



**Övervakning av det svenska detalj-
handelsmonopolet för alkoholdrycker**
- Rapport till Europeiska kommissionen
juni 2012

Det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen juni 2012

Konkurrensverket juni 2012

Skriven av: Cecilia Maxe Aglinder

Innehållsförteckning

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Konkurrensverkets uppdrag | 5 |
| 1.1 | Konkurrensverkets uppdrag | 5 |
| 1.2 | Uppdragets genomförande..... | 5 |
| 2 | Inköp och försäljning | 7 |
| 2.1 | Systembolagets nya sortimentsmodell..... | 7 |
| 2.1.1 | Butikerna | 7 |
| 2.1.2 | Sortimentet | 8 |
| 2.1.3 | Utvärdering – poängberäkning och ranking..... | 10 |
| 2.1.4 | Lokalt val, lokalt producerade produkter och Systembolagets privatimportservice | 12 |
| 2.1.5 | Övriga förändringar..... | 13 |
| 2.1.6 | Leverantörernas synpunkter..... | 14 |
| 2.2 | Internetbeställningar m.m..... | 14 |
| 2.3 | Systembolagets tvist med V&S Vin & Sprit AB | 15 |
| 2.3.1 | Bakgrund | 15 |
| 2.3.2 | Nuläge..... | 16 |
| 3 | Gårdsförsäljning och internethandel m.m. | 17 |
| 3.1 | Gårdsförsäljning | 17 |
| 3.2 | Internethandel..... | 18 |
| 3.2.1 | IOGT-NTO:s anmälan..... | 18 |
| 3.2.2 | Ny utredning..... | 18 |
| 3.3 | Övrigt | 19 |
| 4 | Klagomål och synpunkter | 21 |
| 5 | Ärenden i Alkoholsortimentsnämnden | 23 |
| 6 | Försäljning och konsumtion av alkohol | 24 |
| 6.1 | SoRADs rapportering | 24 |
| 6.2 | Systembolagets försäljning..... | 24 |
| 6.3 | Den totala alkoholkonsumtionen..... | 25 |
| 6.4 | Utvecklingen | 26 |
| 7 | Sammanfattande kommentar | 28 |

1 Konkurrensverkets uppdrag

1.1 Konkurrensverkets uppdrag

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

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

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

1.2 Uppdragets genomförande

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

Konkurrensverket har i tidigare rapporter redogjort för Systembolagets inköpsprocess och sortimentsmodell samt för utvecklingen av konsumtion och försäljning på den svenska alkoholmarknaden. Tidigare rapporter har även behandlat avvikelser från Systembolagets inköpsprocess samt Systembolagets åtgärder mot korruption m.m. Vidare har Konkurrensverket rapporterat om vissa klagomål relaterade till Systembolaget. I den första rapporten från december 2007 refererades EG-dom-

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

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

Förevarande rapport innehåller en redogörelse för Systembolagets nya sortimentsmodell som ska börja implementeras under hösten 2012 och som avses vara slutligt införd i början av hösten 2013. Vidare rapporterar Konkurrensverket bl.a. om internethandeln med alkoholdrycker. Klagomål på Systembolaget som inkommit till Konkurrensverket refereras liksom ärenden som behandlats av Alkoholsortimentsnämnden under år 2011. Siffror på Systembolagets försäljning under år 2011 presenteras och statistik från SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning) gällande alkoholkonsumtionen refereras. Avslutningsvis ges en sammanfattande kommentar.

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

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

Systembolaget påbörjade under år 2010 en genomlysning av sitt arbetssätt och kunderbjudande 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 för leverantörerna. Systembolaget avser att implementera ändrade avtalsvillkor med anledning av den nya sortimentsmodellen med början den 1 oktober 2012. Övergången kommer dock att ske gradvis och modellen planeras vara slutligt införd i Systembolagsbutikerna i början av hösten 2013. Den nya sortimentsmodellen innebär sammanfattningsvis följande.

2.1.1 Butikerna

Idag delas Systembolagets butiker in i fyra kategorier efter butiksstorlek: BAS-butik (den minsta), T1-butik, T2-butik respektive T3-butik.⁴ I arbetet med den nya sortimentsmodellen har Systembolaget, med ledning av den faktiska försäljningen i varje butik, identifierat sex olika butiksgupperingar med liknande kundefterfrågan inom respektive gruppering. Systembolagsbutikerna delas därför in i sex butiksgupper. Inom varje grupp finns också olika storlekar på butikerna. Butikerna kategoriseras i detta avseende som A (minst), B, C, D eller E (störst). För att kunna avgöra om butiker ska byta grupp kommer Systembolaget årligen att göra revideringar utifrån kundernas efterfrågan.

Två grundbehov hos kunderna har identifierats, dels ett standardbehov hos butiksgrupp 1, 2 och 3, dels ett premiumbehov hos butiksgrupp 4, 5 och 6. Butiker som har hög försäljningsandel av dyra produkter och vissa produktsegment (t.ex. Champagne) har ett premiumbehov. Dessa butiker står för cirka 30 procent av Systembolagets omsättning. Övriga butiker, som står för cirka 70 procent av omsättningen, har ett standardbehov. Systembolaget betonar dock att butiker med standardbehov även kommer att sälja dyrare varor som Champagne o. dyl., och på motsvarande sätt kommer butiker med premiumbehov att sälja billigare artiklar som boxviner och öl på burk.

Butikerna är dessutom grupperade utifrån hur stor andel vin respektive öl som säljs. Kunderna i butiksgrupp 1 köper mycket öl, försäljningen i dessa butiker be-

⁴ Därutöver finns tre vinkällarbutiker och två saluhallsbutiker.

står till 60 procent av öl, cider och blanddryck. Kunderna i butiksgруппerna 2 och 4 har en genomsnittlig konsumtion av öl och vin. I butiksgрупп 3, 5 och 6 utgörs butikernas försäljning till minst 45 procent av vin. Kunderna här efterfrågar vin i högre grad än i övriga butiksgруппer. Sprit står för ungefär 5 procent av försäljningen i samtliga Systembolagsbutiker. Det är dock stor skillnad när det gäller vilken typ av sprit som säljs i de olika butiksgруппerna. Butiker med premiumbehov säljer exempelvis mer Cognac än butiker med standardbehov som säljer mer okryddat brännvin.

- **Butiksgрупп 1:** Cirka 140 små och medelstora butiker som tillsammans står för cirka 17 procent av Systembolagets omsättning. Butikerna finns på mindre tätorter över hela landet samt i några förorter till Stockholm och Göteborg.
- **Butiksgрупп 2:** 161 butiker som står för cirka 45 procent av omsättningen. Butikerna är fördelade på små och medelstora tätorter, de flesta i södra och mellersta Sverige.
- **Butiksgрупп 3:** 33 butiker som står för cirka 10 procent av omsättningen. Butikerna ligger i Skåne, längs västkusten och nära Stockholm.
- **Butiksgрупп 4:** 20 butiker som står för cirka nio procent av omsättningen. Butikerna är främst fördelade på större städer.
- **Butiksgрупп 5:** 59 butiker som står för cirka 19 procent av omsättningen. Butikerna ligger i och runt Stockholm, Göteborg och Malmö men även i mindre städer i södra Sverige.
- **Butiksgрупп 6:** Systembolagets två saluhallsbutiker i Stockholm: Hötorgshallen respektive Söderhallarna.

