

# Det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen juni 2008

Konkurrensverket juni 2008

## Preliminär innehållsförteckning Systembolagsrapporten

<b>1</b>	<b>Konkurrensverkets uppdrag och dess genomförande .....</b>	<b>3</b>
1.1	Konkurrensverkets uppdrag .....	3
1.2	Uppdragets genomförande.....	3
<b>2</b>	<b>Inköp till detaljhandelsmonopolet.....</b>	<b>5</b>
2.1	Systembolagets allmänna villkor .....	5
2.1.1	Genomförda förändringar.....	5
2.1.2	Planerade förändringar .....	5
2.2	Systembolagets inköps- och sortimentsmodell.....	5
2.2.1	Beställningssortimentet .....	6
2.2.2	Lokalt sortiment.....	7
<b>3</b>	<b>Ärenden i Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden .....</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>Processer avseende avtalsbrott, mutor och bestickning.....</b>	<b>10</b>
<b>5</b>	<b>Klagomål .....</b>	<b>11</b>
5.1	Klagomål till Kommissionen .....	11
5.2	Klagomål till Konkurrensverket.....	11
<b>6</b>	<b>Översyn av den svenska alkohollagen.....</b>	<b>12</b>
6.1	Utredningsuppdraget och Systembolagets roll som importör .....	12
6.2	Delbetänkande december 2007 .....	12
<b>7</b>	<b>Konsumtion och försäljning av alkohol .....</b>	<b>14</b>
7.1	Alkoholkonsumtion .....	14
7.2	Försäljningen.....	14
7.3	Konsumtion av alkoholdrycker beställda via Internet .....	14
<b>8</b>	<b>Sammanfattande kommentar.....</b>	<b>17</b>

# 1 Konkurrensverkets uppdrag och dess genomförande

## 1.1 Konkurrensverkets uppdrag

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

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

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

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

## 1.2 Uppdragets genomförande

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

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

från Systembolagets inköpsprocess samt Systembolagets åtgärder mot korruption m.m. Vidare har Konkurrensverket tagit upp vissa klagomål relaterade till Systembolaget. I rapport 1 från december 2007 refererades EG-domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet vilket rörde reglerna för privatimport av alkoholvaror och utgjorde bakgrunden till att den svenska regeringen i september 2007 tillsatte Alkohollagsutredningen.

Förevarande rapport innehåller i huvudsak en uppdatering av Systembolagets inköps- och sortimentsmodell, en sammanfattning av två skrivelser från GD Konkurrens angående klagomål på Systembolaget, en redogörelse för Alkohollagsutredningens delbetänkande i december 2007 samt en kort sammanfattning av konsumtionen och försäljningen av alkohol i Sverige 2007. Systembolaget har beretts möjlighet att lämna synpunkter i anslutning till rapporten. Konkurrensverket har även varit i kontakt med berörda branschföreningar som dock avstått från att lämna särskilda synpunkter.

## 2 Inköp till detaljhandelsmonopolet

### 2.1 Systembolagets allmänna villkor

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

#### 2.1.1 Genomförda förändringar

Systembolaget anger att vissa mindre ändringar i de allmänna inkösvillkoren trädde i kraft den 1 februari 2008. Systembolaget gav sina leverantörer möjlighet att inkomma med invändningar mot dessa ändringar men några sådana har inte inkommit.

Leverantörsportalen är en webbapplikation som via Internet leder till Systembolagets affärssystem. Det angivna syftet med Leverantörsportalen är att effektivisera och förbättra inköpsprocessen. Anslutningen av fler leverantörer till Leverantörsportalen pågår, i dag är 38 leverantörer anslutna och Systembolagets ambition är att under 2008 ansluta ytterligare 75 leverantörer.

#### 2.1.2 Planerade förändringar

Systembolaget uppger att de under 2007 inte fattat beslut om att genomföra några större förändringar av sitt inköpsförfarande. Systembolaget planerar att genomföra vissa mindre förändringar i inköpsförfarandet vilka kommer att kommuniceras som ändringar av inkösvillkoren i början av sommaren 2008. Dessa kommer att bestå i uppdateringar av inkösvillkoren utifrån mindre förändringar av verksamheten och kundefterfrågan. Vidare uppger Systembolaget att mindre ändringar sannolikt kommer att ske mot bakgrund av bolagets ständiga förbättringsarbete.

