivt, både via internet och i tidningar men även i per brev, e-post och telefon. Utredningen har uppmärksammat flera annonser från e-handelsaktörer som främjar merförsäljning och därmed strider mot alkohollagen, och marknadsföringen ger i flera fall också ett mer eller mindre tydligt intryck av att det är fråga om detaljhandel med alkoholdrycker, vilket Systembolaget har monopol på.

Utredningen önskar att Konsumentverket och Konsumentombudsmannen, vilken är den myndighet som ansvarar för tillsynen avseende alkohollagens regler om marknadsföring, blir mer proaktiva i sitt arbete. Vidare föreslår utredningen bl.a. att Konsumentombudsmannen ska få möjlighet att ingripa direkt vid överträdelser istället för att väcka talan vid Marknadsdomstolen. På så sätt kan sanktionssystemet i högre grad tillgodose behovet av skyndsamma ingripanden.²²

3.2.2 Konkurrensverkets yttrande

Konkurrensverket beklagar i sitt yttrande att utredningen inte ansett att en översyn av regelverket för alla led i e-handelskedjan har rymts inom utredningsuppdraget. Konkurrensverket instämmer i utredningens åsikt att det finns starka legalitets- och förutsebarhetsskäl att se över alkohollagstiftningen med utgångspunkten att reglera gränserna för vilka åtgärder som ska vara tillåtna vid e-handel med och hemleverans av alkoholdrycker till konsument. Först när det är fastställt vad inom e-handeln som är tillåtet respektive otillåtet kan det enligt Konkurrensverket bli meningsfullt med en översyn av reglerna för hur tillsyn över den ska bedrivas. Under rådande förutsättningar har Konkurrensverket emellertid inte haft något att invända mot utredningens förslag gällande tillsyn av utlämnande av alkoholdrycker i transportledet.

Vad gäller marknadsföring av alkoholdrycker tillstyrker Konkurrensverket utredningens förslag. Aktörer som i sin marknadsföring begår överträdelser av marknadsföringsreglerna, och på så vis kan tillskansa sig otillbörliga konkurrensfördelar, kan enligt Konkurrensverket sannolikt lättare fångas upp efter de ändringar utredningen föreslår. Konkurrensverket vill dock även i detta sammanhang betona vikten av ett klagorand av rättsläget när det gäller verksamheterna hos de e-handelsaktörer som handlar med alkoholdrycker. Först när det står klart vad e-handelsaktörerna får respektive inte får göra kan det bli meningsfullt att fullt ut anpassa och tillämpa reglerna om marknadsföring.

²² Den föreslagna ordningen ska dock inte inskränka Konsumentombudsmannens nuvarande möjlighet att väcka talan vid Marknadsdomstolen, t.ex. i fall av större prejudiciellt intresse.

4 Klagomål och synpunkter

4.1 Systembolagets inköpsrutiner

I maj 2013 mottog Konkurrensverket från en leverantör en inlaga med synpunkter på Systembolagets inköpsrutiner.²³ De problem som leverantören vill påtala med skrivelsen är i allt väsentligt kopplade till vad leverantören definierar som Systembolagets strategiska lanseringar i det fasta sortimentet rörande s.k. volymviner dvs. viner i de lägre prissegmenten varav en stor del utgörs av Bag-in-box-viner. Den underliggande orsaken till problemen är enligt leverantören att en strategisk lansering innebär stora möjligheter för producenten/importören av det vin som väljs ut att sälja mycket stora volymer på fasta kontrakt och därmed göra omfattande vinster. För de producenter/importörer vilkas viner inte väljs ut återstår alternativet att försöka lansera vinet via beställningssortimentet. Då emellertid en väldigt liten del av vinförsäljningen sker via beställningssortimentet menar leverantören att det är av stor ekonomisk betydelse för leverantörer om en produkt finns tillgänglig i Systembolagets fasta sortiment eller endast i beställningssortimentet. Det förekommer enligt leverantörens mening flera omständigheter som medför risk för snedvridning av konkurrensen vid de strategiska lanseringarna. Leverantören har anfört bl.a. följande.

