

1999-06-22

Dnr 23/1999

Övervakning av det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker - Rapport till Europeiska kommissionen.

Den svenska regeringen gav den 15 juni 1995 Konkurrensverket i uppdrag att "övervaka att Systembolagets detaljhandelsmonopol inte medför missbruk av dominerande ställning". Enligt uppdraget skall övervakningen ske i enlighet med vad som överenskommits mellan Sverige och Europeiska kommissionen i samband med förhandlingarna om Sveriges medlemskap i den Europeiska Unionen. Konkurrensverket skall därvid rapportera direkt till Europeiska kommissionen.

Rapportens omfattning och inriktning

Rapporten omfattar tillämpningen av den svenska alkoholregleringen vad avser detaljhandelsmonopolets verksamhet och de förändringar som genomförts eller övervägs, och som är kända i juni 1999. Försäljningssiffror för Systembolaget avser helåret 1998.

Systembolagets försäljning

Detaljhandeln

Systembolaget har totalt 400 egna butiker, som säljer företagets hela sortiment, på cirka 300 orter i Sverige. Enligt uttalande från Systembolaget avser man att behålla detta antal butiker ungefär oförändrat under de närmaste åren. Dessa butiker svarar för ca 98% av bolagets totala detaljhandelsförsäljning. Den övriga detaljhandelsförsäljningen, som sker genom 586 s.k. utlämningsställen, t.ex. livsmedelsbutiker i glesbygd, är således marginell men nödvändig för att upprätthålla monolets service utanför tätorterna.

Systembolagets totala försäljning i detaljhandeln uppgick under helåret 1998 till 248 miljoner liter till ett värde av 18,7 miljarder kronor. Räknat i volym ökade den totala försäljningen med knappt 2 % jämfört med år 1997. De största varugrupperna öl och vin har ökat med cirka 3 %, medan försäljningen av starksprit minskat med drygt 3 %.

1999-06-22

Dnr 23/1999

Den volymmässigt största varugruppen är starköl, varav drygt 111 miljoner liter såldes 1998. Av starkölsförsäljningen utgjordes 86 % av svensktillverkat öl, som ökade med 3,7 % i volym mellan 1997 och 1998. Försäljningen av importerat starköl minskade däremot med 3,4 % i volym under samma tid.

Försäljningen av vin uppgick till drygt 103 miljoner liter år 1998, en ökning med cirka 3 miljoner liter eller 2,8% från 1997. Röda viner svarade för 53% av totala vinförsäljningen och vita viner för 34%. Starkvin och glögg svarade för drygt 7%. Försäljningen av roséviner och mousserande viner inklusive champagne uppgick till 5%.

Konkurrensverket har i sin rapport till Europeiska kommissionen den 7 januari 1999, vilken baserades på siffror för januari t.o.m. november 1998, lämnat en detaljerad redogörelse för hur Systembolagets försäljning fördelades på ursprungsländer. Motsvarande analys baserad på helåret 1998 ger inga väsentliga ändringar i den tidigare beskrivningen. De största leverantörsländerna är Spanien, Italien, Frankrike och Tyskland. Därefter följer fjorton länder - varav fyra är EU-medlemmar - vars andelar av totalförsäljningen varierar mellan 0,4 och 5%.

Partihandeln

Som Konkurrensverket redogjort för i föregående rapport till Europeiska kommissionen fanns vid slutet av 1998 ca 300 företag med partihandelstillstånd, varav omkring 15 större aktörer svarar för ca 90% av den totala försäljningen. Alla innehavare av partihandelstillstånd är inte aktivt verksamma på marknaden.

Efter att partihandelsmonopolet med alkoholdrycker upphörde har Systembolaget tappat en stor del av försäljningen till restauranger. År 1998 sålde företaget till restauranger 1,01 miljoner liter spritdrycker, 2,2 miljoner liter vin, 1,55 miljoner liter starköl och 265 000 liter cider/blanddrycker. Försäljningen till restauranger täcks dock inte helt av statistiken, eftersom det förekommer att restauranger gör sina inköp över disk i någon av Systembolagets butiker. Systembolagets partihandel har nyligen formerats som en egen resultatenhets med namnet Systembolaget RestaurangPartner.

Systembolagets prissättningsmodell föreslås ändras

Mot bakgrund av Systembolagets detaljhandelsmonopol har det varit en uttalad princip att företagets prissättning skall vara kostnadsrelaterad och transparent. Detta kommer till uttryck bl.a. i det avtal som slutits mellan bolaget och svenska staten i december 1994. I avtalet stadgas (p.6) att bolagets handelsmarginal skall sättas efter objektiva kriterier, som gäller lika för inhemska och importerade produkter. Vidare stadgas (p.9) att vid prissättning skall beaktas att bolaget får täckning för sina kostnader och att staten får skälig avkastning på kapitalet.

Transparens i prissättningen åstadkoms genom att leverantören känner till dessa principer och då leverantören också känner till den alkoholskatt som tas ut på hans produkt. Leverantören har alltså möjlighet att i förväg beräkna vilket pris till konsument Systembolaget kommer att hålla på hans vara. I den aktuella branschen är leverantören förhindrad att använda flertalet konkurrensmedel (pris, reklam etc.)