### 2.2 Systembolagets inköps- och sortimentsmodell

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

Systembolagets sortiment består av fast sortiment och tillfälligt sortiment. Utöver dessa två sortiment finns beställningssortimentet i vilket leverantörer på eget initiativ kan lista produkter. Produkterna i beställningssortimentet lagerförs hos leverantörerna och säljs i butik efter beställning från kund. Därutöver finns även Systembolagets s.k. privatimportservice. Privatimporten innebär att Systembolaget på en kunds begäran tar hem varor som inte finns i något av de tre nämnda sortimenten. Därutöver finns vissa möjligheter att anpassa en enskild butiks sortiment till lokal kundefterfrågan.

Under tidsperioden juli 2007 till och med december 2007 fördelade sig Systembolagets totala försäljning om 13,2 miljarder kr på fast sortiment 95 procent, tillfälligt sortiment fyra procent och beställningssortiment en procent.

En genomsnittlig butik hade under en genomsnittlig månad avseende mätperioden juli 2007 - december 2007 sin försäljning fördelad på följande antal artiklar per sortiment:

- Fast sortiment 1115 artiklar
- Tillfälligt sortiment 79 artiklar
- Beställningssortiment 38 artiklar

Den 31 december 2007 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande:

- Fast sortiment 2 144 artiklar
- Tillfälligt sortiment 391 artiklar
- Beställningssortiment 6 066 artiklar

### 2.2.1 Beställningssortimentet

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

Under år 2007 listades totalt 2 402 nyheter i beställningssortimentet. Under samma år kvalificerade sig 29 artiklar från beställningssortimentet för försäljning i det fasta sortimentet. Från och med den 1 januari 2008 och fram till och med den 1 april 2008 har fem artiklar kvalificerat sig från beställningssortimentet för försäljning i fast sortiment. Från och med 1 januari 2008 och fram till och med den 1 augusti 2008 beräknar Systembolaget att minst 1 400 nyheter kommer att listas i beställningssortimentet.

Det kan konstateras att det är fortsatt få produkter som kvalificerar sig till det fasta sortimentet från beställningssortimentet. Det kan vidare konstateras att beställningssortimentet svarar för en mycket liten del av Systembolagets försäljning, en procent andra halvåret 2007.

## 2.2.2 Lokalt sortiment

Utöver det centralt tilldelade sortimentet har butikerna möjlighet att ta hem ytterligare artiklar som ett "lokalt val". Detta ökar möjligheten för framför allt mindre producenter att nå större butikstäckning. De produkter butiken själv får välja skall dock tas från det fasta sortimentet och det tillfälliga sortimentet. Antalet lokala val skall som huvudregel inte överstiga 50 artiklar. Butikens lokalt valda artiklar analyseras kontinuerligt av kategoricheferna på huvudkontoret i syfte att vidareutveckla den framtida sortimentstilldelningen.

Som nämnts ovan lagerförs som huvudregel inte artiklar i beställningssortimentet i butikerna. En artikel ur beställningssortimentet kan dock lagerföras i viss butik efter godkännande från Systembolagets huvudkontor, under förutsättning att det finns en dokumenterad lokal kundefterfrågan på produkten. Om en enskild butik önskar lagerföra en produkt som ingår i beställningssortimentet, måste butiken begära och få ett skriftligt godkännande från Varuförsörjning, dvs. Systembolagets huvudkontor. Möjligheten att lagerföra produkter med lokal kundefterfrågan gäller samtliga produkter, dvs. regeln har inte tagits fram specifikt för att butiker skall ges möjlighet att lagerföra lokalt producerade produkter. I april 2008 lagerfördes 21 olika artiklar i 19 butiker. Av dessa 21 var 14 lokalt producerade.