Systembolaget efterfrågar ibland produkter som inte finns på marknaden, genom att självt "designa" produkter som bolaget vill lansera. Ett sådant förfarande utgör inte något produkturval utan innebär en statlig styrning av vilka produkter marknaden ska få erbjuda. Det kan ifrågasättas om detta står i överensstämmelse dels med Systembolagets uppdrag enligt avtalet med staten, dels med reglerna i EUF-fördraget.²⁴ Vidare strävar Systembolaget efter att begränsa antalet offerter i syfte att minska sin egen arbetsbörda. Detta kan begränsa konkurrensen. Andra problem av konkurrensmässig karaktär är att inköpen till Systembolaget styrs av en liten grupp inköpare och att ansvarig inköpare deltar i hela inköpsprocessen. Här hänvisas till att Konkurrensverket i 2004 års Systembolagsrapport till kommissionen gjorde bedömningen att sådana förhållanden ökade riskerna för korruption m.m. Dessutom råder det bristande transparens vad gäller beslutsunderlag och testprotokoll, leveranskontrollen är godtycklig och avslag av offerter sker med godtyckliga motiveringar.

Det finns enligt leverantören anledning att befara att de inköpsrutiner som Systembolaget tillämpar har sådana subjektiva och godtyckliga inslag som gör att de krav som uppställs för att ett handelsmonopol ska vara förenligt med EU-rätten inte uppfylls.

²³ Dnr 298/2013

²⁴ Fördraget om europeiska unionens funktionssätt

Dessutom anser leverantören att överprövningsmöjligheterna hos Alkoholsortimentsnämnden inte utgör något effektivt rättsmedel för leverantörer till Systembolaget eftersom nämnden inte gör någon prövning av Systembolagets principer för offerthantering.

Systembolaget har tillbakavisat leverantörens påståenden, vilka Systembolaget menar bygger på ett stort antal grundläggande faktafel, och anfört sammanfattningsvis följande.

Systembolaget "designar" inte självt produkter som görs till föremål för offertförfrågan. De offertförfrågningar som tas fram grundas alltid på ett underlag i form av löpande omvärldsbevakning, kundundersökningar, analys av försäljningsutveckling m.m. som speglar kundernas efterfrågan.

Systembolaget strävar inte efter att begränsa antalet offerter för att minska sin arbetsbörda. Det är inte heller så att inköpen styrs av en liten grupp inköpare eller att den ansvarige inköparen deltar i hela inköpsprocessen. Systembolagets sortiments- och inköpsorganisation består av närmare 50 personer med ett antal olika roller för att utföra en mängd rutiner och procedurer i inköpsprocessen. För att minimera riskerna för försök till otillbörlig påverkan har Systembolaget tydliga regler och rutiner för ansvarsfördelning mellan olika enheter och personer. Det finns också tydliga regler och rutiner för leverantörers kontakter med inköpsorganisationen. Sammantaget bidrar allt detta till att en ansvarig inköpare inte kan styra vilken produkt som vinner en offertprovning. Inköpsprocessen granskas dessutom regelbundet av olika revisorer.

Systembolaget redovisar öppet, bl.a. vid leverantörsträffar och på Leverantörsportalen, hur Systembolaget arbetar med sina inköp. Systembolagets interna dokument om sortimentsstrategier och kategorihandlingsplaner innehåller förhandsbedömningar på ett väldigt tidigt stadium. Skälet till att Systembolaget inte lämnar ut dessa dokument är att ett offentliggörande kan få icke-önskade prispåverkans effekter m.m. Sortimentsarbetet mynnar emellertid så småningom ut i lanseringsplaner vilka offentliggörs ca 1½ år före lansering. På så sätt får alla leverantörer tillgång till informationen samtidigt.