1999-06-22

Dnr 23/1999

gentemot slutlig konsument. Det blir därmed extra viktigt för leverantören att kunna beräkna inom vilket prissegment i Systembolagets sortiment som hans produkt kommer att säljas.

Systembolaget har uppgivit att bolaget strävar efter att pålägget på inköpspriset skall, så nära det är praktiskt möjligt, stå i relation till bolagets kostnader för att sälja den aktuella varan. För närvarande beräknar Systembolaget försäljningspriset för en vara genom ett procentpåslag på varans inköpspris inklusive alkoholskatt men exklusive mervärdesskatt. Procentsatsen varierar mellan varugrupperna men är normalt densamma för alla varor inom gruppen. Lägsta procentpålägg, 6,5 %, tillämpas för sprit. För vin och cider är pålägget 17,23 % och för starköl och för blanddrycker 31,75 %.

Den gällande prissättningsmodellen innebär att det totala påslagens storlek varierar med varans alkoholhalt, vilken inte med nödvändighet motsvarar skillnader i hanteringskostnad för Systembolaget. I många fall kommer varor som kostar lika mycket för företaget att hantera att trots detta belastas med olika pålägg, beroende på att varorna har olika alkoholhalt.

Systembolaget uppger att det från bl.a. leverantörshåll har ifrågasatts om den nuvarande principen för prissättning i tillräcklig utsträckning avspeglar Systembolagets verkliga kostnader för att sälja varan. Under 1998 har Systembolaget med biträde av externa konsulter gjort en omfattande kartläggning av kostnadsstrukturen för ett antal varor.

Systembolaget har för Konkurrensverket redovisat de huvudsakliga resultaten av studien och de därav föranledda planerna på förändringar i bolagets prissättning. Nedan följer en sammanställning av denna redovisning.

Enligt studien har cirka tre fjärdedelar av de totala kostnaderna kunnat härledas till de olika artiklarna, medan cirka en fjärdedel är gemensamma kostnader som, jämte ett vinstpåslag, med någon lämplig nyckel skall fördelas ut på den enstaka artikeln. Utredningen har vidare klarlagt att för varor med en låg total försäljningsvolym svarar lagerhållning för största andelen av varans totala kostnader, medan för högvolymartiklar det är kostnaden för att betjäna kunderna som väger tyngst. Nya artiklar drar generellt under det första året stora kostnader för att tas in i sortimentet, kostnader som tillkommer utöver de mera "löpande" kostnaderna för artikeln.

Studien visar också att Systembolagets totala kostnader för små förpackningar, såsom halvflaskor, generellt sett inte täcks med den nuvarande prissättningsmodellen. Varugruppen sprit (utom lågvolumvaror - som regel mindre än 2000 sålda enheter) ger ett tillfredsställande täckningsbidrag. Varugruppen vin ger däremot alltför låga täckningsbidrag även för artiklar med relativt hög försäljningsvolym. Inom varugruppen cider är påslagen idag generellt för låga för att ge täckningsbidrag. Varugruppen öl täcker sina egna direkta kostnader även vid ganska låga försäljningsvolym och varugruppen som helhet ger ett tillfredsställande täckningsbidrag till de gemensamma kostnaderna. Inom varugruppen öl konstaterar

1999-06-22

Dnr 23/1999

utredningen dock skillnader i täckningsbidrag, som innebär att ölsorter som säljs i begränsade volymer inte bidrar till de gemensamma kostnaderna.

Mot bakgrund av den beskrivna kartläggningen av Systembolagets kostnadsstruktur föreslår bolaget en helt ny prissättningsmodell, vilken man under våren 1999 presenterat för leverantörernas branschorganisationer. Förändringen innebär att priset sätts genom en kombination av ett fast påslag i kronor per förpackning och ett procentuellt påslag på inköpspriset *exklusive* alkoholskatt. Krontalspåslaget varierar mellan varugrupperna och baseras på i utredningen konstaterad faktisk hanteringskostnad för de olika artiklarna. När krontalspåslaget beräknats har en vägning skett av beloppen för de analyserade artiklarna i den aktuella varugruppen, med hänsyn tagen till antal sålda enheter per artikel. Det procentuella påslaget på inköpspriset exklusive alkoholskatt är detsamma för alla varugrupper och skall täcka gemensamma (ofördelade) kostnader och vinst. Påslagens storlek framgår av den följande tabellen.

	Spritdrycker	Vin	Öl	Cider	Blanddrycker
Krontal	5,00	4,00	1,50	1,90	4,20
Procent	17	17	17	17	17

Framför allt för varugrupperna spritdrycker och vin medför den nya prissättningsmodellen att priset anpassas bättre till Systembolagets hanteringskostnad. Varor som säljs i stora volymer, liksom varor med hög alkoholhalt minskar i pris. Varor med stor försäljning, som har en lägre hanteringskostnad per såld enhet, har också i regel lägre inköpspris och belastas därför med ett lägre påslag när påslaget räknas i procent av inköpspriset. De mycket dyra varorna, med högt inköpspris, skulle med den föreslagna modellen få mycket höga påslag i kronor som inte motiveras av de kostnader dessa artiklar genererar. Detta gäller f.ö. även den nuvarande prissättningsmodellen. Därför föreslås att pålägget per vara maximeras till 100 kronor. Generellt genomförs prishöjningar enligt den nya prissättningsmodellen på lågvolumvaror, på varor med låg alkoholhalt och på halvflaskor.