Vidare är det, enligt Systembolaget, sedan den 1 juni 2008 möjligt för producenter av lokalt producerade produkter som ingår i beställningssortimentet att efter ansökan hos Systembolagets huvudkontor lagerföra produkten i den lokala Systembolagsbutiken. Med den lokala Systembolagsbutiken avses den butik som är mest närbelägen produktionen. Genom att aktuell ändring av inköpsvillkoren relaterar till "lokal" produktion, och inte till "svensk" produktion, skall också tillverkare av alkoholdrycker vars produktionsanläggningar är belägna exempelvis i andra nordiska länder, och nära en Systembolagsbutik, kunna lagerföras i den lokala Systembolagsbutiken.

Systembolaget anför att dess försäljningsstatistik och erfarenhet vid tillämpning av den ovan beskrivna möjlighet till lokal lagerföring av produkter som ingår i beställningssortimentet visar att lokalt producerade produkter som ingår i beställningssortimentet efterfrågas framför allt just lokalt. Statistiken och erfarenheterna visar också att lokalt producerade produkter som ingår i beställningssortimentet i normalfallet har lokal konsumentefterfrågan i en utsträckning som motiverar lagerföring i den lokala Systembolagsbutiken och att dessa produkter dessutom generellt sett har större lokal efterfrågan än konkurrerande produkter i beställningssortimentet.

I snitt hade Systembolagets 410 butiker 50 lokalt valda artiklar per butik under tidsperioden juli 2007 till och med december 2007. Det finns dock butiker som i snitt använder sig av ett enda lokalt val under perioden. Under denna tidsperiod stod lokalt valda artiklar för fem procent av Systembolagets totala försäljning. Av butikernas totala antal artiklar utgjorde det lokala valet fyra procent varav fast

sortiment stod för 90 procent och tillfälligt sortiment för 10 procent av antalet artiklar.

Lokalt valda artiklar svarar för en liten del av Systembolagets försäljning och de utgör en liten andel av de artiklar en genomsnittlig butik har i sitt sortiment. Konkurrensverket anser dock att lokalt valda produkter potentiellt är av betydelse för enskilda, särskilt mindre, producenters möjlighet att få större butikstäckning för sina produkter. De utgör vidare ett sätt för den enskilda systembutiken att möta upp lokal efterfrågan.



### 3 Ärenden i Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden

Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden har bl.a. till uppgift att överpröva Systembolagets beslut varigenom bolaget avvisat en alkoholdryck från sitt sortiment eller avfört en alkoholdryck ur sitt sortiment<sup>1</sup>.

Konkurrensverket har ställt frågor till Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden angående ärenden som kommit in till nämnden och vilka beslut som fattats av nämnden under 2007 och under januari och februari 2008. Alkohol- och läkemedelssortimentsnämnden fick under 2007 samt januari och februari 2008 in fyra ansökningar om överprövning av Systembolagets beslut. Under samma period fattade nämnden beslut i elva ärenden. Fyra av besluten resulterade i avslag på grund av att felaktig eller ofullständig offert lämnats till Systembolaget. Ett beslut resulterade i avslag på grund av att offerten inkommit för sent till Systembolaget. Ett beslut utgjorde avslag på begäran om överprövning av Systembolagets beslut att avföra en produkt från det fasta sortimentet. Fyra beslut innebar avvisning på grund av att nämnden, i enlighet med det dåvarande avtalet mellan Systembolaget och staten, inte ansåg sig vara behörig att överpröva beslut från Systembolaget som avsåg det tillfälliga sortimentet<sup>2</sup>. En begäran om omprövning av ett av nämndens tidigare beslut avlogs av nämnden.

---

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

<sup>2</sup> Avtalet ändrades den 13 november 2007. Enligt det tidigare avtalet avsågs med sortiment de produkter som fanns upptagna i Systembolagets Katalog, undantaget beställningssortimentet.

