



Övervakning av det svenska detalj- handelsmonopolet för alkoholdrycker

- Rapport till Europeiska kommissionen
juni 2014

Det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen juni 2014

Konkurrensverket juni 2014

Skriven av: Cecilia Maxe Aglinder

Innehållsförteckning

1	Konkurrensverkets uppdrag	4
1.1	Konkurrensverkets uppdrag	4
1.2	Uppdragets genomförande.....	4
2	Inköp och försäljning	6
2.1	Systembolagets nya sortimentsmodell.....	6
2.1.1	Bakgrund	6
2.1.2	Nuläge.....	6
2.1.3	Synpunkter till Systembolaget.....	7
2.2	Hemleveranser, internetbeställningar	8
2.2.1	Hemleveranser.....	8
2.2.2	Internetbeställningar hos Systembolaget.....	9
2.3	Lättviktsglas	9
2.4	Systembolagets CSR-arbete.....	12
2.5	Systembolagets tvister	13
2.6	Systembolaget och LOU	15
3	Privata e-handelsaktörer	18
3.1	Bakgrund och dagsläge	18
3.2	Utredningar	19
3.2.1	Utredning om tillsyn m.m.....	19
3.2.2	Ny utredning.....	20
4	Klagomål	22
5	Ärenden i Alkoholsortimentsnämnden	23
6	Försäljning och konsumtion av alkohol	24
6.1	Systembolagets försäljning.....	24
6.1.1	Fast sortiment, tillfälligt sortiment, beställningssortiment.....	24
6.1.2	Lokalt efterfrågat sortiment m.m.	26
6.2	CANs rapportering	29
6.2.1	Den totala alkoholkonsumtionen.....	30
6.2.2	E-handel med alkoholdrycker	30
7	Sammanfattande kommentar	32

1 Konkurrensverkets uppdrag

1.1 Konkurrensverkets uppdrag

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

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

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

1.2 Uppdragets genomförande

Konkurrensverkets uppdrag innebär att olika faktorer i Systembolagets verksamhet som kan ha betydelse för bedömningen av detaljhandelsmonopolen nuvarande och fortsatta icke-diskriminerande funktionssätt redovisas. I uppdraget ingår också att redogöra för de åtgärder som har vidtagits eller 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 korrupcion m.m. Vidare har Konkurrensverket löpande rapporterat om vissa klagomål relaterade till Systembolaget. I den första rapporten från december 2007 refererades EG-

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

domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet² samt EG-domstolens dom om fördragsbrott³ vilka rörde reglerna för privatimport av alkoholvaror och delvis utgjorde bakgrunden till att den svenska regeringen i september 2007 tillsatte Alkohollagsutredningen. De två domarna föranledde vissa ändringar i den svenska alkohollagen redan år 2008. Konkurrensverket har även rapporterat om den nya alkohollagen som trädde i kraft den 1 januari 2011 samt om Gårdsförsäljningsutredningen.

I 2012 års första rapport (juni 2012) redogjordes för Systembolagets nya sortimentsmodell som började implementeras under hösten 2012 och var slutligt införd hösten 2013. Rapporterna har sedan dess innehållit kompletterande eller uppföljande information avseende den nya modellen. Så gör även den nu aktuella rapporten. Vidare rapporterar Konkurrensverket bl.a. om Systembolagets e-handelsförsäljning och försöksverksamhet med hemleveranser samt planerna på införande av krav på lättviktsglas för vissa drycker. Ett klagomål på Systembolaget refereras liksom den statliga utredning som pågår om regelverket för e-handel med och hemleverans av alkoholdrycker. Ärenden som behandlats av Alkoholsortimentsnämnden under år 2013 refereras och siffror på Systembolagets försäljning under samma period presenteras. Statistik från CAN (Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning) gällande inköp och konsumtion av alkoholdrycker refereras.⁴ Avslutningsvis ges en sammanfattande kommentar.

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

Systembolaget har beretts möjlighet att lämna synpunkter i anslutning till rapportens färdigställande.

² Mål C-170/04 Rosengren m.fl.

³ Mål C-186/05 kommissionen mot Sverige

⁴ Under år 2013 fick CAN i uppdrag av socialdepartementet att ansvara för de s.k. Monitormätningarna som pågått kontinuerligt sedan år 2000 och som tidigare sköttes av SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning vid Stockholms universitet).

2 Inköp och försäljning

2.1 Systembolagets nya sortimentsmodell

2.1.1 Bakgrund

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

Den 1 oktober 2012 genomfördes en större förändring av Systembolagets inköpsvillkor med anledning av den nya sortimentsmodell som Systembolaget beslutat införa. Modellen implementerades gradvis, och under införandefasen gällde vissa övergångsregler. I början av hösten 2013 var den nya sortimentsmodellen slutligt införd.

2.1.2 Nuläge

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

Även för leverantörernas del innebär den nya modellen förändringar. Sortimentet utvärderas nu med kortare intervaller, och artiklar i beställningssortimentet deltar i samma utvärderings- och rankingprocess som artiklar i det fasta sortimentet.⁵ En uppflyttning från beställningssortimentet till det fasta sortimentet ger omedelbar butikstäckning. Artiklar utvärderas efter den försäljning de genererar totalt sett. För att kompensera artiklar som inte lagerförs på alla butiker viktas varje artikels bidrag. Syftet är att skapa en mer rättvis bedömning av artiklarnas prestation.

Alla leverantörer får en veckovis preliminär ranking via Leverantörsportalen där de kan följa sina artiklars prestationer jämfört med andra i samma segment. Leverantörerna kan emellertid se endast sina egna artiklars namn i Leverantörsportalen. För övriga artiklar visas endast poäng. Systembolaget erbjuder dock, som tidigare, intresserade leverantörer möjligheten att köpa historisk försäljningsdata avseende

⁵ En leverantör vars artikel kvalificerat sig från beställningssortimentet till det fasta sortimentet kan dock alltid välja att avstå från att lansera artikeln i det fasta sortimentet.

som tidigast föregående försäljningsmånad. Den historiska försäljningsdatan visar försäljningen av samtliga artiklar.

2.1.3 Synpunkter till Systembolaget

Systembolagets leverantörer har via en av sina branschorganisationer framfört synpunkter på delar av den nya sortimentsmodellen. Synpunkterna är baserade på en enkätundersökning som organisationen genomfört bland sina medlemmar. Systembolaget har fått del av de sammanställda enkätsvaren och, vid ett möte, diskuterat undersökningsresultaten med organisationen. Som Systembolaget uppfattar det, har vissa av leverantörerna synpunkter på de kortare utvärderingsperioderna och den ökade konkurrens som den nya modellen inneburit vad gäller försäljning av alkoholdrycker till Systembolaget, bl.a. i form av ökat behov av marknadsföring. Vissa av leverantörerna menar också att den nya modellen inte har ökat marknads-tillträdet och att indelningen av vin utifrån land istället för pris i Systembolagets butiker riskerar att utarma utbudet av produkter i vissa segment och göra det svårare för kunderna att hitta i butikerna.

När det gäller dessa frågor vill Systembolaget framhålla att antalet artiklar som erhåller en position i det fasta sortimentet har ökat markant – från ca 2 200 den 31 mars 2011 (dvs. före den nya sortimentsmodellen)⁶ till drygt 2 500 den 31 mars 2014.