2.1.2 Sortimentet

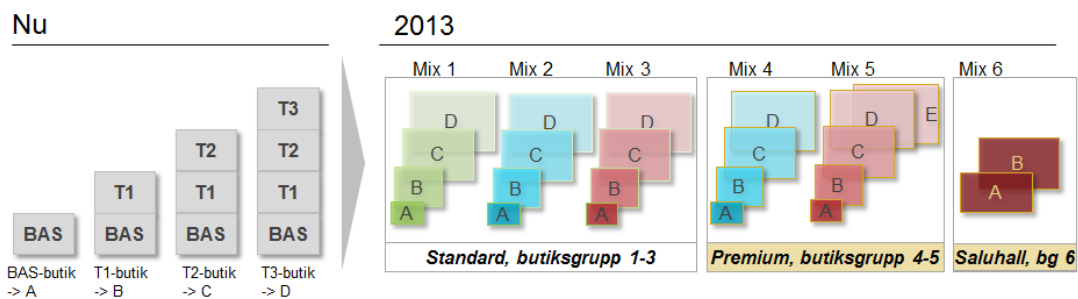
Systembolagets sortiment delas idag in i fast sortiment och tillfälligt sortiment. Härutöver tillhandahåller Systembolaget det s.k. beställningssortimentet.⁵ Idag består det fasta sortimentet av ett Modulsortiment, indelat i Basmodul respektive Tilläggsmoduler 1-3, och ett Kompletterandesortiment som utgörs av Tilläggsmodul 9. Artiklar i Basmodulen finns i samtliga Systembolagsbutiker (utom i de två saluhallsbutikerna) medan artiklar i modul T1-T3 är garanterade lagerföring enligt en av Systembolaget fastställd skala. Modul T9 är den modul där artiklar från beställningssortimentet vilka kvalificerat sig till det fasta sortimentet initialt placeras och

⁵ Till skillnad från idag kommer beställningssortimentet enligt den nya sortimentsmodellen att utgöra en del av Systembolagets sortiment.

där artiklar som inte har kvalificerat sig för lagerföring i Basmodul – T3 hamnar. Artiklar i T9 har inte garanterad butikstäckning.

Sortimentet är även indelat i de fyra kategorigrupperna vin, sprit, öl/cider/blanddryck respektive alkoholfritt. Kategorigrupperna är i sin tur indelade i olika underkategorier och segment. Vid segmentsindelningen tar Systembolaget hänsyn till olika prislägen, varutyper och förpackningstyper. Artiklar som kunderna i hög grad ser som utbytbara med varandra finns inom samma segment. Det finns cirka 150 segment.

Indelningen i de fyra kategorigrupperna, underkategorierna samt segmentsindelningen kvarstår med den nya sortimentsmodellen. Till skillnad från dagens enda sortimentsmix kommer det dock i den nya modellen att finnas sex sortimentsmixar. Varje butiksgrupp tilldelas en sortimentsmix anpassad efter sina kunder, oavsett hur stor butiken är eller var den är placerad geografiskt. Sortimentmixen består av kategorigrupperna sprit, vin, öl/cider/blanddryck respektive alkoholfritt. Om en butik säljer mer vin än genomsnittet får butiken en större andel vinartiklar. Köper kunderna mer öl än genomsnittet får butiken fler ölsorter. Sprit har en jämn efterfrågan över alla butiker men, som nämnts, skiljer det sig mycket åt vilken typ av sprit som säljs i de olika butiksgrupporna. Systembolaget uppger att det dock fortfarande kommer att finnas en "bas" så att alla butiker får den bredd i sortimentet som Systembolaget ska säkerställa. Se följande bild.



En sortimentsmix anpassad efter fyra butikstorlekar

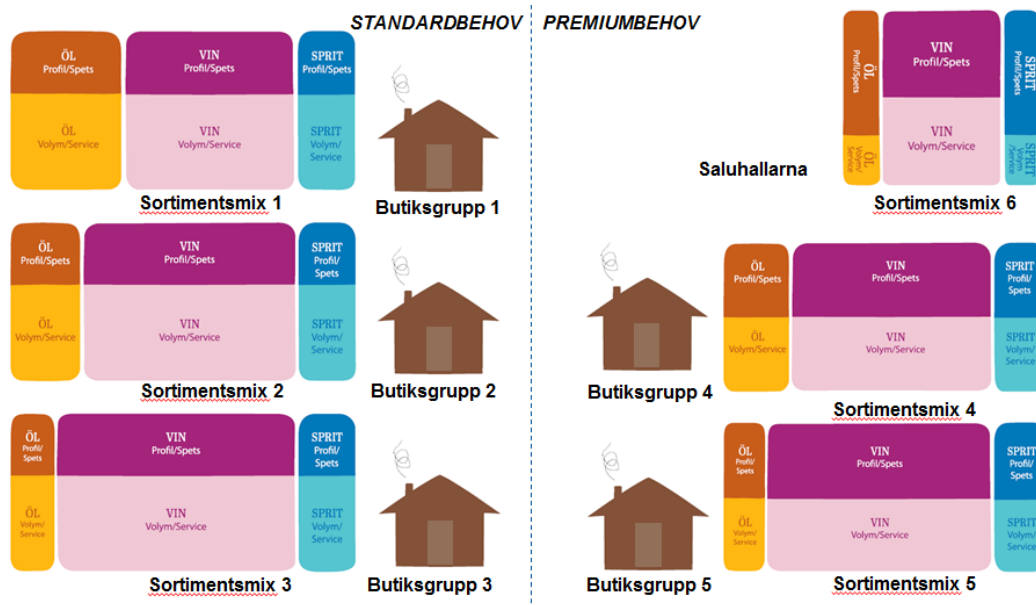
Six sortimentsmixar som anpassas efter butikens kundbehov.

Bild: Systembolaget

De butiker där kunderna har ett större behov av varor ur de s.k. volymsegmenten och ett mindre behov av varor ur de s.k. profil- och spetssegmenten får sortimentsmix 1-3 (standardbehov). Kategorierna i sortimentsrollen volym representerar den största delen av Systembolagets försäljning. Exempel på volymsegment är ljus lager på burk, vin på flaska under 79 kronor, boxviner och vit sprit.

De butiker där kunderna i högre grad efterfrågar varor ur profil- och spetssegmenten, och inte har ett lika stort behov av varor ur volymsegmenten, får sortimentsmix 4-6 (premiumbehov). En kategori inom sortimentsrollen profil ska vara bred och

djup, och varor inom spetsrollen ska tillfredsställa de mest initierade kunderna. Exempel på profil- och spetssegment är mousserande vin, vin på flaska över 80 kronor, specialöl, maltwhisky och avec. En artikel kan finnas i flera, t.o.m. alla, sortimentsmixar. Följande bild illustrerar modellen.



Bilden visar antal artiklar per varugrupp. Mörkare färg = dyrare, exklusivare varor¹⁰

Bild: Systembolaget

Varje butiksgroup har således en egen sortimentsmix. Sortimentsmixen är lika för alla butiker inom butiksguppen. En mindre butik i gruppen får färre artiklar ur sortimentsmixen än en större butik men sortimentsmixen är fortfarande densamma. Alla butiksstorlekar i alla butiksgupper får alltså ett specifikt antal platser av de cirka 150 segmenten som speglar deras kundefterfrågan.

En konsekvens av den nya sortimentsmodellen är enligt Systembolaget att antalet artiklar som är lagerstyrda på butik kommer att öka från cirka 1600 till cirka 2000. Samtidigt kommer det att vara färre artiklar som finns på samtliga butiker.