## 4 Processer avseende avtalsbrott, mutor och bestickning

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

Åtal har även väckts mot det statliga leverantörsbolaget Vin & Sprit AB. De påstådda gärningarna ägde rum under tidsperioden 2002-2003 och den straffrättsliga rättegången har inletts den 2 juni 2008. Systembolaget som anser att Vin & Sprit grovt överträtt reglerna för kontakter med Systembolagets personal vidtog under 2007 avtalsrättsliga sanktioner mot Vin & Sprit. I mars 2008 kom en skiljedom som slog fast att Systembolaget inte hade rätt att vidta sanktioner mot Vin & Sprit. Systembolaget har klandrat domen och hävdar att ärendet hanterats felaktigt i skiljenämnden. Systembolaget påtalar vidare att det är bolagets skyldighet att agera konkurrensneutralt och att bolaget vidtagit avtalsrättsliga åtgärder även mot andra leverantörer.

## 5 Klagomål

### 5.1 Klagomål till Kommissionen

Den 28 januari 2008 utgick två skrivelser från Europeiska kommissionens generaldirektorat för konkurrens, GD Konkurrens. Den ena refererar till ett klagomål som skickats till kommissionen i april 2005. Klagomålet rörde motiveringen för att behålla ett statligt detaljhandelsmonopol för alkoholhaltiga drycker i Sverige samt de kriterier som Systembolaget tillämpar vid urval av varor. Den andra skrivelsen refererar till ett klagomål som gäller driften av Systembolaget och hur dess beställningssortiment fungerar. GD Konkurrens har i sin utredning inhämtat information från Sveriges regering, Systembolaget, Konkurrensverkets övervakningsrapporter samt EG-domstolens relevanta rättspraxis.

Vad avser det förstnämnda klagomålet anför GD Konkurrens att artikel 31 i EG-fördraget tillåter vissa handelsmonopol i syfte att uppnå mål av allmänintresse, varav skydd av folkhälsan är ett sådant mål. När det gäller Systembolagets kriterier för urval av varor, konstaterar GD Konkurrens att ingenting tyder på att Systembolagets urvalsmetoder skulle grundas på andra överväganden än sådana som uteslutande utgår från affärsmässiga och kvalitativa kriterier. GD Konkurrens uppger vidare att de inte funnit någonting som tyder på att urvalssystemet som sådant eller bestämmelserna för beställningssortimentet skulle tendera att gynna inhemska produkter i strid med artikel 31. GD Konkurrens känner inte heller till någon annan information som tyder på att Systembolaget har uppträtt diskriminerande. Vad gäller det andra klagomålet medger GD Konkurrens att den närmare utformningen av denna kompletterande försäljningskanal medför vissa begränsningar. Sammanfattningsvis skriver GD Konkurrens dock att man under alla omständigheter inte funnit några tecken på att de regler för beställningssortimentet, inklusive marknadsföringsåtgärder och beslut avseende tillgängligheten i butikerna, skulle medföra någon diskriminering i den mening som avses i artikel 31.

Båda ärendena avskrevs den 6 maj 2008.

### 5.2 Klagomål till Konkurrensverket

Verket har i maj 2008 fått in ett klagomål som bl.a. berör produkters möjlighet att ta sig från beställningssortimentet till det ordinarie sortimentet respektive att tas upp i det lokala sortimentet. Detta klagomål kommer att följas upp inför rapporteringen i december 2008.

## 6 Översyn av den svenska alkohollagen

### 6.1 Utredningsuppdraget och Systembolagets roll som importör

I september 2007 gav den svenska regeringen en särskild utredare i uppdrag att göra en översyn av alkohollagen (dir. 2007:127). Systembolaget har en särskild skyldighet att tillhandahålla en privatimportservice omfattande produkter som inte ingår i Systembolagets sortiment. Konsumenterna har därigenom tidigare varit hänvisade till att importera genom Systembolaget. Innebörden av denna skyldighet förändras i och med översynen av alkohollagen.

Utredningsuppdraget beskrevs i Konkurrensverkets rapport 1 till Europeiska kommissionen i december 2007. Alkohollagsutredningen ska redovisa resultatet av sitt uppdrag den 30 december 2008. Enligt direktiven ska dock två frågor tas upp med förtur, nämligen privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl samt indirekt reklam för alkoholdrycker. Bland återstående frågor, som är mycket intressanta ur ett konkurrensperspektiv, kan nämnas behovet av att modernisera alkohollagen och anpassa den till t.ex. gårdsförsäljning, vinmässor och vinprovningar.