För varugruppen öl medför de föreslagna förändringarna att priserna till konsument sjunker på varor på högre prisnivå och mellanprisnivå, medan lågprisvarianterna ökar något i pris. Priserna på cider och på blanddrycker kommer att öka relativt kraftigt inom samtliga prisgrupper. Generellt sänks det totala marginalbeloppet som Systembolaget får på öl, medan motsvarande belopp på spritdrycker ökar något. Ökningen för vin är större men de största prisökningarna genomförs i varugrupperna cider och blanddrycker.

1999-06-22

Dnr 23/1999

I tabellen nedan redovisas effekterna av den nya modellen, jämfört med nuvarande prissättningsmodell, för ett antal typiska artiklar inom de olika varugrupperna.

Prisjämförelser

<i>Varugrupp</i>	<i>Prisgrupp</i>	<i>Pris dec-97</i>	<i>Nytt pris</i>	<i>Prisskillnad</i>
Spritdrycker	Hög	650,00	686,00	+ 36,00
	Mellan	305,00	311,00	+ 6,00
	Låg	195,00	191,00	- 4,00
Vin	Hög	296,00	296,00	+/- 0,00
	Mellan	103,00	104,00	+ 1,00
	Låg	42,00	43,00	+ 1,00
Öl	Hög	20,90	19,75	- 1,15
	Mellan	13,80	13,50	- 0,30
	Låg	8,90	9,50	+ 0,60
Cider	Hög	22,00	23,30	+ 1,30
	Mellan	16,00	17,90	+ 1,90
	Låg	12,00	14,30	+ 2,30
Blanddrycker	Hög	18,90	21,10	+ 2,20
	Mellan	15,00	17,90	+ 2,90
	Låg	11,90	14,30	+ 2,40

Konkurrensverket har kontaktat leverantörsorganisationerna inom alkoholbranschen för att få deras synpunkter på det ovan relaterade förslaget till ny prissättningsmodell för Systembolaget.

Sprit- & Vinleverantörsföreningen har i sina kommentarer till förslaget välkomnat att påslaget skall gälla priset före skatt, vilket gör Systembolagets prissättning oberoende av skatteförändringar. Föreningen är dock kritisk mot att systemet förefaller "fyrkantigt", bl.a. då ingen hänsyn tas till storlek på förpackningarna. Detta drabbar främst vin. Man ger exempel på viner som idag säljs på 25 cl flaskor, till en volym av ca 40.000 stycken per månad. Dessa produkter skulle öka med 18 procent i pris. Systembolagets tidigare uttalade ambition att premiera små förpackningar överges enligt föreningen nu, då allt större förpackningar blir mer gynnade. Däremot missgynnas enligt föreningen varor i multipack. Sådana varor borde enligt föreningen säljas med lägre påslag per ingående förpackning, då dessa är hanteringsmässigt mindre krävande. Föreningen framhåller vidare att förslaget, även om Systembolagets totala marginal inte förändras, innebär att det blir stora prisökningar för vin i allmänhet och lågalkoholviner i synnerhet samt sänkta priser på öl. Fördelningen av höjningar och sänkningar gör att importerade varor enligt föreningens uppfattning kommer att missgynnas. Föreningen är också kritisk mot att prissättningen inte tar

1999-06-22

Dnr 23/1999

hänsyn till hur stor omsättningen av enskilda varor är. Föreningen anser att stora volymer motiverar mindre marginal per vara och vice versa.

Beträffande de skatteberoende prisskillnaderna mellan vin och öl anför Sprit- & Vinleverantörsföreningen att man erfarit att Europeiska kommissionen i en formell underrättelse till Irland påpekat att republiken på grund av statliga ingripanden (vinskatt) har en för stor prisskillnad mellan vin och öl. I Sverige är avvikelserna enligt föreningen större än i Irland på grund av skatteskillnader. Med det nya marginalsystelet, som enligt föreningen kan liknas vid ett statligt ingripande, accentueras förhållandet.

Sammanfattningsvis avstyrker Sprit- & Vinleverantörsföreningen att förslaget till ny prissättningsmodell införs i dess nuvarande form.