Offertprovningar och avslagsbeslut m.m. dokumenteras alltid med beslutsunderlag, och de leverantörer som begär återkoppling får sådan information. Vidare kommunicerar Systembolaget alltid till samtliga deltagande leverantörer såväl vinnarens som berörd leverantörs eget resultat i en offertprovning. Att transparens råder mellan Systembolaget och berörd leverantör, men inte när det gäller innehållet i andra leverantörers offerter, beror på att Systembolaget inte vill vidarebefordra data o.d. som kan utgöra känslig affärsinformation för de andra leverantörerna.

Vad gäller Alkoholsortimentsnämnden har Systembolaget inte bemött leverantörens synpunkter eftersom de inte hänför sig till Systembolagets verksamhet utan till en ordning som beslutats av regeringen.

Konkurrensverket har utrett de förhållanden som leverantören påtalat genom att ha möte med leverantören, hämta in yttrande från Systembolaget samt ha möte med Systembolaget. Då leverantörens synpunkter inte rör en påstådd överträdelse av konkurrenslagen avslutade Konkurrensverket i november 2013 utredningsärendet för att istället redogöra för frågan i förevarande rapport.

4.2 Systembolagets lagerstyrningsverktyg

En aktör som tidigare till Konkurrensverket framfört klagomål på Systembolaget,²⁵ återkom till Konkurrensverket med skrivelse i samma sak i februari 2013 där man anförde vissa nya omständigheter. Aktören meddelade då också att man anmält Systembolagets agerande till kommissionen.²⁶ Konkurrensverket har varit i kontakt med kommissionen som meddelat att aktören återtagit sitt klagomål.

Konkurrensverket har ställt frågor till Systembolaget beträffande möjligheterna att göra restnoteringar av artiklar i det fasta och det tillfälliga sortimentet.²⁷ Systembolaget uppger att man nu utrett möjligheterna med avseende på följande alternativ:

1. Kunden skapar restorder utan förskottsbetalning.
2. Kunden skapar restorder med förskottsbetalning.
3. Kunden anmäler intresse för en artikel som är tillfälligt slut i lager, och Systembolaget meddelar kunden via e-mail när artikeln åter är i lager.

Systembolaget har kommit fram till att alternativ nummer 3 möter kundbehovet hos en stor andel av Systembolagets kunder samtidigt som det varit IT-tekniskt och praktiskt genomförbart i närtid. Denna lösning har därför implementerats och används i verksamheten sedan den 26 augusti 2013. Från detta datum fram till den 20 oktober hade 415 kunder anmält intresse på systembolaget.se för 90 olika artiklar. Systembolaget uppger emellertid att man fortsätter att titta på de två övriga alternativen och möjligheterna att införa något av dem i framtiden.

²⁵ Se Konkurrensverkets rapport till kommissionen i december 2012, sid 15-16, samt beslut från Konkurrensverket den 24 september 2012, dnr 371/2012.

²⁶ Ärendet fick hos kommissionen beteckningen CHAP(2012)02954.

²⁷ Beträffande restnoteringar, se även Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juni 2013, sid 17.

5 Ärenden i Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden har bl.a. till uppgift att överpröva Systembolagets beslut varigenom Systembolaget avvisat en alkoholdryck eller avfört en alkoholdryck ur sitt sortiment (inklusive beställningssortimentet).

Alkoholsortimentsnämnden fick under januari-september 2013 in tre överklaganden varav ett var felskickat och skulle till Systembolaget. Nämnden fattade beslut i ett ärende under perioden. Överklagandet avsåg ett beslut Systembolaget tagit om att avvisa en produkt med motiveringen att den för tillfället inte var efterfrågad. Nämnden avslog överklagandet.