Systembolaget har också fått en synpunkt från en leverantör avseende sin offertprocess. Leverantören ansåg att Systembolaget var för nitiskt i sin offertgranskning då Systembolaget avvisat en offert från leverantören eftersom den, vilket leverantören och Systembolaget var ense om, angav ett pris som inte motsvarade vad Systembolaget efterfrågat i sin offertförfrågan. Samtidigt som diskussioner pågick mellan leverantören och Systembolaget, vände sig leverantören till Alkoholsortimentsnämnden och begärde att denna skulle överpröva Systembolagets avvisningsbeslut. Nämnden avslog leverantörens begäran.

Systembolaget är medvetet om att man är mycket strikt i sina bedömningar av om offerter är korrekt och fullständigt ifyllda. Mot bakgrund av den stora mängd offerter som Systembolaget mottar, och det krav på likabehandling av leverantörerna som ställs på Systembolaget, anser Systembolaget dock att detta förhållningssätt är nödvändigt.

Vidare visar Systembolagets egna kundundersökningar att Systembolagets kunder överlag är nöjda med att Systembolagets butiker har fått ett mer kundanpassat erbjudande. Vissa kunder upplever att det har blivit svårare att hitta på hyllorna. Systembolaget bedömer detta som naturligt under en övergångsperiod men har be-

⁶ I siffran ingår drygt 400 artiklar i den numera borttagna tilläggsmodul T9, dvs. artiklar som saknade garanterad butikstäckning.

slutat att införa ny skyltning som ska hjälpa kunderna att uppfatta landsindelningen på ett bättre sätt i syfte att de ska finna de varor de söker. Sammantaget bedömer Systembolaget att den nya sortimentsmodellen, såvitt kan bedömas i nuläget, har förbättrat både marknadstillträdet för leverantörer och kundernas nöjdhet.

2.2 Hemleveranser, internetbeställningar

2.2.1 Hemleveranser

Regeringen gav i september 2012 Systembolaget klartecken att göra försök med hemleveranser av alkoholdrycker i hela eller delar av maximalt sex län i Sverige.⁷ Försöket påbörjades i mindre skala i november 2012 med postorten Sollentuna i Storstockholm. Därefter tillkom postorterna Johanneshov, Nacka och Bromma som även de ligger i Storstockholm. Under våren 2013 utökades försöket till att omfatta ett antal postorter i andra delar av Sverige, närmare bestämt Göteborg, Mölndal, Askim, Uppsala, Borås och Brämhult. Sedan i slutet av november 2013, när försöket blev fullt utbyggt, kan kunder i Stockholms län, Skåne län, Västerbottens län, Västernorrlands län samt i postorterna Uppsala, Borås, Göteborg, Askim och Mölndal nyttja möjligheten till hemleverans. Försöket med hemleveranser är utformat i samråd med erfarna alkoholforskare och i dialog med lokalpolitiker. I valet av orter har hänsyn tagits till om det finns en vana hos kunderna att använda den nuvarande e-beställningstjänsten med utlämning i butik.

Hemleveransförsöket följs upp på månadsbasis av Systembolaget, via externa partners. Systembolaget följer då upp tjänstens kvalitet, kundnöjdhet, att försäljningsreglerna följs etc. Parallellt med detta följer externa alkoholforskare upp tjänstens eventuella påverkan på den totala alkoholkonsumtionen. Försöket kommer att slutligt utvärderas under sommaren och hösten 2014. Utifrån erfarenheterna kommer beslut att fattas huruvida erbjudande av hemleveranser ska göras bestående och i så fall under vilka förutsättningar.

Tjänsten riktar sig till privatpersoner och innefattar samtliga artiklar i Systembolagets sortiment. Beställning och betalning sker på Systembolagets webbplats systembolaget.se. Hemleveranser sker tidigast tre dagar efter beställning och endast under Systembolagets öppettider på vardagar (måndag-fredag kl 10-20). I försökets inledning erbjöd Systembolaget hemleverans endast till folkbokföringsadress men sedan september 2013 erbjuder Systembolaget leverans till valfri adress inom försöksområdena. Vid utlämning av varorna sker en obligatorisk legitimationskontroll. Ingen försäljning eller utlämning ska ske till personer under 20 år eller till berusade personer eller när det anses föreligga risk för langning. Leveranskostnaden beror på

⁷ De ändringar i ägaravtalet mellan staten och Systembolaget som krävdes för att Systembolaget ska kunna utföra hemleveranser har gjorts.

beställningens omfattning. Ett kolli, vilket motsvarar upp till tolv flaskor, kostar 200 kronor att få levererat. Det finns en maxgräns på åtta kollin (96 flaskor) per beställning.

År 2013 utgjorde hemleveransförsäljningen 0,0076 procent av Systembolagets totala försäljning.

2.2.2 Internetbeställningar hos Systembolaget

På Systembolagets webbplats kan man beställa produkter för uthämtning i valfri Systembolagsbutik. Denna e-beställningstjänst är även möjlig att använda via mobila enheter såsom surfplattor och mobiltelefoner. Inledningsvis var det endast varor ur beställningssortimentet som kunde beställas via e-beställningstjänsten. Systembolaget har därefter stegvis gjort en större del av sortimentet tillgängligt för e-beställning, och sedan augusti 2013 är hela sortimentet tillgängligt.

Av Systembolagets totala försäljning under år 2013 hade ett värde om ca 247,2 miljoner kronor (inklusive moms) föregåtts av beställningar via Systembolagets internetbeställningstjänst. Detta utgjorde ca 0,77 procent av Systembolagets totala försäljning under perioden. Omräknat till ren alkohol uppgick e-beställningarna hos Systembolaget till 190 069 liter.

Vidare hade under samma period ett försäljningsvärde om ca 500,9 miljoner kronor (inklusive moms) föregåtts av kundbeställningar i butik. Nämnade summa utgjorde ca 1,56 procent av Systembolagets totala försäljning under perioden.

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

2.3 Lättviktsglas

Bakgrund

Statens ägarpolicy och riktlinjer för företag med statligt ägande anger att de statliga bolagen ska agera föredömligt inom området "hållbart företagande". Som ett led i sitt hållbarhetsarbete genomförde Systembolaget år 2011 en omfattande miljöutredning som inbegrep hela dryckesleverantörskedjan. Utredningen visade bl.a. att en tredjedel av Systembolagets klimatpåverkan – såvitt avser utsläpp av växthus-

gaser – orsakas av de förpackningar som används till de produkter som Systembolaget säljer. Systembolaget har även i andra studier, bl.a. en livscykelanalys som genomförts i samarbete med leverantörer och förpackningsindustrin, kunnat konstatera att förpackningsslaget "glasflaska avsedd för engångsbruk" är den förpackning som har den enskilt största klimatpåverkan. Livscykelanalysen visade också att klimatpåverkan är i det närmaste proportionell i förhållande till vikten på själva flaskan.

Ägarpolicyn anger att statliga bolag ska fasthålla strategiska hållbarhetsmål. Systembolagets styrelse beslutade i november 2013 att ett av Systembolagets mål ska vara att minska sin klimatpåverkan med 14 000 ton CO₂e (koldioxidekvivalenter) fram till år 2020. För att uppnå det målet måste Systembolaget vidta åtgärder såväl direkt i sin egen verksamhet som på de områden där Systembolaget har en indirekt påverkan, dvs. i den leverantörskedja som förser Systembolaget med varor.