Svenska Bryggareföreningen har i sin kommentar till verket framfört att Systembolagets nya prissättningsmodell enligt föreningens mening inte tar tillräcklig hänsyn till att en mycket stor del av detaljhandelns kostnader är relaterade till omsättningshastighet. Föreningen påpekar att av de 270 artikelnummer som Systembolaget i april 1999 hade i sitt sortiment, svarar 10 stycken för 48% av omsättningen. Vidare uppger föreningen att i konkurrensutsatt dagligvaruhandel är minst halva kostnadsmassan relaterad till omsättningshastighet. Föreningen framför också att öl är en färskvara och menar att i synnerhet för importerade produkter med låg omsättning torde Systembolagets kostnader för inkurans vara betydande. Om Systembolagets nya prissättningsmodell utformades så att hänsyn tas till omsättningshastighet menar föreningen att problemet med diskriminering via avlistningsgränser skulle minska, eftersom produkter med lägre volymer skulle bli mera acceptabla om de täckte sina verkliga särkostnader. En löpande justering av marginalerna, baserad på det senaste kvartalets uppmätta omsättning borde enligt föreningen vara genomförbar.

Föreningen framför vidare att man är positiv till att marginalberäkningen i fortsättningen föreslås bli baserad på nettopriset före skatt.

Föreningen Sveriges Fria Bryggerier organiserar främst små och medelstora bryggerier. Föreningen bedömer att den nya prissättningsmodellen tar bättre hänsyn till sambandet mellan olika produktgruppers hanteringskostnader och föreningen tillstyrker, utifrån den information man hittills erhållit, den nya modellen.

Systembolaget har av Konkurrensverket ombetts kommentera de viktigare invändningar mot det nya prissättningsystemet som branschorganisationerna framfört till Konkurrensverket. Företaget har därvid understrukt att det procentuella påslaget täcker kostnader som inte kan kopplas till någon viss artikel och att dessa kostnader enligt bolaget bör fördelas lika för alla varugrupper. Den nya prissättningsmodellen anses av Systembolaget innebära ett indirekt hänsynstagande till försäljningsvolymen i och med att varor med hög försäljningsvolym i regel har ett lägre inköpspris.

Bolaget har framhållit att den nya modellen utformats i syfte att de olika varugrupperna totalt sett skall bära sina kostnader samt ge ett täckningsbidrag i

1999-06-22

Dnr 23/1999

relation till sin storlek. Att upprätthålla denna princip inom ramen för ett system med rullande marginalförändringar är enligt företaget mycket svårt. Om en varugrupp totalt sett skall bära sina kostnader medför även relativt obetydliga sänkningar för ett fåtal varor inom gruppen, om dessa säljs i stora volymer, att kraftiga marginalökningar uppkommer för övriga varor i gruppen. En sådan lösning innebär bl.a. att prissättningsmodellens transparens skulle gå förlorad.

Systembolaget har under maj 1999 även presenterat modellen för Europeiska kommissionen, Generaldirektorat IV. Enligt bolaget räknar man med att kunna införa den nya prissättningsmodellen vid årsskiftet 1999/2000.

Konkurrensverket utgår från att Systembolaget när en ny prissättningsmodell införs tar hänsyn till de synpunkter på den reviderade modellens effekter som branschen framfört. Samtidigt vill verket understryka vikten av transparens, dvs. att en leverantör har möjlighet att beräkna bolagets pris till konsument. Ett skäl till detta är att aktörerna är verksamma på en monopolmarknad, där möjligheterna att konkurrera, t.ex. genom marknadsföring, är mycket starkt begränsade. En möjlighet som idag står till buds är att leverantören kan förutse i vilket prissegment produkter kommer att hamna och därför kan anpassa priset i sin offert till Systembolaget. Prissegmentet har, enligt Systembolagets uppgifter om försäljningen, en styrande effekt på konsumenternas val.

Verket förutsätter likaså att en utvärdering av effekterna av den nya prissättningsmodellen görs inom en relativt kort tid efter införandet.

Systembolagets centrala sortimentspolicy

Förutom Systembolagets ordinarie sortiment, som består av ett grundsortiment med standardvaror främst i låg- och mellanprislägen, ett s.k. tillfälligt sortiment med bl.a. årgångsviner och säsongdrycker och ett testsortiment, tillhandahåller Systembolaget också ett s.k. beställningssortiment.

Beställningssortimentet

Beställningssortimentet upptar produkter som inte ingår i Systembolagets egna sortiment och för vilka leverantörerna svarar för lagerhållningen. Produkterna i beställningssortimentet presenteras i en särskild lista i företagets butiker. Produkter som kunder önskar köpa från denna lista skall utan dröjsmål beställas hem av butiken från respektive leverantör.

När det gäller beställningssortimentet har kritik tidigare framförts till Konkurrensverket som redovisats i föregående rapporter till Europeiska kommissionen. Kritik har under senare tid ånyo framförts från enskilda branschföretag samt från leverantörsorganisationer.

Sprit- och Vinleverantörsföreningen framhåller t.ex. i skrivelse till Konkurrensverket att det i Systembolagets butiker, enligt vad föreningens medlemmar uppgivit, förekommer att kunder som velat köpa från beställningssortimentet möts av beskedet

1999-06-22

Dnr 23/1999

att en produkt är slut hos leverantören, vilket flera gånger har varit felaktigt. Föreningen har uppgivit att argumentet anses bekvämt om personal vill slippa besväret att beställa. Man efterlyser större disciplin hos butikerna.