2.1.3 Utvärdering – poängberäkning och ranking

Sortimentet kommer att utvärderas fyra gånger per år istället för två, som idag. Till grund för uppdateringen av sortimentet kommer alltså att ligga en utvärdering av artiklarnas försäljning under tre månader. Artiklar i beställnings Sortimentet kommer, om leverantören så önskar, att delta i samma utvärderings- och rankingprocess som artiklar i det fasta sortimentet. Artiklar som kvalificerar sig från beställ-

ningssortimentet för försäljning i det fasta sortimentet kommer genast att få butikstäckning.⁶ En artikel i beställnings Sortimentet får ändra pris fyra gånger per år.⁷

Artiklar i det tillfälliga Sortimentet utvärderas inte, rankas inte och kan inte heller kvalificera sig till det fasta Sortimentet utan säljs endast under en begränsad period. Så kommer det att vara även inom ramen för den nya Sortimentens modellen.

Nyheter i det fasta Sortimentet kommer alltid att finnas tillgängliga under sex månader. Den första försäljningsmånaden kommer inte att räknas med i utvärderingen, utan utvärderingsperioden är månad två t.o.m. månad fyra. Alla nyheter kan stanna i det fasta Sortimentet om efterfrågan finns.

Utvärderingen baserar sig, som tidigare, på en artikels s.k. bidrag. Detta beräknas som en produkt av två faktorer som speglar artikelns konsumentefterfrågan och lönsamhet nämligen antal sålda enheter respektive Systembolagets handelsmarginal. Handelsmarginalen är konsumentpris per styck minus mervärdesskatt minus inköpspris inklusive alkoholskatt och eventuell pant. Vid beräkningen kommer Systembolaget, precis som idag, att tillämpa ett s.k. storköpsfilter vilket innebär att stora köp, som tydligt avviker från ett normalt försäljningsmönster, räknas bort från den försäljning som ligger till grund för poängberäkningen. På detta sätt vill Systembolaget uppnå ett Sortiment som speglar den verkliga kundefterfrågan och även undvika att s.k. stödköp påverkar utvärderingen.

För att kompensera artiklar som inte lagerförs på alla butiker viktas varje artikels bidrag. Detta är en nyhet och görs för att skapa en mer rättvis bedömning av artiklarnas prestation. En artikel som inte sålts i alla butiker tilldelas en vikt med vilken bidraget räknas upp per Sortimentbehov utifrån marknadstäckning enligt följande formel.⁸

$$\text{Vikt per artikel} = \frac{\text{försäljning i butiker (segment)}}{\text{total försäljning (segment)}}$$

Alla artiklar poängsätts, därefter skapas rankinglistor per segment. Artiklar i samma segment jämförs med varandra, och den artikel som har högst poäng får störst distribution i det segmentet. Två separata utvärderingar och rankinglistor kommer att skapas eftersom Systembolaget ser två tydliga kundbehov att tillfredsställa: ett standardbehov (butiksgrupp 1-3) och ett premiumbehov (butiksgrupp 4-6). Detta innebär att försäljningen i butikerna i butiksgrupp 1, 2 och 3 räknas ihop under rubriken standardbehov. Försäljningen i butikerna i butiksgrupp 4, 5 och 6 räknas ihop i premiumbehovet. Artiklar i samma segment kan därmed få två olika placeringar i rankingen, en för standardbehovet och en för premiumbehovet.

⁶ Tidigare placerades alla produkter initialt, vid överföring från beställnings Sortimentet, i modul T9 vilken inte hade garanterad butikstäckning.

⁷ För det fasta Sortimentet gäller två gånger per år.

⁸ Marknadstäckning står för hur stor del av ett Segments totala försäljning en viss butiksdistribution representerar, eftersom alla segment inte har lika stor försäljning på alla butiker.

En artikels placering i butik beror således på det av Systembolaget bestämda antalet positioner (artiklar) i sortimentsmixplanen och placeringen i rankinglistan för respektive segment och behov. När utvärderingsperioden startar kommuniceras de sortimentsmixplaner som anger antalet positioner (artiklar) per segment vid nästkommande sortimentsskifte. Alla leverantörer kommer att få en veckovis preliminär ranking via Leverantörsportalen där de kan följa sina artiklars prestationer jämfört med andra i samma segment. Leverantörerna kommer emellertid att kunna se endast sina egna artiklars namn i Leverantörsportalen. För övriga artiklar visas bara poäng, inte namn.

När en artikel i det fasta sortimentet, efter utvärdering och ranking, inte tar plats i någon butik kan leverantören antingen avlista produkten ur Systembolagets sortiment eller byta till beställningssortimentet. I sistnämnda fall behåller produkten sitt artikelnummer.

Övergången till den nya sortimentsmodellen kommer att innebära tillfälliga justeringar av avtalstider och lanseringstillfällen. I november 2012 kommer Systembolaget att hålla leverantörsträffar där man går igenom en simulerad utvärdering som ska göras i december 2012. Den simulerade utvärderingen kommer att visa konsekvenserna per artikel vid införandet av den nya sortimentsmodellen den 1 september 2013. Det blir dock en simulering som grundas på historiska data varför den inte kommer att vara slutligt gällande. Den slutliga utvärderingen kommer att skickas ut i början av juli 2013. Efter leverantörsträffarna kommer Systembolaget att sammanställa frågor och svar och publicera dessa på Leverantörsportalen.

2.1.4 Lokalt val, lokalt producerade produkter och Systembolagets privatimportservice

Utöver det centralt tilldelade sortimentet har Systembolagsbutikerna idag möjlighet att ta hem ytterligare artiklar som "lokalt val" från det fasta och det tillfälliga sortimentet. Även artiklar från beställningssortimentet kan under vissa förutsättningar lagerföras i butik. Antalet lokala val ska, med nuvarande sortimentsmodell, som huvudregel inte överstiga 50 artiklar.

Inom ramen för den nya sortimentsmodellen kommer Systembolaget inte att ha någon fast övre gräns för det antal artiklar som kan ingå i en butiks lokalt efterfrågade sortiment. Kundefterfrågan och tillgängligt hyllutrymme per varukategori kommer att avgöra hur många sådana artiklar som kan lagerföras på varje enskild butik. Systembolaget uppger också att man kommer att förbättra sina rutiner genom att centralt följa upp alla butikers försäljning och kundförfrågningar av artiklar som inte tillhör respektive butiks sortimentsmix. Om sådana artiklar visar sig ha kundefterfrågan som motiverar lagerföring kommer de att lagerföras på aktuell butik, oavsett artikelns sortimentstillhörighet. Fyra gånger per år kommer Systembolaget att utvärdera vilka artiklar som har fortsatt efterfrågan och därmed kan bli kvar i respektive butiks lokalt efterfrågade sortiment.

Under år 2011 utgjorde försäljningen av lokalt valda artiklar 4,3 procent av butikernas försäljning.⁹

Sedan den 1 juni 2010 är det också möjligt för leverantörer av lokalt producerade produkter i beställningssortimentet att efter ansökan hos Systembolagets huvudkontor lagerföra produkter i de tre närmast belägna Systembolagsbutikerna, d.v.s. de butiker som är närmast belägen produktionen. Eftersom inköpsvillkoren relaterar till "lokal", och inte "svensk", produktion, ska också tillverkare av 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.