Enligt Systembolagets bedömning finns en global trend mot ökad användning av lättare glasflaskor. Systembolaget anser också att den globala tillgången på lättviktsglas, som framkommit i Systembolagets ovan nämnda studie, illustrerar att glasindustrin och dess kunder redan sett och mött upp efterfrågan av lättviktsglas.

Genomförande

Systembolaget planerar att införa ett generellt krav på lättviktsglas för stilla vin på 75 cl glasflaska. Glasflaskan kommer i detta sammanhang att få väga högst 420 gram. Allt stilla vin, även i beställningssortimentet, kommer att omfattas, oavsett prisklass, ursprung etc. Om en leverantör inte kan eller vill byta sin förpackning, har Systembolaget för avsikt att även fortsättningsvis tillåta leverantören att använda sig av tyngre glas mot betalning av en avgift som är direkt proportionell mot den överstigande vikten.

Systembolagets ambition är att kravet på lättare förpackningar på sikt ska omfatta alla relevanta förpackningstyper i Systembolagets sortiment, oavsett produkttyp. Stilla vin är steg ett, och orsaken till att man börjar med denna produkttyp är att Systembolaget genom en marknadsstudie kunnat konstatera att det över nästan hela världen för stilla vin finns tillgång till glasflaskor av lättvikts typ av erforderlig kvalitet och i tillräcklig omfattning.

Kravet har formulerats i detalj och kommunicerats till leverantörerna den 9 juni 2014. Med denna information följde en FAQ som har till syfte att besvara de frågor som Systembolaget fått från leverantörer angående lättviktsglasflaskor, samt en rapport avseende tillgången på 75 cl lättviktsglasflaskor i ett globalt perspektiv. Kommunikeringen innehöll även information om möjligheten för leverantörer att inte ändra till lättviktsglas utan istället betala en avgift som är proportionell mot den överstigande vikten. Avgiften kommer att uppgå till 0,5 SEK/100 gram överskjutande vikt och beräknas enligt formeln: $0,005 * (\text{aktuell vikt i gram} - 420)$. Systembolaget uppger att man inte kommer att behålla de pengar som denna avgift

eventuellt kommer att generera. Istället kommer dessa pengar att ges till ett eller flera hållbarhetsprojekt, med utgångspunkten att det ska röra sig om klimatprojekt.

Modellen kommer att implementeras på så vis att den omfattar årgångsbetecknat vin som är skördat efter den 1 januari 2016. För vin som inte är årgångsbetecknat kommer modellen att tillämpas på det vin som levereras till Systembolaget från och med den 1 januari 2017. Det kommunicerade kravet kommer att införas i Systembolagets Allmänna Inköpsvillkor. Systembolaget kommer kontinuerligt att informera och föra dialog med leverantörerna om status i genomförandet. Detta kommer att ske i en referensgrupp⁸, på leverantörsträffar och på Leverantörsportalen. Parallellt kommer miljönyttan med lättviktsglas att kommuniceras till kunderna.

Systembolaget kommer även att påbörja arbetet med framtagande av information om relevant maxvikt, kvalitet och global tillgång för glasflaskor för andra storlekar än 75 cl samt andra kategorier av sortimentet. Med denna information som utgångspunkt är avsikten att på sikt införa lättviktsglas för övriga kategorier av alkoholdrycker.

Synpunkter från leverantörer

Systembolaget har under de senaste 18 månaderna – på leverantörsträffar samt i dialog med referensgruppen – informerat om sin intention att minska förpackningsvikten bl.a. genom ett generellt krav på lättviktsglas. Utöver detta har Systembolaget under mars 2014 bjudit in till specifika dialogmöten kring införandet av kravet.

Reaktionerna bland leverantörerna har enligt Systembolaget överlag varit positiva. Leverantörerna ser och förstår miljönyttan men det har kommit ett antal frågor, bl.a. om kravet på lättviktsglas kommer att gälla retroaktivt eller bara för flaskor som tappas från det datum då kravet träder i kraft, hur kvaliteten och den globala tillgången på lättviktsglas ser ut, hur planen för det övriga sortimentet ser ut samt hur de andra nordiska alkoholmonopolen agerar i denna fråga.

Systembolaget ser också över möjligheterna att utvidga kravet på lättviktsglas till andra delar av sortimentet. Så snart Systembolaget kunnat bilda sig en uppfattning om de utmaningar som finns för andra produkttyper kommer man att besvara frågan rörande det övriga sortimentet. När det gäller övriga alkoholmonopol uppger Systembolaget att man inte för någon dialog med dem i denna fråga.

Systembolaget kommer att ha en kontinuerlig dialog med referensgruppen för leverantörer i detta ämne samt lyfta frågan på kommande leverantörsträffar.

Branschorganisationen Sveriges Bryggerier har till Konkurrensverket framfört att man är kritisk till att Systembolaget ska införa krav på lättviktsglas. Sveriges Bryggerier samt enstaka leverantörer.

⁸ I referensgruppen deltar branschorganisationerna Sveriges Vin- och Spritleverantörer respektive Sveriges Bryggerier samt enstaka leverantörer.

gerier menar att Systembolaget inför kravet utan att se till glasbrukens möjligheter att tillverka dessa glas, om drycken fungerar i dessa glas eller om leverantörerna har finansiella möjligheter att ta fram eget glas. Vidare har Sveriges Bryggerier framfört att man har svårt att se att krav i form av lättviktsglas som villkor för att få leverera till Systembolaget ligger i linje med det EU-undantag som gäller för Systembolagets detaljhandelsmonopol.

Systembolaget har med anledning av synpunkterna från Sveriges Bryggerier framfört följande. Den modell för minskad klimatpåverkan som kommer att införas från och med den 1 januari 2016 kommer initialt endast att omfatta stilla vin. Detta innebär att öl, sprit, mousserande vin och andra typer av produkter (som inte är stilla vin) inte omfattas i det första skedet. Systembolaget har inför införandet genomfört omfattande utredningar rörande tillgången på lättviktsglas och kunnat konstatera att det globalt finns god tillgång på lättviktsglas som kan användas av de producenter vars vin Systembolaget säljer. Systembolagets ambition är att kravet på lättare förpackningar på sikt ska omfatta alla relevanta förpackningstyper i sortimentet, oavsett produkttyp. Systembolaget kommer, innan en sådan expansion av modellen sker, att genomföra motsvarande undersökningar av såväl de tekniska förutsättningarna som vilken tillgång det finns på lättare förpackningslösningar för andra typer av produkter. Systembolaget anser att det planerade kravet på lättviktsglas överensstämmer med gällande regelverk.

2.4 Systembolagets CSR-arbete⁹

Systembolaget är medlem i BSCI (Business Social Compliance Initiative) och följer upp efterlevnaden av dess uppförandekod genom revisioner hos producenter runtom i världen. Systembolaget har som mål att, inom ett par år, uppfylla BSCIs krav på att medlemmarna ska auditera två tredjedelar av volymerna från s.k. riskländer. Detta innebär att 14 revisioner genomfördes under år 2013, fördelade på Sydafrika, Chile och Bulgarien. Samtliga revisioner visade på avvikelser och en åtgärdsplan togs fram efter respektive revision. Under år 2014 genomförs omrevisioner på samtliga ställen för att säkra att åtgärderna genomförts.

BSCI antog i januari 2014 en reviderad uppförandekod som ska vara fullt implementerad den 1 januari 2015. Koden förtydligar att stater och företag alltid ska agera på ett ansvarsfullt sätt, förhindra att mänskliga rättigheter kränks samt ta ansvar i de fall där så skett.¹⁰ Systembolaget har påbörjat implementeringen av den reviderade uppförandekoden och kommer att genomföra utbildningar för sina leverantörer under innevarande år.