6 Försäljning och konsumtion av alkohol

6.1 Systembolagets försäljning

6.1.1 Fast sortiment, tillfälligt sortiment, beställningssortiment

Under januari-september år 2013 uppgick Systembolagets totala försäljning till cirka 23,2 miljarder kronor (inklusive moms). Försäljningen var fördelad på olika sortiment enligt följande.²⁸

- Fast sortiment 96,5 procent
- Tillfälligt sortiment 1,3 procent
- Beställningssortiment 1,8 procent
- Privatimportservice 0,1 procent

Den 30 september 2013 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

- Fast sortiment 2 353 artiklar (15,5 procent av antalet artiklar)
- Tillfälligt sortiment 291 artiklar (1,9 procent av antalet artiklar)
- Beställningssortiment 12 572 artiklar (82,6 procent av antalet artiklar)

En genomsnittlig Systembolagsbutik hade sin försäljning fördelad på följande antal artiklar per sortiment under en genomsnittlig månad januari-september 2013.

- Fast sortiment 1 271 artiklar (87,8 procent av antalet artiklar, 97 procent av försäljningen)
- Tillfälligt sortiment 63 artiklar (4,3 procent av antalet artiklar, 1,3 procent av försäljningen)
- Beställningssortiment 114 artiklar (7,9 procent av antalet artiklar, 1,8 procent av försäljningen)

Under januari-september 2013 listades totalt 4 127 nya artiklar i beställningssortimentet. 181 artiklar kvalificerade sig från beställningssortimentet för försäljning i det fasta sortimentet. Av dessa kvalificerade sig 23 stycken inom ramen för den gamla sortimentsmodellen, där kvalificering skedde efter leverantörens egen begäran och Systembolagets prövning i det enskilda fallet. Efter poängberäkningsperioderna april-juni respektive juli-september 2013 har sedan 158 artiklar från beställningssortimentet tagit en position i en eller flera sortimentsmixar och därmed övergått till det fasta sortimentet inom ramen för den nya sortimentsmodellen. Den 30 september 2013 fanns 929 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i 390 Systembolagsbutiker tack vare att det fanns en dokumenterad efterfrågan på produkterna.

²⁸ Källa: Systembolaget

Under januari-september 2013 avlistade Systembolaget totalt 455 artiklar från det fasta sortimentet. Som ett resultat av den utvärdering som ägde rum i januari 2013 (enligt den gamla sortimentsmodellen) avlistades 97 artiklar eftersom de inte uppnått den minibidragsgräns som krävdes för fortsatt listning enligt Systembolagets Allmänna Inköpsvillkor.

Utvärderingen i juli 2013 var den första inom ramen för den nya sortimentsmodellen, där utvärdering sker genom ranking inom två sortimentbehov; Premium och Standard. Rankingens avgör vilka artiklar som fyller positionerna i respektive sortimentbehovs butiksgupper. Det sker genom att artiklarna – utifrån erhållen poäng vid poängberäkning – styrs till placering i vardera sortimentbehovs rankinglistor. Det finns en rankinglista per segment inom respektive sortimentbehov. En artikels ranking fastställs genom att man jämför hur artikelns poäng förhåller sig till andra artiklars poäng inom respektive segment i det aktuella sortimentbehovet. Ju högre poäng en artikel erhållit, desto högre upp på rankinglistan för respektive segment hamnar artikeln, vilket leder till att fler butiker i respektive sortimentbehov lagerför artikeln. Som en följd av utvärderingen i juli 2013 var det 320 artiklar som inte tog plats i någon enda sortimentmix per den 1 september 2013. Leverantörerna till 252 av de nämnda artiklarna valde emellertid att lista artikeln i beställningssortimentet. Resterande 68 artiklar lämnade Systembolagets sortiment. Under perioden januari-september 2013 har dessutom 38 artiklar avlistats ur det fasta sortimentet av andra skäl än genomförd utvärdering. I 32 fall skedde avlistning på leverantörens egen begäran, och i fyra fall skedde avlistning efter Systembolagets reklamation och i vissa fall även hävning av artikeln. Slutligen har två alkoholfria artiklar lämnat sortimentet under perioden.