### 6.2 Delbetänkande december 2007

I december 2007 presenterade Alkohollagsutredningen delbetänkandet "Några alkoholfrågor med EG-rättslig anknytning". När det gäller privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl konstaterar utredningen, i likhet med vad som sägs i direktiven, att det i alkohollagen upptagna förbudet mot sådan privatinförsel inte längre kan upprätthållas med hänsyn till EG-rätten<sup>3</sup>. Privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl bör därför under vissa förutsättningar tillåtas. Sålunda bör en enskild person tillåtas att under yrkesmässig befordran, dvs. genom anlitan av t.ex. post eller transportföretag, från ett annat EG-land föra in spritdrycker, vin och starköl om dryckerna är avsedda för privat bruk. Ytterligare en förutsättning ska, i likhet med vad som gäller t.ex. då resande för in alkoholdrycker, vara att köparen fyllt 20 år. Den som lämnar ut varorna ska förvissa sig om att mottagaren har uppnått föreskriven ålder. Att uppsåtligen eller av oaktsamhet lämna ut spritdrycker, vin eller starköl till den som inte fyllt 20 år ska medföra straffansvar. Skatt ska erläggas i Sverige enligt lagen om alkoholskatt.

---

<sup>3</sup> EG-domstolen beslutade i juni 2007 (mål C-170/04, Rosengren m.fl. mot Riksåklagaren) att förbudet i den svenska alkohollagen för privatpersoner att importera alkoholdrycker via oberoende mellanhand utgör en kvantitativ importrestriktion enligt artikel 28 i EG-fördraget. Domstolen ansåg inte att förbudet var motiverat för att skydda människors hälsa enligt artikel 30 i EG-fördraget. Europeiska kommissionen väckte i april 2007 vidare talan om fördragsbrott enligt artikel 226 EG mot Sverige. EG-domstolen beslutade med utgångspunkt i ovan nämnda dom i oktober 2007 (mål C-186/05) att Sverige åsidosatt sina skyldigheter enligt artikel 28 EG genom att förbjuda att privatpersoner importerar alkoholdrycker genom oberoende mellanhand eller yrkesmässig befordran, utan att detta förbud kan anses vara befogat enligt artikel 30 EG..

Vad beträffar indirekt reklam för alkoholdrycker infördes i alkohollagen ett förbud mot sådan reklam den 1 januari 2005. Förbudet innebär att ett och samma varukännetecken inte får användas vid marknadsföring av alkoholdrycker, alkoholhaltiga lättdrycker och alkoholdrycker med högst 15 volymprocent alkohol. I en skrivelse till utrikesdepartementet den 21 mars 2007 påtalade EU-kommissionen att förbudet är oförenligt med proportionalitetsprincipen och därigenom strider mot reglerna om fri rörlighet för varor och tjänster i EG-fördraget. Kommissionen ansåg inte att de svenska myndigheterna påvisat något samband mellan å ena sidan reklam för lättdrycker och alkoholdrycker med alkoholhalt upp till 15 volymprocent och å andra sidan totalkonsumtionen av alkoholdrycker. I svar till kommissionen den 20 juni 2007 förklarade den svenska regeringen att man delade kommissionens bedömning av den aktuella bestämmelsens innebörd och att bestämmelsen bör upphävas. Alkohollagsutredningen föreslår i sitt delbetänkande att förbudet mot indirekt reklam tas bort ur alkohollagen. Utredningen anser dock att ändringen knappast kan få någon större betydelse med hänsyn till de regler för marknadsföring som finns kvar i alkohollagen. Enligt dessa regler ska kommersiella annonser för alkoholhaltiga lättdrycker eller alkoholdrycker med högst 15 volymprocent alkohol utformas på ett sådant sätt att marknadsföringen inte kan förväxlas med marknadsföring av alkoholdryck.