Svenska Bryggareföreningen säger i sin kommentar till beställningssortimentet att Systembolaget i ambitionen att tillmötesgå krav på icke-diskriminering av importerade märken tvingats till åtaganden som i praktiken är "ogenomförbara eller förknippade med orimliga kostnader". Föreningen stöder sig i sitt utlåtande på rapporter från medlemsföretagen. Enligt dessa är det i praktiken ofta omöjligt att förmå butiker till att för en enskild kunds räkning ta hem små volymer av produkter ur inte bara beställningssortimentet utan även ur ordinarie sortiment. "Slut i lager" uppges rutinmässigt vara skälet. Svenska Bryggareföreningen framhåller att svenska bryggerier, som till skillnad från konsumenten kan kontrollera förhållandet, regelbundet förser föreningen med långa listor över sådana fall.

Föreningen Sveriges Fria Bryggerier redovisar också att många medlemmar rapporterat att kunder hos Systembolaget på frågor om produkter som butiken ej lagerför, får till svar att efterfrågad produkt inte finns tillgänglig eller också framställs särskilda krav på beställningsvolym. Föreningen anför att man antar att skälet är att beställningar tar tid att effektuera och orsakar extraarbete. Det finns således starka incitament för butikspersonalen att istället rekommendera en produkt som finns i lager. Beställningssortimentet är mot denna bakgrund, enligt föreningens uppfattning, "i praktiken idag inte ett tillräckligt fungerande alternativ till det ordinarie dito".

Systembolaget har, i en kommentar till den kritik som alkoholbranschen har framfört till Konkurrensverket, framhållit att samtliga företagets butiker under perioden mars till maj 1999 redovisat att de har tagit emot och gjort beställningar från beställningssortimentet. Under samma period har 2 085 märken ur beställningssortimentet sålts i en eller flera butiker. Beställningssortimentet innehåller f.n. 2 243 aktiva märken.

Företaget framför att det är svårt att uppskatta storleken på det problem som leverantörer och branschföreningar fört fram till Konkurrensverket. Att samtliga butiker tar emot och gör beställningar från beställningssortimentet talar enligt företaget för att problemet för närvarande troligen inte är av stor omfattning. Systembolaget uppger vidare att man, i syfte att ytterligare understryka vikten av att tillmötesgå kundernas önskemål i detta hänseende, kommer att informera butikerna om den kritik från leverantörer och branschföreningar som Konkurrensverket förmedlat till företaget.

Testsortimentet

I sin föregående rapport framförde Konkurrensverket att kötider på mellan tre och fem år förekom och att många leverantörer ansåg att testsortimentet inte kunde anses vara ett verkligt alternativ till övriga kanaler in i Systembolagets sortiment. Problemet med de mycket långa väntetiderna när leverantörer önskar få sin produkt antagen för testförsäljning har ännu inte lösts. I praktiken är möjligheten att denna väg få tillträde till den svenska marknaden utesluten för många leverantörer, t.ex. sådana som vill

1999-06-22

Dnr 23/1999

importera ett enstaka parti som är till salu under en begränsad tid hos en utländsk producent.

Systembolaget har uppgivit för Konkurrensverket att bolaget för närvarande noga granskar konsekvenserna av olika möjligheter att minska kötiden. Enligt Systembolaget har ett fåtal leverantörer med de nu gällande reglerna kunnat ställa en stor mängd varor i kön till testförsäljning och därmed blockerat möjligheten till marknadstillträde för sina konkurrenter. När en vara i kön så småningom väntat så länge att den erbjudits testförsäljning har det ofta visat sig att leverantören inte längre kan erbjuda den till Systembolaget. Tio av de nära 300 leverantörerna som har offererat varor till Systembolaget, svarar för 85% av alla ansökningar om testförsäljning och en av dessa för en tredjedel av ansökningarna.

Systembolaget överväger att ändra reglerna för testförsäljningen, t.ex. så att en leverantör tillåts ställa bara ett begränsat antal produkter i kö åt gången i varje segment, eller att upplåta testsortimentet endast till de varor som har förutsättningar, i termer av tillgång, att kvalificera sig till grundsortimentet.

Avlistningsreglerna

Systembolaget införde från den 1 januari 1999 nya tröskelvärden för volymgränser och marknadsandelar som grund för när produkter skall avlistas från företagets sortiment. De fasta volymgränserna för viner har sänkts från tidigare 27000 liter till 18000 liter, medan kraven på marknadsandel ökat något, för t.ex. rödvin från 0,25 till 0,3% och för vitt torrt vin från 0,5 till 0,6%. För alla starkviner gäller numera en gräns på 3000 liter.

För öl har Systembolaget från och med år 1999 infört en finare uppdelning i volymgränser, som bl.a. innebär att volymkravet höjts betydligt för ljus lager men sänkts för mörk lager. Ljus lager, vars avlistningsgräns nu höjts till 30.000 liter, svarar för mer än 75% av Systembolagets försäljning av starköl. Tidigare gällde en avlistningsgräns för alla öltyper om 10.000 liter för underjäst öl och 20.000 liter för överjäst öl.