6.1.2 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. Som huvudregel har tidigare gällt att antalet lokalt valda artiklar inte ska överstiga 50 stycken. Med den nya sortimentsmodellen finns dock inte någon sådan övre gräns. Kundefterfrågan och tillgängligt hyllutrymme per varukategori kommer att avgöra hur många sådana artiklar som kan lagerföras på varje enskild butik.

Under januari-september 2013 utgjorde försäljningen av lokalt valda artiklar 7,1 procent av butikernas totala försäljning. Antalet lokalt valda artiklar var 4 317. Av dessa kom 62,6 procent från det fasta sortimentet och stod för 88,5 procent av försäljningen av de lokalt valda artiklarna. 7,7 procent kom från det tillfälliga sortimentet och stod för 0,9 procent av försäljningen. 29,7 procent kom från beställningssortimentet och stod för 10,6 procent av försäljningen.

Det kommer också även fortsättningsvis att vara möjligt för leverantörer av lokalt producerade produkter i beställningssortimentet att, efter ansökan hos Systembolagets huvudkontor, lagerföra produkter i de tre närmast belägna Systembolagsbutikerna, dvs. de butiker som är närmast belägna produktionen. Eftersom inköpsvillkoren relaterar till "lokal", och inte "svensk", produktion, ska också tillverkare av alkoholdrycker vars produktionsanläggningar är belägna i andra länder, men nära en Systembolagsbutik, kunna lagerföras i de lokala Systembolagsbutikerna. Skälet till att lokalt producerade produkter lagerförs i butik är att Systembolagets försäljningsstatistik visar att sådana produkter generellt sett har en betydligt högre lokal konsumentefterfrågan än jämförbara konkurrerande produkter som inte är lokalt producerade. Möjligheten att lagerföra produkter med dokumenterad lokal kundefterfrågan gäller samtliga artiklar i beställningssortimentet, d.v.s. regeln har inte tagits fram specifikt för lokalt producerade produkter.

Under januari-september 2013 utgjorde försäljningen av lokalt producerade artiklar 0,27 procent av butikernas totala försäljning. De 30 september 2013 fanns det 552 lokalt producerade artiklar lagerförda i 248 butiker.

Systembolaget har förbättrat sina rutiner genom att centralt följa upp alla butikers försäljning och kundförfrågningar av artiklar som inte tillhör respektive butiks sortimentmix. Om sådana artiklar visar sig ha en kundefterfrågan som motiverar lagerföring lagerförs de på aktuell butik, oavsett artikelns sortimentstillhörighet. Alla beställningar (via butik eller Internet) som leder till köp fångas upp i Systembolagets systemstöd per butik. Muntliga förfrågningar som inte leder till köp registreras på artikelnivå i butikens kundservicesystem av personalen och tas med i beräkningen av vilka artiklar som bör lagerföras på den enskilda butiken utan att kunden behöver fylla i något formulär e.d.

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 tillåten. Under januari-september 2013 tog Systembolaget emot 12 100 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 5 114 stycken (42,3 procent) till att köp gjordes. Systembolaget avser för närvarande inte att göra några förändringar av sin privatimportservice.

6.2 SoRADs rapportering

SoRAD har regeringens uppdrag att löpande följa alkoholkonsumtionen i Sverige. Detta har SoRAD gjort sedan juni år 2000, inom ramen för det s.k. Monitorprojektet. SoRADs kartläggning bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över registrerad alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger samt folköl i livsmedelsbutiker) samt skattningar av oregistrerad alkohol (privatinförsel, smuggling, hemtillverkning samt internethandel). Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av en löpande frågeundersökning där 1500 slumpmässigt utvalda invånare (16-80 år) blir intervjuade om sina alkoholinköp varje månad.

Sedan november 2010 innefattas även ett slumpmässigt urval om 200 personer (16-34 år) med mobiltelefonabonnemang. En översyn av de metoder som används för att beräkna den oregistrerade alkoholkonsumtionen gjordes under år 2011. SoRAD har därefter gjort vissa ändringar i sitt beräkningsätt.