I sitt yttrande över delbetänkandet tillstyrkte Konkurrensverket förslaget om lagändring angående privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl. Verket hade inget att erinra mot förslaget om att upphäva alkohollagens förbud mot indirekt reklam men ansåg att det saknades underlag för utredningens slutsats att den föreslagna lagändringen knappast kommer att få någon större betydelse.

Lagändringen rörande privatinförsel är enligt Konkurrensverkets mening särskilt betydelsefull eftersom den kommer att bidra till ökad öppenhet och valfrihet för konsumenterna vilket har stor betydelse ur konkurrenssynpunkt.

Lagändringarna, som är beslutade av Riksdagen, träder i kraft den 1 juli 2008.

## 7 Konsumtion och försäljning av alkohol

### 7.1 Alkoholkonsumtion

Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) vid Stockholms universitet har regeringens uppdrag att följa alkoholkonsumtionen i Sverige. Enligt SoRADs uppgifter har den totala alkoholkonsumtionen i Sverige inte förändrats under 2007 jämfört med 2006. Totalt konsumerades motsvarande cirka 9,83 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre 2007.

Systembolagets försäljning, mätt i ren alkohol, uppgick till 5,34 liter per invånare 15 år och äldre. Systembolagets försäljning utgjorde därmed cirka 54 procent av den totala alkoholkonsumtionen. Restauranger stod för cirka 10 procent, folkölsförsäljningen för cirka 7 procent, resandeförseln för cirka 19 procent, smugglingen för cirka 8 procent, hemtillverkningen för cirka 2 procent och internhandeln för cirka 0,4 procent av den totala alkoholkonsumtionen.

### 7.2 Försäljningen

Systembolagets försäljning, mätt i ren alkohol, ökade enligt SoRAD med 5 procent under 2007 jämfört med 2006. Systembolagets vinförsäljning ökade med 5 procent, spritförsäljningen med 2 procent och starkölsförsäljningen med 6 procent. Övriga delmängder redovisar minskad eller oförändrad försäljning/konsumtion: restauranger 0 procent, folkölsförsäljning -7 procent, resandeförsel -3 procent, smuggling -11 procent, hemtillverkning -11 procent och internhandel -5 procent.<sup>4</sup>

### 7.3 Konsumtion av alkoholdrycker beställda via Internet

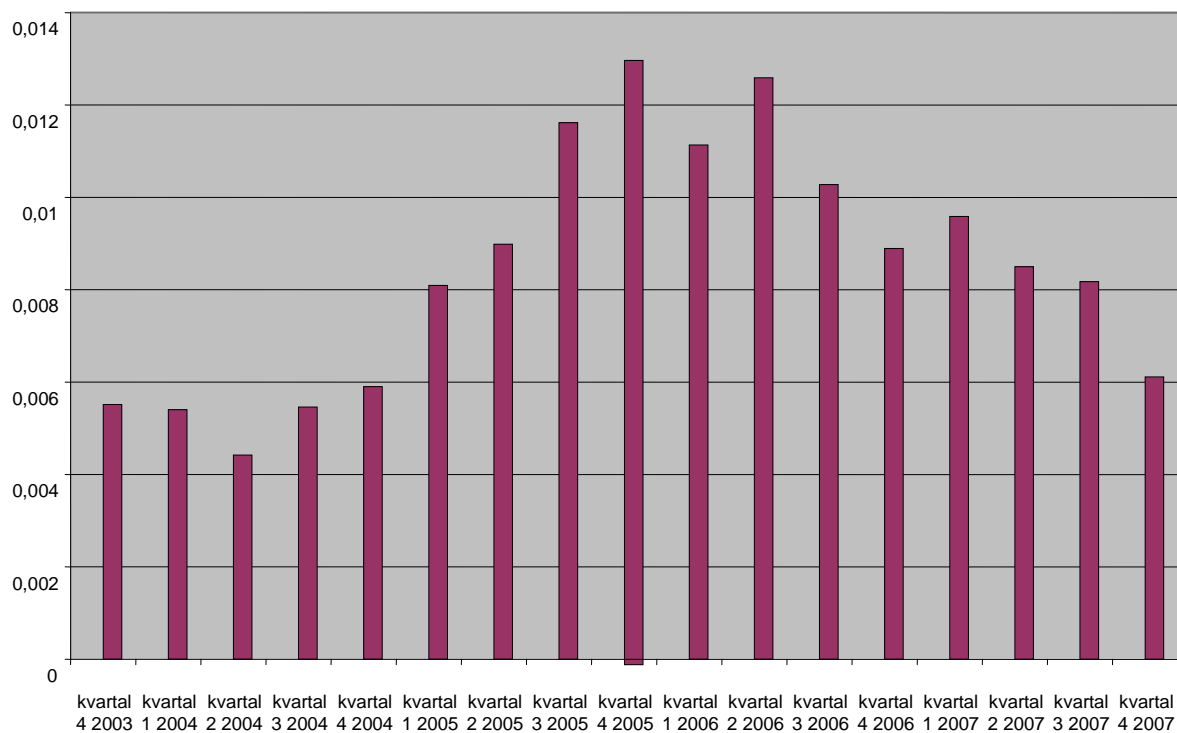
Alkohol köpt via Internet utgör en liten del av den totala konsumtionen, ca 0,4 procent. Enligt SoRADs siffror minskade konsumtionen av alkohol köpt via Internet med ca 5 procent under 2007 jämfört med 2006.