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

Förutom ändrade volymgränser innebär det nya systemet att utvärderingen sker för varje artikel i sortimentet och inte enbart för märket på produkten. Ett av syftena med de nya avlistningsreglerna är att generellt minska antalet artiklar och att förhindra att antalet märken ökar i grundsortimentet. Allmänt syftar reglerna enligt Systembolaget till att ge en rättvisare utvärdering av produkternas försäljning och till att bereda större möjligheter för standardmärken i lite högre prislägen att ingå i grundsortimentet.

Sprit- & Vinleverantörsföreningen har i en skriftlig kommentar till verket framfört att föreningens medlemmar inte haft några negativa synpunkter på avlistningsreglerna.

1999-06-22

Dnr 23/1999

Föreningen framhåller i sammanhanget att medlemmarna vanligtvis är väl etablerade företag, som kanske inte är lika utsatta för dessa regler som mindre och nyare aktörer på marknaden.

Svenska Bryggareföreningen har till Konkurrensverket i sina kommentarer understrukit att en särkostnadsanpassad marginal per produkt skulle leda till mindre diskriminering av små - ofta utländska - märken genom avlistning. Föreningen framhåller att i dagligvaruhandeln i övrigt fattas beslut om avlistning utifrån en bedömning av en mängd förhållanden vid sidan av volymen, t.ex. bidrag, lokal eller annan speciell förankring hos målgruppen, långsiktig potential och unika egenskaper som inte återfinns hos övriga produkter i sortimentet. Riksvolym över en viss period som ensidig avlistningsgrund är en schablon, som enligt Bryggareföreningen missgynnar produkter med liten målgrupp och därmed försvårar tillträdet till sortimentet för dessa.

Föreningen Sveriges Fria Bryggerier har till verket framfört att den i flera sammanhang, även till Systembolaget, ifrågasatt både de gamla och de nya avlistningsreglerna, som varit mycket oförmånliga för företag med en stark lokal efterfrågan, eftersom volymgränserna satts utifrån en riksmarknad. De nya reglerna tar enligt föreningen bättre hänsyn till olika produkttypers relevanta marknad, men situationen har försämrats drastiskt för lokala aktörer och märken med öl av typen ljus lager, eftersom volymkravet där höjts med 50%.

Konkurrensverket vill för sin del framhålla följande beträffande Systembolagets sortimentspolicy.

Systembolaget har i samband med reformeringen av avlistningsreglerna uttalat att företagets strävan är att generellt minska antalet artiklar i grundsortimentet och att förhindra att antalet märken ökar i samma sortiment. Verket kan konstatera att en sortimentsminskning - allt annat lika - får till effekt att marknadstillträdet försvåras. Det är då av synnerlig vikt att avlistningsreglerna utformas så att de inte får alltför negativa effekter för leverantörer av små volymer. Verket har förståelse för att det måste finnas en nedre gräns vid vilken försäljning en produkt kan avlistas. De argument som framförts från branschhåll om att t.ex. hänsyn bör tas till varor med lokalt stor efterfrågan, bör dock vara värda att studera. Verket vill också betona vikten av att en utvärdering av avlistningsreglernas effekter görs vid utgången av år 1999.

För den leverantör vars produkt inte från början bereds plats i grundsortimentet återstår beställningssortimentet och testsortimentet som alternativa kanaler.

Som framgått ovan, har Systembolaget visat att samtliga butiker under en studerad period 1999 tagit hem varor från beställningssortimentet. Dock är de upprepade klagomål som framförts bl.a. till verket i detta hänseende av sådan art att de enligt verkets uppfattning motiverar en skärpt uppmärksamhet på detta problem. Konkurrensverket är medvetet om att kundbeställningar i Systembolagets butiker av små volymer kan ta förhållandevis stora resurser i anspråk per order. Detta förhållande

1999-06-22

Dnr 23/1999

måste dock anses vara underordnat kravet på att ett detaljhandelsmonopol inte onödigtvis begränsar tillträdet till marknaden för någon leverantör.

Vad gäller testsortimentet är det enligt verkets mening oacceptabelt med fleråriga väntetider för att anta en produkt till testförsäljning. För en leverantör vars offert i dagsläget avvisats av Systembolaget, måste möjligheten att anmäla produkten till testförsäljning framstå som ett föga realistiskt alternativ.

Konkurrensverket anser att beställningssortimentet och testsortimentet utgör viktiga kompletterande vägar för en leverantör att via detaljhandelsmonopolet föra ut sina produkter till svenska konsumenter. Systembolagets strävan till minskning av grundsortimentet som bl.a. kommer till uttryck i avlistningen verkar i riktning mot att begränsa marknadstillträdet. Verket anser därför att det är av stor vikt att de alternativa kanaler till den svenska marknaden som beställningssortimentet och testsortimentet är avsedda att utgöra, så långt det är möjligt fungerar oklanderligt. Konkurrensverket noterar härvid att Systembolaget framfört att åtgärder kommer att vidtas för att förbättra funktionssättet hos båda kanalerna.