Den 31 december 2011 fanns 327 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i 147 Systembolagsbutiker som lokalt producerade artiklar.¹⁰

Antalet förfrågningar till Systembolaget om privatimport har inte blivit färre efter den 1 juli 2008 då det klargjordes att privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl är tillåtet. Under år 2011 tog Systembolaget emot 13 977 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 5 992 (42,8 procent) till att köp gjordes. Systembolaget avser för närvarande inte att göra några förändringar av sin privatimportservice.

2.1.5 Övriga förändringar

Systembolaget har tagit bort det s.k. Norgefiltret. Detta filter innebar att försäljningen på fyra Systembolagsbutiker nära den norska gränsen räknades bort vid ranking eftersom försäljningen i dessa butiker inte var representativ för kundefterfrågan hos Systembolagets kunder i stort. De analyser Systembolaget genomförde under hösten 2011, i samband med arbetet med den nya sortimentsmodellen, visade emellertid att skillnaden i köpmönster i de aktuella gränsbutikerna i jämförelse med övriga Systembolagsbutiker hade minskat och inte var så stor som tidigare. Systembolaget genomförde förändringen vid årsskiftet 2011/2012 men den kommer formellt att ske i Systembolagets Allmänna Inköpsvillkor den 1 oktober 2012.

Systembolaget har länge haft planer på att avveckla samtliga faxar i sina butiker och, som det ser ut nu, planeras avvecklingen till innevarande år. Skälet till avvecklingen är främst att Systembolaget anser att fax är ett förlegat tekniskt

⁹ Motsvarande siffra för år 2010 var 5 procent.

¹⁰ Motsvarande siffror för år 2010 var 273 respektive 134.

kommunikationsmedel som inte används av Systembolagets kunder i någon beaktansvärd omfattning. Dessutom anser Systembolaget att mottagandet av kundbeställningar via fax tar tid från butikspersonalens kundmöte i butik. När det är fel på faxarna, vilket händer ibland, innebär detta dessutom försämrad kundservice.

I Konkurrensverkets rapport till europeiska kommissionen i december 2011 redogjordes för övriga förändringar som Systembolaget genomfört under år 2011.

De klagomål som leverantörer framfört till Systembolaget under våren 2012 har främst rört Systembolagets process för produktkvalitetssäkring. Processen, som framgår av Systembolagets Allmänna Inköpsvillkor och Leverantörsportalen, är enligt Systembolaget ständigt under utveckling.

2.1.6 Leverantörernas synpunkter

Systembolaget uppger att många leverantörer är positiva till viktningen för marknadstäckning som är en del av den nya sortimentsmodellen. Viktningen, i kombination med fler och lägre "distributionstrappsteg", gör enligt leverantörerna att artiklar får en ärligare chans att klättra i distribution och utmana artiklar som med dagens modell ligger högre i distribution. Många leverantörer har också till Systembolaget gett positiva kommentarer om det grundläggande kundperspektivet som ligger bakom Systembolagets uppdelning av butiker i dels olika butiksgrepp, dels olika sortimentsbehov.

2.2 Internetbeställningar m.m.

I februari 2011 lanserades Systembolagets nya webbplats där det är möjligt att beställa produkter från beställningssortimentet med leverans till valfri Systembolagsbutik. Därefter har Systembolaget utvecklat tjänsten med webbansesningar (som är en bokningsfunktion för artiklar med mycket stor efterfrågan och liten tillgång samt utökat det sortiment som är beställningsbart via Internet med exklusiva artiklar (s.k. små partier). Systembolaget utreder för närvarande möjligheterna att kunna erbjuda kunderna att beställa artiklar ur hela sortimentet via Systembolagets hemsida. Som tidigast skulle detta kunna bli möjligt under år 2013.

Systembolaget avser även framöver att förbättra kundernas beställningsmöjligheter, bl.a. genom att ge kunderna möjlighet att beställa varor via mobiltelefon.

Systembolaget uppger också att kommande steg i utvecklingen av internetbeställningstjänsten är att förbereda för ett eventuellt försök med hemleverans och betalning på systembolaget.se. Detta planeras för närvarande till hösten 2012. För att Systembolaget ska kunna utföra hemleverans av alkoholdrycker till konsumenter krävs dock att ägaravtalet mellan staten och Systembolaget ändras. Om och när regeringen kommer att fatta beslut om en sådan ändring är i dagsläget oklart.

Av Systembolagets totala försäljning år 2011 hade ett värde om cirka 100,4 miljoner kronor föregåtts av beställningar via Systembolagets internetbeställningstjänst. Detta utgjorde cirka 0,3 procent av den totala försäljningen om cirka 30,5 miljarder kronor.

Vidare hade ett försäljningsvärde om 540,8 miljoner kronor föregåtts av s.k. kundbeställningar med vilket menas beställningar som inkommer via Systembolagets butiker. Kundbeställningarna kan lämnas på olika sätt, t.ex. vid besök i butik eller via fax. Nämnade summa utgjorde cirka 1,8 procent av den totala försäljningen om cirka 30,5 miljarder kronor. Det är inte känt för Systembolaget hur fördelningen ser ut mellan besöksbeställningar och faxbeställningar.

2.3 Systembolagets tvist med V&S Vin & Sprit AB¹¹

2.3.1 Bakgrund

Konkurrensverket har tidigare rapporterat till europeiska 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.¹² 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.

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.¹³ Systembolaget fick betala delar av rättegångskostnaderna

¹¹ Bolaget heter numera The Absolut Company AB. Eftersom det gick under namnet V&S Vin & Sprit AB när tvisten uppstod används namnet V&S Vin & Sprit AB i denna rapport.

¹² Svenska staten överlät V&S Vin & Sprit till ett bolag inom den franska Pernod Ricard-koncernen i juli 2008.

¹³ Skiljenämnd vid Stockholms Handelskammars Skiljedomsinstitut. Skiljemål nr V (030/2007); V&S Vin & Sprit Aktiebolag/Systembolaget Aktiebolag

och erlægga skadestånd till V&S Vin & Sprit. Systembolaget klandrade emellertid domen som upphävdes av Svea hovrätt år 2009¹⁴. 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.

2.3.2 Nuläge

I februari 2012 meddelades dom i det ”nya” skiljedomsförfarandet.¹⁵ 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 skiljenämnden (majoriteten) att den partiella hävningen, Systembolagets sanktionsmodell¹⁶ 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 har härigenom, enligt skiljenämnden, gjort sig skyldigt till missbruk av dominerande ställning. Systembolaget har dömts 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 gör sammanfattningsvis bedömningen att påståendena om att Systembolaget skulle ha missbrukat sin dominerande ställning saknar fog.

Systembolaget anser att skiljedomen strider mot grunder för den svenska rättsordningen (ordre public) samt att skiljenämnden har överskridit sitt uppdrag. Systembolaget har därför lämnat in en stämning mot V&S Vin & Sprit gällande talan om ogiltighet och klander av skiljedomen hos Svea hovrätt.

¹⁴ Mål T 4548-08

¹⁵ Skiljemål nr V (101/2010): V&S Vin & Sprit Aktiebolag/Systembolaget Aktiebolag

¹⁶ Den modell som Systembolaget utarbetat och använt vid beräkningen av hävningarnas omfattning.