Systembolaget har sedan år 2008 fört en dialog med övriga nordiska alkoholmonopol i syfte att uppnå en hållbar leverantörskedja. Inom ramen för denna dialog har

⁹ Corporate Social Responsibility

¹⁰ Här åsyftas principerna om "Protect, Respect and Remedy" – Skydda, Respektera och Gottgöra.

man haft en femårig strategi som nu lett till att samtliga nordiska alkoholmonopol tillämpar BSCIs uppförandekod. Ambitionen är att de nordiska monopolerna ska fortsätta med uppföljning av leverantörskedjan utifrån den gemensamma uppförandekoden. Man ska fortsätta med utbildningar för leverantörer, producenter och andra relevanta intressenter samt undersöka om man tillsammans med dessa kan driva olika projekt inom hållbarhetsområdet för att på så vis sprida kunskap om "best practice".

Slutligen kommer de nordiska monopolerna även att undersöka i vilken mån det är möjligt att addera miljökrav i sin uppföljning av respektive monopols leverantörskedja.

2.5 Systembolagets tvister

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

En av de leverantörer som hade anställda vilka åtalades i samband med mutskandalen var det vid den tidpunkten statliga V&S Vin & Sprit AB.¹¹ 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.¹² Systembolaget fick betala delar av rättegångskostnaderna och erlägga skadestånd till V&S Vin & Sprit.

Systembolaget klandrade emellertid domen som upphävdes av Svea hovrätt år 2009¹³. I sin dom skrev Svea Hovrätt bl.a. att skiljenämnden överskridit sitt uppdrag

¹¹ Svenska staten överlät V&S Vin & Sprit till ett bolag inom den franska Pernod Ricard-koncernen i juli 2008. Bolaget heter numera The Absolut Company AB. Dock används i denna rapport namnet V&S Vin & Sprit AB.

¹² Skiljenämnd vid Stockholms Handelskammars Skiljedomsinstitut. Skiljemål nr V (030/2007)

¹³ Mål T 4548-08

samt att det inte kunde uteslutas att detta fel hade inverkat på utgången av ärendet. Svea hovrätt ålade V&S Vin & Sprit att ersätta Systembolaget för dess rättegångskostnader. Domen innebar även att den första skiljedomen var att se som en nullitet varför Systembolaget tillsåg att V&S Vin & Sprit återbetalade det skadestånd som Systembolaget hade betalat till V&S Vin & Sprit.

År 2010 påkallade V&S Vin & Sprit nytt skiljedomsförfarande i frågan, och i februari 2012 meddelades dom i detta nya skiljedomsförfarande.¹⁴ Skiljenämnden (som bestod av andra jurister än i det första förfarandet) fann att de avtalsbrott som var orsaken till Systembolagets hävningar av delar av avtalen med V&S Vin & Sprit visserligen varit av en sådan omfattning att Systembolaget haft rätt att på civilrättslig grund häva hela avtalsrelationen med V&S Vin & Sprit. Dock ansåg majoriteten av skiljenämnden att den partiella hävningen, Systembolagets sanktionsmodell¹⁵ samt effekterna av Systembolagets tillämpning av sanktionsmodellen, var för sig och särskilt vid en samlad bedömning får anses ha stått i strid med de krav som enligt konkurrensrättsliga regler kan ställas upp för en superdominant i dess agerande. Systembolaget hade härigenom, enligt majoriteten av skiljenämnden, gjort sig skyldigt till missbruk av dominerande ställning. Systembolaget dömdes av skiljenämnden att betala skadestånd till V&S Vin & Sprit samt delvis ersätta V&S Vin & Sprit för dess rättegångskostnader. En av de tre skiljemännen i nämnden var skiljaktig vad gäller den konkurrensrättsliga delen av domen, och gjorde sammanfattningsvis bedömningen att påståendena om att Systembolaget skulle ha missbrukat sin dominerande ställning saknade fog.

Systembolaget ansåg att skiljedomen skulle ogiltigförklaras eftersom den var uppenbart oförenlig med grunderna för den svenska rättsordningen (ordre public) p.g.a. en grov feltolkning av konkurrensrättsliga regler. Systembolaget anser sig genom domen fråntaget rätten att vidta uppsägning av avtal – ens till någon del – då bolaget utsatts för grova avtalsbrott som därtill utgjort brottsliga gärningar. Alternativt ansåg Systembolaget att skiljedomen skulle upphävas eftersom skiljenämnden hade begått grova processuella fel i form av s.k. uppdragsöverskridanden, dvs. att skiljenämnden lagt vissa omständigheter till grund för bedömningen som inte hade åberopats eller berörts av parterna i skiljeförfarandet. Systembolaget lämnade därför hos Svea hovrätt in en stämning mot V&S Vin & Sprit gällande talan om ogiltighet och klander av skiljedomen. Systembolaget hänvisade bl.a. till en skiljedom i tvist mellan Systembolaget och Philipson Söderberg AB (se nedan).

I oktober 2013 meddelade Svea hovrätt dom i målet.¹⁶ Hovrätten ogillade Systembolagets yrkanden att skiljedomen skulle ogiltigförklaras alternativt upphävas. Hovrätten ansåg inte att skiljedomen var uppenbart oförenlig med grunderna för den svenska rättsordningen. Inte heller ansåg hovrätten att skiljenämnden hade överskridit sitt uppdrag eller gjort sig skyldig till bristande processledning. Domen innebär således att skiljedomen står fast och att Systembolaget ska ersätta V&S Vin

¹⁴ Skiljemål nr V (101/2010): V&S Vin & Sprit Aktiebolag/Systembolaget Aktiebolag

¹⁵ Den modell som Systembolaget utarbetat och använt vid beräkningen av hävningarnas omfattning

¹⁶ Mål nr T 4487-12

& Sprit för rättegångskostnader. Hovrätten meddelade i samband med domen att den fick överklagas till Högsta domstolen och i november 2013 gav Systembolaget in en överklagan av hovrättens dom till Högsta domstolen.¹⁷ V&S Vin & Sprit har också överklagat domen, såvitt avser fördelningen av rättegångskostnader. Skriftväxling pågår mellan parterna, och Högsta domstolen har ännu inte meddelat annat än handläggningsbeslut i ärendet.

2.6 Systembolaget och LOU

Systembolaget inledde under våren 2014 en upphandling av medietjänster. En leverantör av sådana tjänster som lämnade ett anbud och fick detta förkastat av Systembolaget har ansökt om överprövning av upphandlingen hos Förvaltningsrätten i Stockholm.¹⁸ Leverantören anför att Systembolaget är ett offentligt styrt organ enligt 2 kap. 12 § lagen (2007:1091) om offentlig upphandling, LOU, samt att den aktuella upphandlingen inte föregåtts av något annonserat upphandlingsförfarande enligt LOU och därför utgör en lagöverträdelse.

Systembolaget har bestridit leverantörens talan och anför att Systembolaget inte är ett sådant offentligt organ som omfattas av LOU. Till grund för sin inställning har Systembolaget hänvisat till kommissionens beslut av den 9 juli 2003¹⁹ i vilket kommissionen fann att Systembolaget inte utgjorde ett offentligt styrt organ och därmed inte omfattades av upphandlingsregelverket.