Ärenden hos Konkurrensverket

Konkurrensverket har f.n. ett skriftligt klagomål, diarienummer 276/1999, som rör detaljhandelsmonopolet under handläggning. Det klagande företaget, ILYs Vinagentur och Transport, har bl.a. vänt sig mot Systembolagets agerande i sin inköpsfunktion. Man har också kommenterat att konsumenter kan ha svårigheter att köpa ur beställningssortimentet, av liknande slag som Konkurrensverket redogjort för tidigare i denna rapport. Företaget har också framfört att Systembolagets statistik vad gäller försäljning till restauranger kan vara missvisande. Som tidigare beskrivits (i avsnittet Partihandel ovan) är det riktigt att statistiken inte täcker de inköp som restauranger gör direkt över disk i Systembolagets butiker. Hur stor denna försäljning är har dock inte kunnat fastställas.

Ärenden hos Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden har under 1999 beslutat i två ärenden där leverantörer har överklagat Systembolagets beslut att avvisa produkter från försäljning.

I det första ärendet, där Primeur Vin AB ansökt om överprövning av Systembolagets beslut att avvisa produkten Lorch Pfälzer Landwein, har nämnden avslagit den klagandes ansökan. Argumenten att reglerna för antagning till testsortimentet ändrats den 1 januari 1995 avvisar nämnden med motiveringen att ändringarna aviserades av Systembolaget i god tid.

I det andra ärendet har företaget M & S Bouquet AB ansökt om överprövning av Systembolagets beslut att avvisa produkten 1998 Convento Viejo Mission. Här konstaterar Alkoholsortimentsnämnden att den klagande, när Systembolaget avvisat produkten från försäljning, kunnat ansöka om testförsäljning. M & S Bouquet har inte utnyttjat denna möjlighet, vilket gör att Alkoholsortimentsnämnden inte uppfattar Systembolagets beslut som en slutlig avvisning. Alkoholsortimentsnämnden beslutade

1999-06-22

Dnr 23/1999

därför att avslå själva ansökan om överprövning, det vill säga man tog över huvudet taget inte upp deras ansökan till behandling.

Regeringens planerade ändringar i regelverket på alkoholområdet.

Regeringen har i proposition till riksdagen den 10 juni 1999 (prop. 1998/99:134) föreslagit flera ändringar i det svenska regelverket gällande marknaden för alkoholdrycker.

Regeringens förslag baseras bl.a. på betänkanden från dels den s.k. Alkoholreklamutredningen (SOU 1998:8), dels den s.k. Alkoholutredningen (delbetänkande, SOU 1998:156). Alkoholutredningen har haft i uppdrag att med förtur se över bl.a. reglerna om och villkoren kring yrkesmässig import av alkoholdrycker, mot bakgrund av att Europeiska kommissionen i en formell underrättelse riktat kritik mot vissa delar av den svenska alkohollagstiftningen.

Konkurrensverket avstyrkte i sitt yttrande i april 1998 över Alkoholreklamutredningen den ytterligare detaljreglering av bl.a. marknadsföring av alkoholdrycker som utredningen föreslog. Vad gäller Alkoholutredningen stödde Konkurrensverket den senare utredningens förslag att underlätta den administrativa bördan för partihandlare samt att ge importrätt för restauranger med stadigvarande serveringstillstånd. Liksom utredningen ifrågasatte Konkurrensverket i sitt yttrande att Systembolaget skulle ges en full import- och partihandelsrätt, från bl.a. rent konkurrensrättsliga utgångspunkter. Vidare stödde verket utredningsförslaget att ge Systembolaget en begränsad rätt till import i samband med beställningar från privatkunder. Verket var också positivt till utredningens förslag om regeländringar som skulle ge möjlighet att från annat EU-land sända gåvoförsändelser av alkoholdrycker till Sverige.

De nu av regeringen föreslagna ändringarna avser bl.a. tillståndsgivningen för partihandel, en begränsad rätt för Systembolaget att självt importera, viss möjlighet till att sända privata gåvoförsändelser från en person i annat land till mottagare i Sverige av spritdrycker, vin och starköl, reglerna för marknadsföring respektive beskattning av alkoholdrycker samt straffbeläggning av bl.a. förvärv av olovligt tillverkad sprit. Vidare föreslås att Systembolaget skall tillåtas utöka butikernas öppettider, genom att bl.a. på försök under ett år i vissa delar av landet ha öppet på lördagar. Det senare förslaget motiveras med att en bättre tillgänglighet för laglig alkohol kan motverka den idag omfattande konsumtionen av s.k. svartspirit. Av bl.a. samma skäl föreslås att de existerande 400 fullsortimentsbutikerna kompletteras med att Systembolaget öppnar ett antal mindre butiker, med mera begränsat sortiment, vilka bör etableras exempelvis i anslutning till större externa köpcentra och på orter som idag helt saknar butiker. Frågan om bättre tillgänglighet för Systembolagets kunder togs inte upp i någon av de två ovan nämnda utredningarna. I propositionen aviseras också att regeringen ämnar tillsätta en organisationskommitté som skall göra en bred översyn av myndighetsstrukturen på alkoholområdet