3 Gårdsförsäljning och internethandel m.m.

3.1 Gårdsförsäljning

En ny alkohollag trädde i kraft den 1 januari 2011.¹⁷ En av de intressanta frågorna ur konkurrenssynpunkt i Alkohollagsutredningens slutbetänkande, som presenterades i mars 2009¹⁸, var gårdsförsäljning d.v.s. försäljning av starköl, vin och spritdrycker direkt från tillverkare till konsumenter. Utredningen la inte fram något förslag om att sådan försäljning skulle tillåtas, bl.a. med hänvisning till att en inskränkning av Systembolagets ensamrätt till detaljhandel med alkoholprodukter skulle strida mot det EU-rättsliga regelverket. Enligt Alkohollagen är gårdsförsäljning därför fortfarande inte tillåten. Frågan har dock debatterats flitigt i media, och flera remissinstanser, däribland Konkurrensverket, har ifrågasatt Alkohollagsutredningens EU-rättsliga analys. Mot bakgrund av detta gav regeringen i mars 2010 en särskild utredare i uppdrag att ta fram ett förslag på hur gårdsförsäljning av alkoholdrycker skulle kunna ske på ett sätt som är förenligt med såväl EU-rätten som Systembolagets detaljhandelsmonopol och utan att det leder till negativa konsekvenser för folkhälsan.¹⁹

I december 2010 föreslog gårdsförsäljningsutredningen att gårdsförsäljning ska tillåtas under vissa förutsättningar.²⁰ Utredningens slutsatser presenterades i Konkurrensverkets rapport till kommissionen i juni 2011. Där redogjordes också för de särskilda yttranden m.m. som experter i utredningen m.fl. avgett. I Konkurrensverkets senaste rapport, i december 2011, redogjordes för de yttranden som inkommit från remissinstanserna. Här kunde Konkurrensverket konstatera att åsikterna om utredningens förslag går vitt isär. De remissinstanser som lämnat positiva reaktioner anser att gårdsförsäljning kan få positiva effekter på sysselsättningen och landsbygdens utveckling. Det främsta argumentet hos de remissinstanser som avstyrkt utredningens förslag har varit att ett tillåtande av gårdsförsäljning skulle leda till att Systembolagets detaljhandelsmonopol kommer att ifrågasättas ur ett EU-rättsligt perspektiv eftersom gårdsförsäljning skulle innebära ett avsteg från den restriktiva svenska alkoholpolitiken. Dessutom skulle gårdsförsäljning utgöra ett hot mot den svenska folkhälsan, anser kritikerna.

Konkurrensverket konstaterar att en slutlig prövning av tillåtligheten av gårdsförsäljning endast kan göras av EU-domstolen.

Ärendet bereds för närvarande på socialdepartementet.

¹⁷ Alkohollagen (2010:1622)

¹⁸ SOU 2009:22

¹⁹ Dir 2010:21. I uppdraget ingick även att utreda frågan om möjligheten att tillåta servering av alkoholdrycker på särskilda boenden.

²⁰ SOU 2010:98: Gårdsförsäljning (delbetänkande av Utredningen om vissa alkoholfrågor)

3.2 Internethandel

3.2.1 IOGT-NTO:s anmälan

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.²¹ 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.

Internethandelns del av den totala försäljningen av alkoholdrycker i Sverige är liten.²² 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.²³ 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 bedriver förmedling av alkoholdrycker över Internet. Ärendet skickades sedermera till City Åklagarkammare i Stockholm. Inom ramen för de anmälda företagens verksamheter ombesörjs enligt IOGT-NTO ofta såväl beställning, kundtjänst, transport, leverans och logistik som betalning, reklamationer och återköp. Verksamheterna innebär därmed mer än en fristående transporttjänst och utgör enligt IOGT-NTOs uppfattning en sådan fullständig försäljningskedja som kan likställas med detaljhandel av alkoholdrycker. Eftersom det är förbjudet för andra företag än Systembolaget att bedriva detaljhandel med alkoholdrycker i Sverige menar IOGT-NTO att verksamheterna står i strid med alkohollagen. Vissa av företagen har enligt IOGT-NTOs mening även begått överträdelser av alkoholskattelagstiftningen.

Ärendet bereds för närvarande på City Åklagarkammare i Stockholm. Något beslut om förundersökning är dock inte fattat ännu.²⁴

3.2.2 Ny utredning

I maj 2012 beslutade regeringen att tillsätta en utredning gällande marknadsföring av alkoholdrycker och tobak samt tillsyn och ålderskontroll vid internethandel och hemleverans av alkoholdrycker.²⁵

²¹ Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

²² I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via Internet.

²³ Antalet verksamma aktörer i Sverige som registrerat sig vid Skatteverket som distansförsäljare var vid årsskiftet 2011/2012 ca 70 stycken. Vid årsskiftet 2008/2009 var de ca 15 stycken.

²⁴ Ärendenummer AM20847-12.

²⁵ Kommittédirektiv: Dir 2012:43. Avsändare: socialdepartementet.

Av kommittédirektivet framgår bl.a. att det i alkohollagen saknas bestämmelser om tillsyn vad gäller den växande marknaden av e-handelsföretag som förmedlar hemtransport av alkoholdrycker från länder inom EES-området. De ansvariga tillsynsmyndigheterna på alkoholområdet, Statens folkhälsoinstitut och Konsumentverket, har framfört att de därför saknar möjligheter att utöva tillsyn samt att vidta administrativa sanktioner mot sådana företag. Tillsynsmyndigheterna har även påtalat att det finns en risk, om en ändamålsenlig tillsyn inte kan göras, att en ökning av internhandeln med alkoholdrycker kan resultera i oklarheter när det gäller gränsdragningen mot det svenska detaljhandelsmonopolet.

Även alkoholleverantörernas egen granskningsman²⁶ har uttryckt ett behov av förtydliganden av de regler som gäller för tillsynen av internhandeln och den marknadsföring av internhandel som förekommer direkt till konsument. Alkoholgranskningsmannen har också framfört näringsidkarnas önskemål om tydligare regler och bättre tillsyn eftersom de själva identifierat problem med näringsidkare som bryter mot näringens egna uppförandekoder.

Enligt kommittédirektivet ska en särskild utredare, för samtliga aktörer som bedriver internhandel och hemleverans av alkoholdrycker till konsument, utreda hur tillsyn av internhandeln och hemleveranserna bör bedrivas och om ålderskontrollen behöver säkerställas. Utredaren ska även lämna nödvändiga författningsförslag. Resultatet av utredningen ska redovisas den 1 april 2013.

3.3 Övrigt

I december 2010 beslutade regeringen om propositionen "En samlad strategi för alkohol-, narkotika-, dopnings- och tobakspolitiken".²⁷ Den 30 mars 2011 antogs strategin av riksdagen. Strategin anger mål, inriktning och prioriteringar för samhällets insatser under åren 2011-2015. Det övergripande målet med strategin är ett samhälle fritt från narkotika och dopning, med minskade medicinska och sociala skador av alkohol och ett minskat tobaksbruk. Till detta är knutet sju långsiktiga mål som anger riktningen för ANDT-arbetet i dess helhet. Dessa mål är:

1. Tillgång till narkotika, dopningsmedel, alkohol och tobak ska minska.
2. Barn ska skyddas mot skadliga effekter orsakade av alkohol, narkotika, dopning eller tobak.
3. Antalet barn och unga som börjar använda narkotika och dopningsmedel eller debuterar tidigt med alkohol eller tobak ska successivt minska.
4. Antalet personer som utvecklar skadligt bruk, missbruk eller beroende av alkohol, narkotika, dopningsmedel eller tobak ska successivt minska.
5. Tillgängligheten till vård och stöd av god kvalitet för personer med missbruk eller beroende ska öka.

²⁶ Se Alkoholgranskningsmannen.se

²⁷ Prop. 2010/11:47

6. Antalet döda och skadade på grund av sitt eget eller andras bruk av alkohol, narkotika, dopning eller tobak ska minska.
7. En folkhälsobaserad och restriktiv ANDT-politik inom EU och internationellt.