Konkurrensverket har anmodats av Förvaltningsrätten i Stockholm att yttra sig i frågan. Efter en genomgång av kriterierna i LOU och en analys av rättsläget bedömer Konkurrensverket att Systembolaget är ett offentligt styrt organ som är skyldigt att tillämpa LOU vid upphandlingar av varor, tjänster och byggtreprenader.²⁰ Skälen till Konkurrensverkets ställningstagande är följande.

I LOU anges att upphandlande myndigheter avser statliga och kommunala myndigheter samt att offentligt styrda organ ska jämföras med sådana myndigheter i fråga om skyldigheten att upphandla enligt LOU. Med offentligt styrda organ avses sådana bolag, föreningar m.m. som tillgodoser behov i det allmännas intresse, under förutsättning att behovet inte är av industriell eller kommersiell karaktär, och

- (i) som till största delen är finansierade av staten, en kommun, ett landskap eller en upphandlande myndighet,

¹⁷ Aktuell typ av mål kräver inte prövningstillstånd för att prövas av Högsta domstolen.

¹⁸ Mål nr 8401-14

¹⁹ Case 1997/4610 (Systembolaget)

²⁰ Dnr 306/2014

- (ii) vars verksamhet står under kontroll av staten, en kommun, ett landsting eller en upphandlande myndighet, eller
- (iii) i vars styrelse eller motsvarande ledningsorgan mer än halva antalet ledamöter är utsedda av staten, en kommun, ett landsting eller en upphandlande myndighet.

Systembolaget ägs av svenska staten som utser mer än hälften av ledamöterna i Systembolagets styrelse. Den omständigheten att det finns ett lagstadgat monopol för detaljhandel med alkoholvaror samt att upprätthållandet av detta motiveras av behovet att skydda folkhälsan, tyder enligt Konkurrensverket på att det behov som Systembolaget tillgodoser är ett behov i det allmännas intresse.

För att ett organ ska vara offentligt styrt enligt 2 kap 12 § LOU ska organet tillgoda ett behov som *i sig* inte är industriellt eller kommersiellt. Enligt Konkurrensverkets bedömning präglas Systembolagets verksamhet av en strävan efter måttfull och ansvarsfull alkoholkonsumtion, konsumenternas välmående, information till allmänheten om riskerna med alkoholkonsumtion och en minskning av de skadeverkningar som alkoholkonsumtion kan medföra. Under sådana omständigheter är det behov som Systembolaget tillgodoser därför enligt Konkurrensverket helt hänförligt till folkhälsan och således inte av industriell eller kommersiell karaktär.

Att det är behovets art och inte det sätt på vilket ett bolag bedriver sin verksamhet som ska bedömas utesluter emellertid inte en prövning av om Systembolaget bedriver verksamhet på kommersiella grunder. Konkurrensverket hänvisar här till EU-domstolens praxis enligt vilken prövningen av om behovet i det allmännas intresse har en industriell eller kommersiell karaktär ska innefatta en bedömning av om bolaget har ett huvudsakligt vinstsyfte, om det står risken för sin verksamhet, om de tjänster det tillhandahåller åtnjuter offentlig finansiering samt om verksamheten är utsatt för konkurrens.

Vad gäller sistnämnda punkt konstaterar Konkurrensverket att det, trots Systembolagets lagstadgade detaljhandelsmonopol, finns vissa alternativa inköpsställen för konsumenter som vill handla alkoholvaror, t.ex. tax-freeförsäljning till sjöss och s.k. postorderförsäljning. Likaså finns det andra aktörer än Systembolaget på partihandelsmarknaden som säljer alkoholvaror till restauranger o.d. Konkurrensverket menar dock att dessa alternativa kanaler inte kan tillmätas en sådan avgörande betydelse att Systembolaget kan anses vara verksamt på en konkurrensutsatt marknad. Vidare anser Konkurrensverket inte att Systembolaget har ett huvudsakligt vinstsyfte utan att dess allmännyttiga uppgift är helt överordnad en eventuell strävan efter vinst. Om det skulle behövas för att Systembolaget skulle kunna fortsätta att utföra de uppgifter för vilka det har bildats, talar statens ägarstyrning av Systembolaget samt den roll bolaget spelar för säkerställandet av folkhälsan tydligt för att staten skulle tillföra nytt kapital till Systembolaget. Det är enligt Konkurrensverket föga troligt att staten skulle tillåta att Systembolaget försattes i konkurs.

Sammanfattningsvis anser Konkurrensverket att det behov i det allmännas intresse som Systembolaget tillgodoser inte är av industriell eller kommersiell karaktär. Detta, menar Konkurrensverket, påverkas inte av att Systembolaget inte erhåller statliga anslag för sin verksamhet.

Förvaltningsrätten i Stockholm har ännu inte tagit ställning i frågan.

3 Privata e-handelsaktörer

3.1 Bakgrund och dagsläge

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

E-handels del av den totala försäljningen av alkoholdrycker i Sverige är liten.²² De senaste åren har den legat på 0,5 procent.²³ 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.²⁴ Antalet personer som handlar alkoholdrycker via internet har enligt SoRAD ökat på senare år. 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 där åklagare under hösten 2012 fattade beslut om förundersökning.²⁵ Sammanfattningsvis menar IOGT-NTO att verksamheterna i de anmälda företagen utgör en sådan fullständig försäljningskedja som kan likställas med detaljhandel av alkoholdrycker. Eftersom Systembolaget har lagligt monopol på detta menar IOGT-NTO att verksamheterna strider mot alkohollagen. I slutet av år 2013 och början av år 2014 fattade åklagare beslut om att lägga ned förundersökningarna mot alla utom ett av de anmälda företagen. Som skäl för detta anförde åklagaren att inte gick att bevisa att de misstänkta gjort sig skyldiga till brott mot alkohollagen. Vad gäller det återstående företaget väcktes åtal mot en person i detta företag i slutet av maj 2014. Personen åtalas för olovlig försäljning av alkohol. Enligt åklagaren är brottet att bedöma som grovt eftersom det avsett en verksamhet som bedrivits yrkesmässigt. Dessutom yrkar åklagaren på företagsbot eftersom brottet begåtts inom ramen för en näringsverksamhet. Åklagaren bedömer att det rör sig om otillåten distanshandel eftersom det aktuella företaget är ett handelsbolag registrerat i Sverige som har sålt alkoholvaror till svenska konsumenter.

²¹ Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

²² I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra än Systembolaget.

²³ Källa: "Internetalkohol – en kartläggning av självrapporterande alkoholbeställningar via internet 2004-2012" (Forskningsrapport 65-2012 från SoRAD)

²⁴ Antalet verksamma aktörer i Sverige som registrerat sig vid Skatteverket som distansförsäljare uppgår för närvarande till 98 stycken. Vid årsskiftet 2008/2009 var de 15 stycken.