6.2.1 Alkoholdrycker beställda via internet

E-handeln med alkoholdrycker har enligt SoRADs beräkningar varit liten de senaste åren, cirka 0,6 procent av den totala alkoholkonsumtionen år 2012 och cirka 0,5 procent under åren 2009-2011. Den varukategori som det köptes mest av via internet år 2012 var vin, som utgjorde 61 procent av inköpen (beräknat på volym, omräknat till ren alkohol). Sprit stod för 29 procent och starköl för 8 procent. År 2009 stod vininköpen för 21 procent varefter en stadig ökning skett. För sprit har andelen varierat mellan 29 och 43 procent under åren 2009-2012.

Andelen av befolkningen (15 år och äldre) som köpt alkohol via internet de senaste tolv månaderna var 1,15 procent år 2012, vilket kan jämföras med 0,53 procent år 2009. Den genomsnittliga beställningsmängden vid det senaste beställningstillfället via internet, uttryckt i ren alkohol, uppgick till 3,7 liter år 2012 vilket var samma mängd som år 2009.²⁹

Andelen av dem som beställer alkoholdrycker via internet som även handlar på Systembolaget är 66 procent. År 2009 var motsvarande siffra 75 procent.

SoRAD konstaterar att den internetbeställda alkoholen fortfarande, år 2012, utgjorde en mycket liten del av den totala alkoholkonsumtionen i Sverige.

²⁹ Avser mängden alkohol utslaget på hela befolkningen (15 år och äldre).

7 Sammanfattande kommentar

Systembolagets nya sortimentsmodell som började implementeras under hösten 2012 var fullt införd i början av hösten 2013. Den nya modellen syftar enligt Systembolaget till att bättre anpassa sortimentet efter kundbehovet. Genom ett nytt sätt att klassificera och gruppera butiker, och genom införande av flera sortimentmixar och tätare sortimentskiften, vill Systembolaget skapa större flexibilitet för kunderna. För leverantörerna innebär den nya modellen fler tillfällen och möjligheter att kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet. Stegen mellan olika distributionsnivåer blir lägre, och införandet av viktning för marknadstäckning innebär att artiklar inte enbart kommer att utvärderas efter sin nominella försäljning utan efter sin faktiska säljstyrka genom att vid utvärdering och ranking viktas upp utifrån sin marknadstäckning. Syftet är att skapa en mer rättvis bedömning av artiklarnas prestation.

Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen uttryckt att verket anser att det är bra från konsumentsynpunkt att Systembolaget har som mål att i högre grad anpassa sitt utbud efter konsumenternas behov och önskemål. Konkurrensverket har också uttryckt sig överlag positivt över de förändringar som berör leverantörerna och över att Systembolaget i sin process med den nya sortimentsmodellen fört en dialog med leverantörerna.

Konkurrensverket har tidigare noterat att Systembolaget saknar en funktion för restnoteringar i sitt e-beställningssystem. Systembolaget har efter viss utredning infört en lösning på detta problem, som innebär att en kund kan anmäla intresse för en artikel som är tillfälligt slut i lager. När varan åter finns i lager meddelas kunden av Systembolaget via e-mail. Enligt Konkurrensverkets bedömning kan avsaknaden av en automatiserad restnoteringsfunktion medföra att konsumenternas efterfrågan inte får fullt genomslag. Systembolagets prognoser om framtida efterfrågan inkluderar ju i dagsläget inte beställningar som inte kunnat tas emot. Det finns därför en risk för att Systembolagets prognoser blir något missvisande eftersom de görs på ofullständig information alternativt fördröjd information (om köpet faktiskt blir av, t.ex. efter det att kunden fått ett påminnelsemail från Systembolagets bevakningsfunktion, tas det med i Systembolagets prognoser). I förlängningen kan detta få negativa effekter på konkurrensen. Under de åtta veckor som Systembolagets påminnelsefunktion varit i bruk hösten 2013, har 415 kunder registrerat intresse för 90 artiklar. I snitt har alltså ca 52 kunder per vecka inte direkt kunnat beställa den eller de varor de hade tänkt via e-beställningstjänsten. Mot bakgrund av att antalet artiklar i beställningssortimentet är mycket stort jämfört med det fasta och det tillfälliga sortimentet, och eftersom artiklarna i beställningssortimentet oftast inte finns på hylla i butik, gör Systembolaget bedömningen att en stor del av dessa intressenoteringar rör artiklar i beställningssortimentet vilka lagerförs hos Systembolagets leverantörer och vars försäljning inte ingår i Systembolagets prognoser om framtida efterfrågan.