Till de långsiktiga målen knyts ett antal prioriterade mål som ska uppnås under strategiperioden. De prioriterade målen rör olika arbetsområden och betonar exempelvis ökad effektivitet, förbättrad tillsyn och bättre eller ökad samverkan och samordning mellan myndigheter.

En första delrapport presenterades i april 2012²⁸. Denna består av förslag till utfallsmått (beteenden, skador) samt processmått (insatser för de sju långsiktiga målen). Förutom ytterligare en rapport beträffande de långsiktiga målen ska det, under år 2012, komma även en rapport med förslag till mått för de prioriterade målen under strategiperioden.

²⁸ S2011.033

4 Klagomål och synpunkter

I Konkurrensverkets rapport till europeiska kommissionen i december 2011 redogjordes för ett antal klagomål på Systembolaget som inkommit till Konkurrensverket under år 2011. Bland dessa fanns ett klagomål från en vinklubbssoperatör som erbjuder hemleverans av viner som konsumenter i Sverige beställt via Internet. Vinklubbssoperatören är ett av de företag som anmälts till Ekobrottsmyndigheten av IOGT-NTO.

Enligt vinklubbssoperatören hade Systembolaget missbrukat sin dominerande ställning på marknaden för försäljning av alkoholdrycker till konsumenter. Vinklubbssoperatören menade att Systembolaget låg bakom den anmälan som lämnats in av IOGT-NTO. Vinklubbssoperatören ansåg att anklagelserna i anmälan var grundlösa, och menade bl.a. att Systembolaget skadat vinklubbssoperatörens rykte och ställning. Vinklubbssoperatören yrkade att Konkurrensverket skulle utreda om Systembolagets agerande utgjorde ett missbruk av dominerande ställning samt att Konkurrensverket, i sin roll som rapportör och övervakare av det svenska detaljhandelsmonopolet för alkohol, skulle informera EU-kommissionen om ärendet.

Konkurrensverket ställde frågor till Systembolaget och IOGT-NTO under utredningen. Båda uppgav att de under de senaste åren följt utvecklingen vad gäller Internethandeln med alkoholdrycker och att de i detta arbete varit i kontakt med en rad organisationer, myndigheter och politiker, bl.a. Tullverket, Skatteverket och Statens Folkhälsoinstitut. Systembolaget och IOGT-NTO bekräftade även att de varit i kontakt med varandra i samma fråga, men förnekade att Systembolaget deltagit i författandet av anmälan till Ekobrottsmyndigheten eller på annat sätt stått bakom den.

Konkurrensverket fann inte skäl att vidare utreda de förhållanden som påtalats i vinklubbssoperatörens klagomål, och avskrev ärendet i mars 2012.²⁹ Därefter har vinklubbssoperatören skickat en anmälan till europeiska kommissionen gällande samma fråga.³⁰

I juni 2012 mottog Konkurrensverket ett klagomål på Systembolaget om missbruk av dominerande ställning. Enligt klagomålet strider Systembolagets agerande även mot principen i EUF-fördraget om fri rörlighet för varor.

Klaganden är en aktör som driver en webbplats med information och tips om olika drycker. Affärsidén är att sprida information om drycker i Systembolagets beställningssortiment samt underlätta för konsumenter att beställa dessa drycker. Via aktörens hemsida kan kunder göra beställningar ur beställningssortimentet som aktören sedan vidarebefordrar per fax till Systembolagets butiker där kunderna hämtar

²⁹ Dnr 799/2011

³⁰ Anmälan till DG Comp Food Task Force. Registration no 2012/048745. Referensnummer HT.1627/55181.

ut och betalar för varorna. De producenter som aktören samarbetar med betalar ersättning till aktören för marknadsföringen på aktörens hemsida och för de tjänster aktören erbjuder konsumenterna.

Systembolaget kommer att stänga av faxbeställningstjänsten fr.o.m. den 25 juni 2012 och har enligt aktören meddelat att det inte heller kommer att vara möjligt att göra beställningar via e-mail. Beställningar kommer att kunna göras i Systembolagsbutik, per telefon eller via Systembolagets e-beställningstjänst på Systembolagets hemsida. Användarkonton för e-beställningar får enligt Systembolagets Allmänna Villkor skapas endast av fysiska personer, alltså inte av aktören. Villkoren tillåter dock att aktören har en länk på sin hemsida till Systembolagets webbplats och e-beställningstjänsten.

Aktören anser att de beställningsmetoder som står till buds fr.o.m. den 25 juni 2012 varken är praktiskt eller kommersiellt gångbara för aktörens verksamhet. Systembolagets agerande kommer enligt aktören att försvåra dennes verksamhet till en sådan grad att den de facto omöjliggörs. Aktören anser att tillgång till beställningssortimentets beställningskanaler, i synnerhet fax och e-mail, är en s.k. nödvändig nytthet för aktören. Vidare anser aktören att Systembolaget i sin egenskap av monopolist är en nödvändig affärspartner.

Den övervägande majoriteten av dryckerna i beställningssortimentet kommer från utländska leverantörer. Aktören menar att Systembolagets agerande försvårar såväl konsumenternas tillträde till beställningssortimentet som leverantörernas möjligheter att marknadsföra sina produkter genom detta sortiment. Detta innebär enligt aktören att introduktionen och importen av alkoholhaltiga drycker från andra EU-länder försvåras vilket strider mot principen om fri rörlighet i EUF-fördraget.

Konkurrensverket utreder för närvarande klagomålet.³¹

³¹Dnr 371/2012

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 år 2011 in tre överklaganden avseende Systembolagets beslut. Nämnden prövade två av dessa under år 2011. Det ena ärendet rörde en leverantör som begärt prövning av Systembolagets beslut att avvisa tio produkter från sortimentet. Sedan klaganden återkallat sin ansökan beträffande sju produkter avskrevs ärendet från vidare handläggning i den delen. Beträffande övriga tre produkter avskrevs ansökan beträffande en produkt, avvisades ansökan beträffande en produkt och avslogs ansökan beträffande en produkt. Det andra ärendet rörde en leverantör som begärt prövning av Systembolagets beslut att avvisa två offerter. Sedan klaganden återkallat sin ansökan avskrevs ärendet från vidare handläggning.

6 Försäljning och konsumtion av alkohol

6.1 SoRADs rapportering

SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning vid Stockholms universitet) har regeringens uppdrag att löpande följa alkoholkonsumtionen i Sverige. SoRADs kartläggning bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över registrerad alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger samt folköl i livsmedelsbutiker) samt skattningar av oregistrerad alkohol (privatinförsel, smuggling, hemtillverkning samt internethandel).

Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av en löpande frågeundersökning där 1500 slumpmässigt utvalda svenskar blir intervjuade om sina alkoholköp varje månad. En översyn av de metoder som används för att beräkna den oregistrerade alkoholkonsumtionen har gjorts under år 2011. SoRAD har därefter gjort vissa ändringar i sitt beräkningssätt.