²⁵ Ärendenummer AM20847-12

Under sommaren 2013 polisanmälades ännu ett företag för e-handel med alkoholdrycker. Systembolaget polisanmälde då matkedjan CityGross som erbjuder sina kunder viner, främst i samband med hemleverans av matkasse. Anmälan omfattade även e-handelsaktören Winefinder med anledning av dess samarbete med CityGross. Systembolaget anser att CityGross och Winefinder bryter mot alkohollagen genom att bedriva detaljhandel med alkoholdrycker. Åklagare inledde förundersökning men fattade i november 2013 beslut om att lägga ned denna med motiveringen att det saknades skäl att anta att brott som hör under allmänt åtal hade förövats.²⁶

IOGT-NTO polisanmälde under hösten 2013 ytterligare tre företag som erbjuder kunder att beställa och hämta ut alkoholdrycker i samband med köp av livsmedel i butik eller som erbjuder hemleverans av alkoholdrycker i samband med köp av livsmedel eller hushållsnära tjänster. Förundersökning inleddes men har senare lagts ned i två av fallen.²⁷ I det tredje pågår förundersökning ännu.²⁸

3.2 Utredningar

3.2.1 Utredning om tillsyn m.m.

I maj 2012 beslutade regeringen att tillsätta en utredning på alkohol- och tobaksområdet.²⁹ Det övergripande målet var att föreslå åtgärder som kan bidra till en effektiv tillsyn på områdena e-handel med och hemleverans av alkoholdrycker respektive marknadsföring av alkoholdrycker och tobak.

Konkurrensverket redogjorde för resultatet av utredningen i sin rapport till kommissionen i december 2013.³⁰ Vad gäller e-handel med alkoholdrycker konstaterade utredningen att det idag i praktiken inte bedrivs någon tillsyn. Det är inte heller tydligt vilken eller vilka myndigheter som har ansvar för att sådan tillsyn ska bedrivas. Vidare konstaterade utredningen att det i alkohollagen saknas särskilda regler för e-handel med alkoholdrycker och även särskilda regler för försäljningsförmedling (utöver tillhandagåendeförbudet).³¹ Utredningen konstaterade därför att tillsynen ovillkorligen måste riktas mot de e-handelsrelaterade verksamheter som på annat sätt innefattar fysisk befattning med alkoholdrycker i Sverige, nämligen transportledet. Eftersom alkohollagen dock saknar regler även för transporter begränsade sig utredningens förslag till frågor om *utlämnande* som sker via transportör.

²⁶ Ärendenummer AM-108704-13

²⁷ Ärendenummer AM-154338-13

²⁸ Ärendenummer AM-152241-13

²⁹ Kommittédirektiv: Dir 2012:43. Avsändare: socialdepartementet

³⁰ SOU 2013:50

³¹ Förbud mot att i större omfattning tillhandagå annan med att anskaffa alkoholdrycker

Vad gäller marknadsföring av alkoholdrycker konstaterade utredningen att denna ökat närmast lavinartat på senare år. En undersökning som utredningen lät göra visade att e-handelsaktörerna marknadsför sina produkter aktivt, och utredningen uppmärksammade flera annonser från sådana aktörer som främjar merförsäljning och därmed strider mot alkohollagen. Marknadsföringen gav också i flera fall ett intryck av att det är fråga om detaljhandel med alkoholdrycker vilket Systembolaget har monopol på.

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

Konkurrensverket beklagade i sitt yttrande att utredningen inte ansett att en översyn av regelverket för alla led i e-handelskedjan hade rymts inom utredningsuppdraget. Konkurrensverket instämde i utredningens åsikt att det finns starka legalitets- och förutsebarhets-skäl att se över alkohollagstiftningen med utgångspunkten att reglera gränserna för vilka åtgärder som ska vara tillåtna vid e-handel med och hemleverans av alkoholdrycker till konsument.

Vad gäller marknadsföring av alkohol har Systembolaget, mot bakgrund av utredningens konstateranden, under sina senaste leverantörsträffar tagit upp frågor relaterade till detta. Vid träffarna har diskuterats bl.a. alkoholbranschens initiativ till självreglering och Alkoholgranskningsmannens uppgift att bevaka hur företagen marknadsför sig i Sverige. Därutöver har man diskuterat branschsamverkan ur ett internationellt perspektiv och ICCs (International Chamber of Commerce) nyligen genomförda initiativ att införa bestämmelser om alkoholreklam i organisationens grundregler för reklam. I syfte att underlätta för leverantörerna har Systembolaget också tagit fram s.k. lathundar som beskriver Systembolagets immateriella rättigheter och gällande regelverk.

3.2.2 Ny utredning

Mot bakgrund av att det i ovan nämnda utredning³² framkom att oklarhet råder beträffande vilka förmedlingsåtgärder utöver transport och viss marknadsföring av alkoholdrycker som är tillåtna, beslutade regeringen i januari 2014 att tillsätta en ny

³² SOU 2013:50

utredning.³³ Oklara regler gällande e-handel och hemleverans av alkoholdrycker kan enligt regeringen vara en bidragande orsak till att det inte förekommer domstolsprövningar i nämnvärd omfattning. I vilket fall konstaterar regeringen att de rättsvårdande myndigheterna hittills valt att inte ingripa mot tveksamma e-handelsrelaterade förfaranden med stöd av alkohollagens bestämmelser. Regeringen ser det som sannolikt att vissa aktörer idag är etablerade i Sverige på ett sådant sätt att de vid en rättslig prövning skulle anses bedriva detaljhandel mot konsument. Om det inte klargörs var gränserna går för det tillåtna området finns det enligt regeringen risk för att en fortsatt expansiv förmedlingsverksamhet undergräver den lagliga monopolställning som Systembolaget har idag. Eftersom det inte finns några indikationer på att gränsdragningsproblematiken inom rimlig tid kommer att lösas genom domstolsavgöranden, har regeringen bedömt att nuvarande regelverk bör ses över i syfte att skapa tydliga bestämmelser om e-handel med och hemleverans av alkoholdrycker till konsumenter.

En särskild utredare ska analysera och bedöma vilka typer av åtgärder vid e-handel och hemleverans av alkoholdrycker (eller liknande former av distanshandel) som är tillåtna respektive otillåtna enligt dagens regler. Med beaktande av den svenska alkoholpolitiken och de förpliktelser som följer av EU-medlemskapet, ska utredaren också analysera och bedöma vilka åtgärder som bör vara tillåtna respektive otillåtna. Utredaren ska lämna förslag på de närmare förutsättningarna och villkoren för den verksamhet som bedöms vara tillåten. I uppdraget ingår även att, med beaktande av tidigare lämnade förslag om hur tillsyn över e-handel och hemleverans av alkoholdrycker ska bedrivas, vid behov lämna kompletterande förslag på hur denna tillsyn bör bedrivas.

Uppdraget ska redovisas senast den 15 juli 2014.

³³ Kommittédirektiv: Dir 2014:1. Avsändare: socialdepartementet.

4 Klagomål

Sedan Konkurrensverkets senaste rapport till kommissionen i december 2013, har en leverantör av punsch anfört klagomål till Konkurrensverket angående utbudet av punsch hos Systembolaget.³⁴ Leverantören är kritisk till att en annan leverantör av punsch har en hög marknadsandel i detta segment, och anser att det råder brist på mångfald med bredd och djup hos Systembolaget vad gäller punsch. Leverantören önskar att Systembolaget släpper in fler leverantörer av punsch och även låter fler sorter än idag få butikstäckning. Leverantören föreslår också att Systembolaget ska införa ett maxtak på t.ex. 75-80 procents marknadsandel för leverantörer av punsch i segment som är större än 100 000 liter per år.

Systembolaget håller inte med om att det inte finns tillräcklig grad av bredd och djup i segmentet punsch. Segmentet innehåller i nuläget sju artiklar som är tillgängliga på en eller flera av Systembolagets butiker. De sju artiklarna kommer från tre olika leverantörer. På ett stort antal butiker finns fem av artiklarna. Fyra av dem står för ca 90 procent av punschförsäljningen och finns på merparten av butikerna. Vidare finns ytterligare nio punschartiklar att tillgå i beställningssortimentet.