Partihandelstillstånd

Regeringens förslag innebär att kravet på separat tillstånd för att bedriva partihandel tas bort i sin nuvarande form. Istället föreslås i propositionen till riksdagen att det

1999-06-22

Dnr 23/1999

införs en koppling till vissa begrepp i lagen (1994:1563) om alkoholskatt som ger en automatisk rätt att bedriva partihandel med spritdrycker, vin och starköl om vissa förutsättningar är uppfyllda. Rätt att bedriva partihandel ger rätt att importera, exportera och att vidareförsälja de drycker som omfattas av tillståndet till bl.a. andra partihandlare, till innehavare av serveringstillstånd samt till detaljhandelsmonopolet. Företagen behöver därmed söka tillstånd hos endast en myndighet istället för som idag hos två myndigheter. Förslaget är föranlett bl.a. av att EG-domstolen i den s.k. Franzén-domen riktade kritik mot det svenska tillståndssystemet som ett fördröjande hinder för import av alkoholdrycker från övriga medlemsstater.

Alkoholinspektionens uppgifter att behandla ansökningar om partihandelstillstånd och inspektionens omedelbara tillsyn över partihandeln upphör med regeringens förslag. Därmed bortfaller också de till ansökningar och tillsyn knutna avgifter vilka drabbat importprodukterna och som varit föremål för en återkommande kritik från Europeiska kommissionen. Däremot kvarstår enligt förslaget ansöknings- och tillsynsavgifter för de svenska *tillverkarna*, avgifter som skall finansiera Alkoholinspektionens fortsatta verksamhet. Dessa avgifter drabbar inte partihandlare vilka importerar motsvarande produkter. I avvaktan på förslag i Alkoholutredningens kommande slutbetänkande föreslår regeringen därför att tillsynsavgifterna för tillverkare skall reduceras tills vidare.

Begränsad rätt för Systembolaget att importera

Systembolaget får enligt 5 kap. 1 § alkohollagen inte importera, exportera eller tillverka spritdrycker, vin eller starköl. Denna bestämmelse infördes vid EU-inträdet främst för att det annars skulle finnas risk för missbruk av monopolets dominerande ställning. Systembolaget måste följaktligen för sina inköp vända sig till någon med tillverknings- eller partihandelstillstånd. Om en kund i Systembolaget vill köpa t.ex. ett särskilt vin, som Systembolaget av någon anledning inte har köpt in och som inte finns i beställningssortimentet kan kunden begära att Systembolaget anskaffar drycken. Som en följd av sin monopolställning är Systembolaget skyldigt att anskaffa spritdryck, vin eller starköl som inte finns med i bolagets varusortiment, om inte bolaget finner att det finns hinder mot det. Idag kan Systembolaget anskaffa varan via en partihandlare med importrätt. Denna väg blir dock ganska dyr och omständlig för den enskilde kunden, vilket sannolikt haft kraftigt begränsande verkan på privatimporten av alkoholdrycker till Sverige.

Regeringen föreslår nu en utökad möjlighet till privatimport, genom att Systembolaget ges rätt att direkt och utan att gå via partihandlare importera spritdrycker, vin och starköl på en enskild kunds begäran. Regeringen framhåller i sitt förslag till lagändring att denna möjlighet till privatimport skiljer sig markant från den s.k. distansförsäljningen, genom att försäljningen sker genom detaljhandelsmonopolet. Distansförsäljning, t.ex. via postorder, av spritdrycker, vin och starköl från andra länder till Sverige skall enligt regeringens förslag inte heller i fortsättningen tillåtas.

Gåvförsändelser

Regeringen föreslår vidare i propositionen att under vissa förutsättningar

1999-06-22

Dnr 23/1999

gåvoförsändelser av spritdrycker, vin och starköl tillåts, om de sänds från en enskild person i ett annat land till en enskild person i Sverige.

Europeiska kommissionen har tidigare i den formella underrättelsen uppmärksammat Sverige på att det hinder för privat import som avsaknaden av möjlighet att från ett annat EU-land sända sådana varor till Sverige som gåva innebär, är en åtgärd vars verkan motsvarar en kvantitativ importrestriktion i den mening som avses i artikel 30 och följande i EG-fördraget. Enligt underrättelsen måste svenska regler bl.a. ge möjlighet att mottaga varorna utan att hämta den på något av detaljhandelsmonopolets försäljningsställen. Enligt regeringens förslag i propositionen skall gåvor av det aktuella slaget i framtiden kunna skickas till enskild i Sverige med t.ex. posten eller annan som yrkesmässigt befordrar varor. Endast enstaka gåvoförsändelser, endast starkt begränsade volymer och endast gåvor till personer som har fyllt 20 år föreslås bli tillåtna. Bedömning och kontroll av försändelser och mottagare skall göras av Tullverket. Utlämning av gåvan genom Systembolaget blir således inte aktuell.

Bilagor

1. Systembolagets årsredovisning 1998
2. Sammanfattning av regeringens proposition 1998/99:134 Vissa alkoholfrågor, m.m.