---

<sup>4</sup> SoRAD poängterar att skattningar av den oregistrerade alkoholen (resandeförsel, smuggling och hemtillverkning) är mer osäkra än för den registrerade konsumtionen eftersom de i huvudsak är baserade på självrapporterade uppgifter från slumpmässiga urval av den svenska befolkningen.

Diagrammet nedan visar SoRADs estimat (kvartalsvis) av mängden alkohol som köpts via Internet de senaste åren per invånare (personer i åldern 16-80 år). Av figuren framgår en tydlig ökning fram till slutet av 2005 varefter volymerna först stabiliserades för att sedan minska kraftigt. Den är dock fortsatt en mycket liten del av den totala alkoholkonsumtionen.

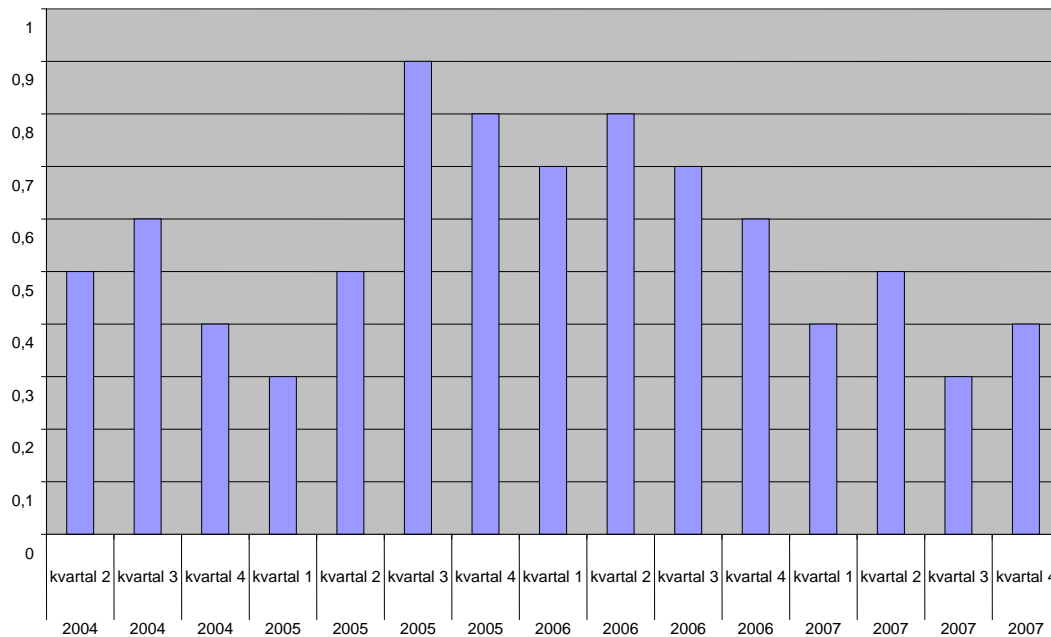
Figur. 1 Genomsnittlig beställd mängd alkohol (liter ren alkohol 100%) per invånare per kvartal.