6.2 Systembolagets försäljning

Under år 2011 fördelade sig Systembolagets totala försäljning om cirka 30,5 miljarder kronor enligt följande.³²

| Varugrupp | Försäljning (tkr) | Andel | Förändring (jfrt m 2010) |
|-------------------|-------------------|-------------|--------------------------|
| Brännvin | 1 991 665 | 6,5% | -5,1% |
| Övrig sprit | 4 826 079 | 15,8% | -1,7% |
| Starkvin | 573 426 | 1,9% | -6,7% |
| Vin exkl starkvin | 15 122 717 | 49,6% | +2,8% |
| Starköl | 6 887 705 | 22,6% | +2,6% |
| Cider, blanddryck | 879 685 | 2,9% | +1,2% |
| Alkoholritt | 74 986 | 0,2% | +36,1% |
| Torra varor/ospec | 128 351 | 0,4% | - 0,1% |
| SUMMA | 30 489 507 | 100% | +1,2% |

Försäljningen var fördelad på olika sortiment enligt följande.

- Fast sortiment 94,9 procent
- Tillfälligt sortiment 3,4 procent
- Beställningssortiment 1,2 procent
- Privatimportservice 0,1 procent

³² Källa: Systembolaget

Den 31 december 2011 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

- Fast sortiment 2 338 artiklar (18,8 procent av antalet artiklar)
- Tillfälligt sortiment 507 artiklar (4,1 procent av antalet artiklar)
- Beställningssortiment 9 607 artiklar (77,1 procent av antalet artiklar)

En genomsnittlig Systembolagsbutik hade sin försäljning fördelad på följande antal artiklar per sortiment under en genomsnittlig månad under år 2011.

- Fast sortiment 1 223 artiklar (86,6 procent av antalet artiklar, 95,4 procent av försäljningen)
- Tillfälligt sortiment 111 artiklar (7,9 procent av antalet artiklar, 3,4 procent av försäljningen)
- Beställningssortiment 79 artiklar (5,6 procent av antalet artiklar, 1,3 procent av försäljningen)

Den 31 december 2011 fanns 44 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i 75 Systembolagsbutiker tack vare att det fanns en dokumenterad efterfrågan på produkterna.³³ Under året listades totalt 3 599 nya artiklar i beställningssortimentet. 77 artiklar kvalificerade sig från beställningssortimentet för försäljning i det fasta sortimentet.³⁴

Under år 2011 avlistade Systembolaget totalt 195 artiklar från det fasta sortimentet. Som ett resultat av den utvärdering som ägde rum i januari 2011 avlistades 101 artiklar eftersom de inte uppnått minibidragsgränsen. Ytterligare 94 artiklar avlistades av samma anledning efter utvärderingen i juli 2011. Härutöver har 55 artiklar avlistats under året. Den absoluta majoriteten av dessa har avlistats på leverantörens egen begäran men i tre fall har avlistning skett på grund av kvalitetsproblem med artikeln.

6.3 Den totala alkoholkonsumtionen

Den totala försäljningen av alkoholdrycker i Sverige år 2011 fördelades enligt följande (anges i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre).³⁵

³³ Motsvarande siffror för år 2010 var 34 respektive 44.

³⁴ Motsvarande siffror för år 2010 var 3 502 respektive 34.

³⁵ Källa: SoRAD. Beräkningarna för åren 2009-2011 har gjorts med det nya beräkningssättet.

| | 2009 | 2010 | 2011 | <i>andel 2011</i> |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------------|
| Systembolaget | 5,75 | 5,81 | 5,84 | 62% |
| Restauranger | 0,96 | 0,93 | 0,92 | 10% |
| Folköl | 0,61 | 0,59 | 0,56 | 6% |
| Resandeförsel | 1,46 | 1,45 | 1,46 | 15,5% |
| Smuggling | 0,78 | 0,50 | 0,36 | 4% |
| Hemtillverkning | 0,16 | 0,22 | 0,19 | 2% |
| Internet | 0,05 | 0,05 | 0,05 | 0,5% |
| SUMMA | 9,77 | 9,55 | 9,38 | 100% |

Den totala alkoholkonsumtionen minskade med 1,8 procent år 2011 jämfört med året innan och har minskat kontinuerligt sedan år 2004. Systembolagets andel av försäljningen har ökat på senare år, så även under år 2011. Internethandeln utgjorde enligt SoRADs beräkningar cirka 0,5 procent av den totala konsumtionen, en siffra som varit oförändrad sedan år 2009. Medelköpet av alkohol via Internet år 2011 låg på motsvarande 3,6 liter ren alkohol, vilket kan jämföras med 5,5 liter år 2010 och 6,9 liter år 2009.

Nivån på införseln av alkoholdrycker via internetbeställningar har varierat under åren, liksom andelen av befolkningen som beställt alkohol via Internet. Se Konkurrensverkets rapport till kommissionen december 2011.

6.4 Utvecklingen

I maj 2012 publicerade Timbro rapporten *Alkoholen – en lyckad svensk liberalisering*.³⁶ Rapporten baseras på uppgifter från bl.a. SoRAD, Statens Folkhälsoinstitut, Socialstyrelsen, Brottsförebyggande Rådet (BRÅ) och Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN). I rapporten redogörs för en rad förändringar som skett på området för alkoholdrycker de senaste decennierna. Här nämns t.ex. att antalet företag som är berättigade att bedriva partihandel med alkoholdrycker i Sverige ökade till runt 200 stycken på ett år efter det att V&S Vin & Sprits partihandelsmonopol avskaffades vid Sveriges EU-inträde år 1995. År 2009 uppgick antalet sådana företag till över 1000 stycken. Vidare nämns att Systembolagets utbud har mångdubblats sedan år 1995, att Systembolaget fått lördagsöppet och startat självbetjäningsbutiker samt att priserna på alkoholdrycker i detaljhandeln generellt sett sänkts.³⁷ Därutöver nämns att den tillåtna ransonen för konsumenter vid resandeförsel ökat kraftigt efter EU-inträdet, samt att det efter Rosengrendomen (se avsnitt 3.2.1 ovan) etablerats en rad e-handelsföretag som förmedlar privatpersoners import och hemtransport av alkoholdrycker. Rapporten nämner också att

³⁶ Rapporten är skriven av Mattias Svensson. Timbro är en del av Stiftelsen Fritt Näringsliv. Se timbro.se.

³⁷ Prisindex för alkohol i detaljhandeln ligger under 1995 års prisnivå, främst beroende på skattesänkningar vilka gjorts för att uppnå proportionalitet enligt EU:s regler.

antalet serveringstillstånd för restauranger ökat kraftigt³⁸ samt att det skett en generell förlängning av öppettiderna på restauranger.

Vad gäller konsekvenserna av de förändringar som skett, konstateras i rapporten bl.a. att den årliga alkoholkonsumtionen steg från motsvarande 8 liter ren alkohol per person år 1996 till 10,5 liter år 2004 varefter konsumtionen successivt sjunkit till att ligga på 9,2 liter år 2010.³⁹ Samma mönster kan enligt rapporten skönjas för resandeförseln som hade sin topp runt år 2004. Uttryckt i ren alkohol ökade den årliga resandeförseln från 1,1 liter per person år 1996 till 2,7 liter år 2004 varefter den minskat till 1,3 liter år 2010.⁴⁰ Vidare konstaterar Timbro i rapporten bl.a. att trenden för alkoholrelaterad dödlighet har varit stabil sedan år 1987 och på senare år något minskande för män.⁴¹

³⁸ Här avses tillstånd för servering av spritdrycker, vin och starköl.

³⁹ Siffran skiljer sig något från tabellen ovan vilket sannolikt beror på att Timbros rapport baseras på SoRADs beräkningar utifrån det gamla beräknings sättet.

⁴⁰ Se fotnot 38.