Konkurrensverket ser positivt på att Systembolaget fortsätter att titta på lösningar som innebär att kunderna kan skapa restorder i e-beställningssystemet och förutsätter att Systembolaget involverar detta i sitt arbete med den nya webbplatsen.

Vad gäller det klagomål som Systembolaget mottagit angående kortare poängberäkningsperioder, vilka har ansetts försvåra lagerplaneringen för artiklar som har lång transportväg till Sverige, noterar Konkurrensverket att Systembolaget infört ett systemstöd som gör att leverantörerna under hela poängberäkningsperioden kan följa en uppskattad ranking som ger en viss distribution. Det är enligt Konkurrensverket oklart om de kortare poängberäkningsperioderna innebär att vissa leverantörer inte behandlas likvärdigt av Systembolaget. Det införda systemstödet innebär i vilket fall en ökad transparens gentemot leverantörerna vilket är bra från konkurrenssynpunkt. Konkurrensverket har inte mottagit något klagomål på kortare poängberäkningsperioder men avser att följa upp frågan i kommande rapporter. Den synpunkt som framförts till Systembolaget att kortare garanterade listningstider i det fasta sortimentet gör det svårt för nya artiklar att etablera sig i sortimentet anser Systembolaget saknar grund eftersom Systembolagets egna undersökningar inte kunnat identifiera någon kategori som skulle behöva mer än sex månader för en rättvis utvärdering. Då sortimentsmodellen är så pass nyligen införd har Konkurrensverket i dagsläget ingen synpunkt på detta men verket kommer att bevaka frågan. Vidare har Systembolaget mottagit klagomål på att större förpackningsstorlekar missgynnas inom ramen för den nya sortimentsmodellen p.g.a. den viktning som sker efter förpackningars storlek. Konkurrensverket anser att det kan ligga en intressekonflikt mellan å ena sidan Systembolagets uppdrag att begränsa alkoholens skadeverkningar, vilket innebär att Systembolaget inte ska uppmuntra till ökad alkoholkonsumtion, och å andra sidan de krav Systembolaget har på sig att tillämpa objektiva villkor och behandla alla leverantörer likvärdigt. Konkurrensverket är positivt till att Systembolaget arbetar på att ta in en bestämmelse i sina villkor enligt vilken leverantörer som önskar byta förpackningsstorlek kan göra det. Även denna fråga kommer dock att följas upp av Konkurrensverket i kommande rapporter. Slutligen har kritik framförts mot att Systembolaget numera delar in vissa kategorier av artiklar (vin) i sina butiker efter ursprungsland, inte efter pris. Konkurrensverket har i dagsläget ingen uppfattning om huruvida den nya ordningen inverkar negativt på konkurrensen mellan olika produkter/leverantörer. Frågan kommer dock att bevakas med utgångspunkten att Systembolaget inte ska diskriminera någon produkt/leverantör.

I november 2012 inledde Systembolaget sin försöksverksamhet med hemleveranser på ett antal orter i Sverige. Försöket har utökats gradvis under innevarande år och ska pågå fram till sommaren år 2014. Vid tidpunkten för författandet av denna rapport är det för tidigt att kunna se några signifikanta resultat av hemleveransförsöket eller dra några säkra slutsatser. Konkurrensverket kan dock notera att den försäljning som sker via hemleveranser hittills kan betraktas som blygsam. Försöket granskas av alkoholforskare, och en utvärdering med avseende på eventuella konsumtionsförändringar kommer att göras. Konkurrensverket kommer att bevaka och rapportera om denna utvärdering.