Källa: SoRAD

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

Figur. 2 Andel i procent som beställt alkohol via Internet minst 1 gång under de senaste 12 månaderna



Källa: SoRAD

Enligt SoRADs färskaste statistik finns det ingenting som tyder på att Internethandeln har ökat efter Rosengren domen. Som Konkurrensverket skrev i sin första rapport till kommissionen i december 2007 kan en orsak till den uteblivna ökningen vara skyldigheten att erlägga svensk alkoholskatt vid internethandel. Den intervjuundersökning som Copenhagen Economics genomförde för Konkurrensverkets räkning med företag som agerar mellanhand för privatpersoners import, visade att många konsumenter anser att det är komplicerat att följa skattereglerna<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Intervjuundersökningen ägde rum under hösten 2007.



## 8 Sammanfattande kommentar

Några förändringar av betydelse av Systembolagets allmänna inköpsvillkor har inte genomförts under perioden. Mot bakgrund av att inköpssystemet är av väsentlig betydelse för att säkerställa Systembolagets icke diskriminerande funktionssätt finns det dock skäl att följa utvecklingen av bolagets inköps- och sortimentsmodell även framledes.

Det kan konstateras att det är fortsatt få produkter som kvalificerar sig till det fasta sortimentet från beställningssortimentet och att beställningssortimentet svarar för en mycket liten del av Systembolagets försäljning.

Konkurrensverket noterar att Systembolaget, från den 1 juni 2008, vidtagit förändringar i syfte att underlätta för lokalt producerade varor. Konkurrensverket anser att det är viktigt att Systembolagets butiker har möjligheter till lokala val. Lokalt valda artiklar svarar för en liten del av Systembolagets försäljning och de utgör en liten andel av de artiklar en genomsnittlig butik har i sitt sortiment. Konkurrensverket anser dock att lokalt valda produkter potentiellt är av betydelse för enskilda, särskilt mindre, producenters möjlighet att få större butikstäckning för sina produkter. De utgör vidare ett sätt för den enskilda systembutiken att möta lokal efterfrågan.

En översyn av den svenska alkohollagen har inletts och Riksdagen har i ett första steg fattat beslut om förändringar avseende privatimport av alkohol respektive indirekt reklam för alkoholdrycker. Lagändringen träder i kraft den 1 juli 2008. Såväl nu beslutade frågor som vissa återstående frågor i utredningen är mycket intressanta ur ett konkurrensperspektiv. Bland återstående frågor kan nämnas behovet av att modernisera alkohollagen och anpassa den till t.ex. gårdsförsäljning, vinmässor och vinprovningar. Den nu beslutade lagändringen rörande privatinförsel är enligt Konkurrensverkets mening särskilt betydelsefull eftersom den kommer att bidra till ökad öppenhet och valfrihet för konsumenterna vilket har stor betydelse ur konkurrenssynpunkt.

GD Konkurrens har med anledning av två klagomål granskat delar av Systembolagets verksamhet, framför allt avseende varuval och hur beställningssortimentet fungerar, och i januari 2008 yttrat sig över dessa. GD Konkurrens har inte funnit något som tyder på att Systembolagets kriterier för urval av varor skulle vara diskriminerande eller gynna inhemska varor.

Systembolagets försäljning, mätt i ren alkohol, ökade enligt SoRAD med 5 procent under 2007 jämfört med 2006. Någon ökning av Internethandeln med alkohol efter EG-domstolens domar rörande privatinförsel av alkohol år 2007 har inte registrerats. Detta beror sannolikt på att konsumenterna anser att det är komplicerat att importera direkt på grund av hanteringen av skattereglerna.