Just nu råder enligt Systembolaget en trend där kunderna väljer att köpa mer vin, öl och andra drycker med lägre alkoholhalt, och mindre sprit och andra drycker med högre alkoholhalt. Detta gäller även segmentet punsch som under de senaste fem åren visat en nedåtgående trend.³⁵ Punsch är ett av Systembolagets mindre segment och stod år 2013 för 0,03 procent av försäljningsvolymen.

Systembolaget kommer inte att vidta några särskilda åtgärder avseende segmentet punsch för närvarande. Antalet positioner, dvs. det antal hyllplatser som artiklarna i segmentet kan konkurrera om, är enligt Systembolaget rimligt utifrån den efterfrågan som finns. Enligt Systembolaget uppfyller sortimentsmodellen (däribland segmentet punsch) de krav som ställs på ett detaljhandelsmonopol enligt EU-rätten, dvs. inköps- och försäljningsvillkoren är objektiva, transparenta och icke-diskriminerande.

Konkurrensverket har fattat beslut om att inte utreda saken ytterligare.

³⁴ Dnr 449/2014

³⁵ År 2013 såldes 136 800 liter punsch vilket är 16,5 procent mindre än den sålda volymen år 2009 (163 700 liter). Systembolagets totala försäljningsvolym har under den senaste femårsperioden ökat med ca 1 procent årligen (+4,3 procent år 2013 jämfört med 2009) vilket ytterligare indikerar att konsumentpreferenserna ändrats till att köpa mer vin, öl och andra drycker med lägre alkoholhalt.

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 2013 in sex ärenden rörande överprövning av Systembolagets beslut. Beslut fattades i tio ärenden under året. I två av ärendena avskrevs överklagandet sedan den sökande återkallat det. I ett ärende avskrevs överklagandet i den del det avsåg produkter som Systembolaget medgett skulle lanseras i sortimentet. I den del som avsåg undanröjande av ett tilldelningsbeslut avvisade nämnden överklagandet. I fyra ärenden avslog nämnden överklagandet med motiveringen att den aktuella produkten inte motsvarade de i offer-ten angivna kraven. I två ärenden avslog nämnden överklagandet med motiveringen att etiketten på den aktuella produkten stred mot alkohollagens bestämmelser om marknadsföring och mot Konsumentverkets allmänna råd. Ett överklagande avslogs med motiveringen att de skäl som klaganden anfört inte kunde anses ha sådan tyngd att de motiverade en ändring av Systembolagets beslut.

6 Försäljning och konsumtion av alkohol

6.1 Systembolagets försäljning

6.1.1 Fast sortiment, tillfälligt sortiment, beställningssortiment

Under år 2013 uppgick Systembolagets totala försäljning till ca 32,1 miljarder kronor (inklusive moms). Försäljningen fördelade sig enligt följande.

Varugrupp	Försäljning (tkr)	Andel	Förändring (jfrt m 2012)
Brännvin	1 907 748	5,9%	-2,6%
Övrig sprit	4 845 292	15,1%	-0,6%
Starkvin	531 571	1,7%	-5,1%
Vin exkl starkvin	16 283 807	50,7%	+3,9%
Starköl	7 438 423	23,2%	+3,7%
Cider, blanddryck	842 040	2,6%	-2,0%
Alkoholfritt	123 839	0,4%	+17,9%
Torra varor/ospec	135 382	0,4%	+5,9 %
SUMMA	32 108 103	100%	+2,5%

Försäljningen var fördelad på olika sortiment enligt följande.³⁶

- Fast sortiment 95,2 procent
- Tillfälligt sortiment 2,1 procent
- Beställningssortiment 2,1 procent
- Privatimportservice 0,1 procent
- Torra varor 0,4 procent

Den 31 december 2013 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

- Fast sortiment 2 496 artiklar (18,0 procent av antalet artiklar)
- Tillfälligt sortiment 306 artiklar (1,9 procent av antalet artiklar)
- Beställningssortiment 13 150 artiklar (80,1 procent av antalet artiklar)

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

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

³⁶ Källa: Systembolaget

- Beställningssortiment 114 artiklar (7,9 procent av antalet artiklar, 1,8 procent av försäljningen)

Under år 2013 listades totalt 5 644 nya artiklar i beställningssortimentet. 319 artiklar kvalificerade sig från beställningssortimentet för försäljning i det fasta sortimentet. Av dessa kvalificerade sig 23 stycken inom ramen för den gamla sortimentsmodellen, där kvalificering skedde efter leverantörens egen begäran och Systembolagets prövning i det enskilda fallet. Efter poängberäkningsperioderna april-juni, juli-september respektive oktober-december 2013 har sedan 296 artiklar från beställningssortimentet tagit en position i en eller flera sortimentsmixar och därmed övergått till det fasta sortimentet inom ramen för den nya sortimentsmodellen. Den 31 december 2013 fanns 1 065 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i 388 Systembolagsbutiker tack vare att det fanns en dokumenterad efterfrågan på produkterna.

Under år 2013 avlistade Systembolaget totalt 562 artiklar från det fasta sortimentet. Utvärderingar har gjorts vid tre tillfällen. Utvärderingen i januari 2013 var den sista inom ramen för den gamla sortimentsmodellen. Då avlistades 97 artiklar eftersom de inte uppnått den minibidragsgräns som krävdes för fortsatt listning enligt Systembolagets Allmänna Inköpsvillkor.

Utvärderingen i juli 2013 var den första inom ramen för den nya sortimentsmodellen, där utvärdering sker genom ranking inom två sortimentbehov; Premium och Standard. Rankingens avgör vilka artiklar som fyller positionerna i respektive sortimentbehovs butiksgupper. Det sker genom att artiklarna – utifrån erhållen poäng vid poängberäkning – styrs till placering i vardera sortimentbehovs rankinglistor. Det finns en rankinglista per segment inom respektive sortimentbehov. En artikels ranking fastställs genom att man jämför hur artikelns poäng förhåller sig till andra artiklars poäng inom respektive segment i det aktuella sortimentbehovet. Ju högre poäng en artikel erhållit, desto högre upp på rankinglistan för respektive segment hamnar artikeln, vilket leder till att fler butiker i respektive sortimentbehov lagerför artikeln. Av sortimentmixplanen för den aktuella butiksgruppen framgår antalet positioner per sortimentsstorlek inom varje segment, dvs. hur många artiklar från respektive segments rankinglista som butiksgruppen ska innehålla. Större butiker rymmer fler artiklar från segmentets rankinglista, och mindre butiker rymmer färre artiklar. Artikel som vid poängberäkning erhållit så låg poäng att den inte tar placering på någon butik avlistas från det fasta sortimentet men erbjuds samtidigt listning i beställningssortimentet.

Vid utvärderingen i juli 2013 var det 320 artiklar som inte tog plats i någon sortimentmix per den 1 september 2013. Leverantörerna till 252 av dessa artiklar valde att lista artikeln i beställningssortimentet. Resterande 68 artiklar lämnade Systembolagets sortiment.

Vid utvärderingen i oktober 2013 var det 65 artiklar som inte tog plats i någon sortimentmix. Leverantörerna till 56 av dessa valde att lista artikeln i beställningssortimentet medan resterande 9 artiklar lämnade Systembolagets sortiment.