⁴¹ Alkoholrelaterad dödlighet mäts av Socialstyrelsen som dödsfall där alkohol eller en alkoholbetingad organskada har nämnts som bidragande eller underliggande skada.

7 Sammanfattande kommentar

Den nya alkohollagen trädde i kraft den 1 januari 2011. Som Konkurrensverket framfört i sina tidigare rapporter till europeiska kommissionen, kommer den nya lagen inte att innebära några större förändringar för Systembolaget ur ett konkurrensperspektiv eftersom monopolet kvarstår.

Systembolaget har utarbetat en ny sortimentsmodell som ska implementeras med början den 1 oktober 2012 och som avses vara fullt genomförd i början av hösten 2013. Den nya sortimentsmodellen syftar enligt Systembolaget till att bättre anpassa sortimentet efter kundbehovet. Genom ett nytt sätt att klassificera och gruppera butiker, och genom införande av flera sortimentsmixar och tätare sortimentsskiften, vill Systembolaget skapa större flexibilitet för kunderna. Systembolaget vill även öka öppenheten för leverantörerna genom att publicera en rankinglista på Leverantörsportalen.

Generellt anser Konkurrensverket att det är bra från konsumentsynpunkt att Systembolaget har som mål att i högre grad anpassa sitt utbud efter konsumenternas behov och önskemål. Den nya sortimentsmodellen kan vara ett steg att nå detta mål. Konkurrensverket ser också positivt på att Systembolaget i sin process med den nya sortimentsmodellen för en dialog med leverantörerna. Med tanke på att flera leverantörer haft klagomål på bl.a. Systembolagets modulsystem är det bra att Systembolaget nu förändrar detta.

I den nya sortimentsmodellen blir stegen mellan olika distributionsnivåer lägre, och införandet av viktning för marknadstäckning innebär att artiklar inte enbart kommer att utvärderas efter försäljningen i de butiker där de finns utan efter den försäljning de faktiskt genererar totalt sett. Detta kan betraktas som positivt från konkurrenssynpunkt. För leverantörerna innebär den nya modellen fler tillfällen och möjligheter att kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet. Även detta är bra. Att rutinerna förbättras vad gäller lagerföring på butik av artiklar med lokal efterfrågan är också något som Konkurrensverket ser positivt på.

Konkurrensverket anser att det är viktigt att Systembolaget även fortsättningsvis applicerar principerna om likvärdig tillämpning av objektiva och transparenta köps- och försäljningsvillkor. Systembolaget kommer i viss mån att öka transparensen genom att på Leverantörsportalen publicera en ranking där alla leverantörer kan följa sina artiklars prestationer jämfört med andra i samma segment. Leverantörerna kommer emellertid inte att kunna se namnen på andra artiklar än sina egna. För konkurrerande artiklar kommer endast poängen att visas. Konkurrensverket ser inget hinder för att Systembolaget gör samtliga leverantörers/artiklars namn synliga på Leverantörsportalens rankinglista. Risken för att leverantörer på ett otillbörligt sätt försöker påverka efterfrågan torde enligt Konkurrensverkets mening inte öka vid ytterligare transparens.

Konkurrensverket kommer att följa och rapportera om den nya sortimentsmodellen i framtida rapporter till europeiska kommissionen.

Siffror från SoRAD visar att den totala alkoholkonsumtionen i Sverige minskade med nära två procent år 2011 jämfört med året innan. Den totala alkoholkonsumtionen har enligt SoRADs statistik minskat kontinuerligt sedan år 2004. Systembolagets andel av den totala försäljningen ökade något under år 2011 medan den del som utgörs av internethandel är oförändrad sedan år 2009. Internethandelns andel av den totala alkoholförsäljningen är fortfarande mycket liten, cirka 0,5 procent.

Internethandeln med alkoholdrycker har under en tid varit föremål för en livlig debatt i media. Det finns idag uppskattningsvis ett 70-tal företag som via Internet tar emot beställningar på alkoholdrycker och ombesörjer hemleverans till privatpersoner i Sverige. Även Systembolaget har aviserat planer på att erbjuda sina kunder möjlighet att beställa alkoholvaror via Internet och få dessa hemlevererade. Systembolaget anser att dess roll är att sköta all försäljning av alkoholdrycker till konsumenter i Sverige och att Systembolagets kunder, genom möjlighet till internetbeställningar och hemleverans, ska erbjudas förbättrad service. Det ansvar Systembolaget har för att motverka alkoholens skadeverkningar ska emellertid inte påverkas av internethandeln, menar Systembolaget. För att Systembolaget ska kunna utföra hemleverans krävs emellertid ändringar i ägaravtalet mellan staten och Systembolaget. Huruvida dessa ska göras har regeringen ännu inte gett besked om.

Kritikerna menar att den växande internethandeln via andra aktörer än Systembolaget utgör ett hot mot Sveriges restriktiva alkoholpolitik och folkhälsan. Det finns en oro för att det svenska detaljhandelsmonopolet vid en rättslig prövning i EU-domstolen inte längre skulle anses motiverat. I propositionen Alkoholfrågor med EG-rättslig anknytning (prop. 2007/08:119) angavs att regeringen avsåg att följa utvecklingen av e-handeln med alkoholdrycker noga och inte tveka att vidta åtgärder om utvecklingen visar att det behövs. I propositionen En ny alkohollag (prop. 2009/2010:125) konstaterades att internethandeln då stod för en mycket liten del av den totala konsumtionen. Konsekvenserna för folkhälsan ansågs därför mycket begränsade. Sedan dess har antalet nättaktörer ökat kraftigt och Konkurrensverket kan konstatera att regeringen nu anser att det är angeläget att utreda hur tillsyn bör bedrivas vid internethandel och hemleverans av alkoholdrycker. Samtidigt konstaterar Konkurrensverket att internethandelns andel av den totala alkoholförsäljningen enligt SoRAD legat på en oförändrad nivå sedan år 2009 och fortfarande är liten.

Vad gäller IOGT-NTOs anmälan av tio nättaktörer har åklagaren ännu inte beslutat om förundersökning ska inledas. Konkurrensverket kommer att redogöra för utvecklingen av ärendet i kommande rapporter till europeiska kommissionen.

Även gårdsförsäljning av alkoholdrycker har varit föremål för debatt. Gårdsförsäljningsutredningen presenterade i december 2010 ett förslag som innebär att sådan försäljning ska tillåtas. Konkurrensverket delar i allt väsentligt utredningens för-

slag. Av övriga remissinstansers svar kan dock slutsatsen dras att det råder stor oenighet om förslaget, även bland de tyngre remissinstanserna. Även här anser kritiker att gårdsförsäljning skulle utgöra ett hot mot Sveriges restriktiva alkoholpolitik och folkhälsan. De anser att det finns en risk för att Systembolagets detaljhandelsmonopol inte längre skulle anses förenligt med EU-rätten om gårdsförsäljning tillåts i Sverige. Ärendet bereds fortfarande på socialdepartementet.

Vad gäller de korruptionsproblem med anknytning till Systembolaget och vissa leverantörsbolag som avslöjades år 2003 har Konkurrensverket i sin tidigare rapportering till europeiska kommissionen konstaterat att Systembolaget vidtagit åtgärder mot dessa.⁴² Konkurrensverket har även rapporterat om den tvist som Systembolaget har med V&S Vin & Sprit. Då saken ännu inte är slutligt avgjord avser Konkurrensverket att fortsätta bevaka och rapportera om händelseutvecklingen.

⁴² Se bl.a. Konkurrensverkets rapport till europeiska kommissionen i december 2006