Den nya sortimentsmodellen är nyligen införd fullt ut, och det är för tidigt att se några långsiktiga effekter av den. Konkurrensverket kommer att följa och rapportera om modellen och Systembolagets inköpsprocess samt hemleveransförsöket i framtida rapporter till kommissionen. Utgångspunkten för Konkurrensverket är att Systembolaget alltid ska applicera principerna om likvärdig tillämpning av objektiva och transparenta inköps- och försäljningsvillkor.

Såvitt gäller Systembolagets tvist med V & S Vin & Sprit fortsätter Konkurrensverket att bevaka denna. Det är ännu inte klart när processen kan väntas vara klar.

E-handeln med alkoholdrycker har varit föremål för en livlig debatt i media under en längre tid. E-handelns andel av den totala alkoholförsäljningen är fortfarande mycket liten men de senaste åren har antalet företag som erbjuder svenska konsumenter att beställa alkoholdrycker från andra EES-länder via internet, och ombesörjer hemleverans av dessa drycker, ökat kraftigt. Konkurrensverket noterar dessutom att polisanmälan gjorts mot företag som erbjuder konsumenter att beställa och hämta ut viner i deras butiker eller få viner hemlevererade i samband med hushållsnära tjänster. Kritikerna menar att det ökande antalet e-handelsaktörer samt det faktum att andelen av befolkningen som köpt alkohol via internet har ökat, utgör ett hot mot Sveriges restriktiva alkoholpolitik och folkhälsan. E-handelsaktörerna, å sin sida, har framfört kritik mot Systembolagets försök med hemleverans som de menar radikalt har förändrat konkurrensförutsättningarna till e-handelsaktörernas nackdel.³⁰ Systembolaget å sin sida menar att det inte kan finnas en konkurrenssituation eftersom Systembolaget har ensamrätt på detaljhandel med alkoholdrycker i Sverige.

Konkurrensverket beklagar att den statliga utredning som haft i uppdrag bl.a. att förbättra tillsynen över e-handel och hemleverans av alkoholdrycker inte ansett att en översyn av regelverket för alla led i e-handelskedjan har rymts inom utredningsuppdraget. Konkurrensverket anser att det ur konkurrenssynvinkel är mycket viktigt med ett klargörande av lagligheten vad gäller verksamheterna hos de e-handelsaktörer som handlar med alkoholdrycker. Att företag håller sig inom lagens ramar i sina verksamheter är alltid en utgångspunkt för att sunda konkurrensförhållanden ska vara möjliga. Ett oklart rättsläge ger utrymme för oseriösa aktörer att agera på tvivelaktiga sätt konkurrensmässigt utan att drabbas av sanktioner. Detta påverkar konkurrensen negativt och drabbar seriösa aktörer vilket i slutändan kan leda till negativa effekter för konsumenterna. Konkurrensverket noterar att folkhälsoministern, efter det att åklagaren lagt ned förundersökningen mot CityGross, aviserat att hon avser att skyndsamt och grundligt analysera lagstiftningen för att se vad som bör göras för att förhindra att reglerna för införsel av alkoholdrycker av privatpersoner utnyttjas på ett sätt som inte var avsikten.³¹ Konkurrensverket ser positivt på detta.

³⁰ Se Konkurrensverkets rapport till kommissionen i december 2012, sid 16.

³¹ Svar på fråga 2013/14:122 av Carl B Hamilton (FP) (Dnr S2013/8053/FST)

Konkurrensverket beklagar också att åklagare ännu inte fattat beslut i det ärende som rör IOGT-NTOs anmälan i november 2011 av ett antal e-handelsaktörer, där beslut om förundersökning fattades under hösten 2012.

Konkurrensverket kommer att följa och redogöra för utvecklingen av frågor som anknyter till e-handeln med alkoholdrycker i kommande rapporter till kommissionen.