Under år 2013 har dessutom 46 artiklar avlistats ur det fasta sortimentet av andra skäl än genomförd utvärdering. I 38 fall av dessa skedde avlistning på leverantörens egen begäran, och i åtta fall skedde avlistning efter Systembolagets reklamation och i vissa fall även hävning av artikeln (exempelvis p.g.a. kvalitetsproblem före lansering).

6.1.2 Lokalt efterfrågat sortiment m.m.

Lokalt Efterfrågat Sortiment

Utöver de artiklar i det fasta sortimentet och det tillfälliga sortimentet som varje butik lagerför och som utgör den centralt tilldelade sortimentmixen, finns även för enskild butik anpassat Lokalt Efterfrågat Sortiment. Detta kan bestå av artiklar ur det fasta sortimentet, det tillfälliga sortimentet och/eller beställningssortimentet. Förutsatt att Systembolaget kan konstatera att det finns en dokumenterad lokal kundefterfrågan på en artikel i det fasta eller det tillfälliga sortimentet kan artikeln (om den inte redan ingår i den centralt tilldelade sortimentmixen) lagerföras i butik som en del av det Lokalt Efterfrågade Sortimentet. Vad gäller artiklar i beställningssortimentet är huvudregeln att sådana lagerförs hos leverantör men som ett undantag från denna princip kan artiklarna, vid dokumenterad kundefterfrågan, lagerföras i det Lokalt Efterfrågade Sortimentet. Antalet artiklar som ingår i Lokalt Efterfrågat Sortiment kan variera mellan olika butiker och begränsas ytterst av tillgängligt hyllutrymme.

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

Under år 2013 utgjorde försäljningen av lokalt efterfrågade artiklar 6,8 procent av butikernas totala försäljning.³⁷ Antalet lokalt efterfrågade artiklar var 5 024. Av dessa kom 57 procent från det fasta sortimentet och stod för 81,6 procent av försäljningen av de lokalt efterfrågade artiklarna. 10,5 procent kom från det tillfälliga

³⁷ Motsvarande siffra för år 2012 var 5,2 procent och för år 2011 4,3 procent.

sortimentet och stod för 4,0 procent av försäljningen. 32,5 procent kom från beställningssortimentet och stod för 14,4 procent av försäljningen.

Butikens Val

Genom en ny bestämmelse, "Butikens Val", införs dessutom nu en möjlighet för enskilda Systembolagsbutiker att välja ytterligare ett begränsat antal produkter för att tillgodose ett särskilt lokalt identifierat behov som ett komplement till det centralt styrda lokala sortimentet enligt ovan. Det kan gälla nischade kundbehov såsom koschervin. Artiklar i det fasta och det tillfälliga sortimentet är tillgängliga för Butikens Val. I undantagsfall och efter särskilt godkännande från Systembolagets inköpsavdelning kan även artikel i beställningssortimentet väljas.

Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt

Det är sedan några år tillbaka möjligt för leverantörer av lokalt producerade produkter i beställningssortimentet att, efter ansökan hos Systembolagets huvudkontor, lagerföra produkter i de tre närmast belägna Systembolagsbutikerna, dvs. de butiker som är närmast belägna produktionen. Eftersom inköpsvillkoren relaterar till "lokal", och inte "svensk", produktion, kan också alkoholdrycker producerade i andra länder, men nära en Systembolagsbutik, lagerföras på detta sätt.

Under år 2013 utgjorde försäljningen av lokalt producerade artiklar 0,3 procent av butikernas totala försäljning.³⁸ Den 31 december 2013 fanns det 659 lokalt producerade artiklar lagerförda i 262 butiker.

Systembolaget kommer den 1 september 2014 att genomföra förändringar när det gäller lokalt producerade produkter, framöver kallat Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt ("TSLS"). Detta kommer framöver att höra till det Tillfälliga Sortiment som Systembolaget redan erbjuder.

Under de senaste åren har Systembolaget upplevt att efterfrågan på lokalt och småskaligt producerad öl, vin och sprit ökat avsevärt. Likaså har Systembolaget sett en stark tillväxt i antalet producenter. Med anledning av denna tillväxt inför Systembolaget nu ett nytt inköpsförfarande för dessa produkter, med målet att ytterligare förbättra kunderbudandet.

Det nya inköpsförfarandet innebär att leverantörer av lokalt och småskaligt producerade produkter inte, som idag, kommer att kunna erhålla automatisk lagerföring av sina produkter i de butiker som ligger närmast produktionsstället. Istället kommer leverantörerna att få välja om de vill offerera dem till det nya sortimentet (och nya inköpsförfarandet) TSLS eller placera produkterna i beställningssortimentet³⁹. TSLS-artiklar köps in av Systembolaget efter stående offertförfrågan under en be-

³⁸ Motsvarande siffra för år 2012 var 0,19 procent.

³⁹ Om efterfrågan är hög kan artiklar i beställningssortimentet kvalificera sig för lagerföring i butik som Lokalt Efterfrågat Sortiment eller som del av det fasta sortimentet.

gränsad period, för försäljning i en-tio butiker närbelägna TSLs-artikelns produktionsställe. Avtalstiden är tolv månader eller en kortare tid i fall där artikelns försäljning kan förväntas vara starkt kopplad till viss säsong. I samband med avtalsperiodens slut kan avtalet förlängas med tolv månader utan nytt offertförfarande, under förutsättning att förlängning är motiverad utifrån artikelns försäljning i aktuella butiker. Offerten granskas av Systembolaget som gör en bedömning enligt följande:

- Sensorisk provning av inköpare. Krav på god kvalitet sett till produkttyp måste vara uppfyllt.
- Affärsmässig bedömning av kundefterfrågan relaterad till pris, tidigare lanseringar från samma leverantör eller av liknande artiklar, recensioner i media.
- Kontroll av om produkten har en tydlig säsonganknytning (jul, påsk, oktoberfest). I sådana fall följer avtalstiden det som anges i inköpsvillkoren. När det gäller övriga artiklar av säsongskaraktär (t.ex. Sommaröl, Våröl etc.) görs en bedömning av relevant avtalstid.⁴⁰

För att komma i fråga för inköp som TSLs-artikel krävs att artikeln produceras lokalt, inom ett avstånd om högst tio mil från den/de butiker som artikeln köps in till och att artikeln är att anse som småskalig. Kravet på småskalighet är uppfyllt om artikeln är hantverksmässigt producerad och den årliga produktionsvolymen för artikeln understiger följande nivåer:

- Vin: 20 000 liter
- Starkvin: 13 000 liter
- Sprit: 10 000 liter
- Öl/cider: 50 000 liter

En artikel anses hantverksmässigt producerad när de avgörande stegen i framställningsprocessen sker i så pass liten skala att en eller ett fåtal personer varit de enda inblandade i processen och att de följt produkten genom processens alla steg. Artikeln ska dessutom uppfylla minst ett av nedanstående kriterier:

- Produkten ska vara jäst, bryggd, destillerad eller mustad på den lokala produktionsadressen.
- Produkten ska innehålla lokala råvaror (enbart vatten räknas inte som en lokal råvara).
- Produkten ska få sin slutgiltiga karaktär på den lokala produktionsadressen. En artikel som endast etiketteras eller buteljeras lokalt ryms inte inom detta kriterium.

⁴⁰ Systembolaget har konstaterat att artiklar med stark säsongvariation som ligger i utvärderingssegment med lägre variationer med den nya sortimentsmodellen löper en risk att ha sin högsta distribution under "fel" säsong. För att motverka detta införs en möjlighet för leverantörer att skjuta upp "intjänad" distribution till motsvarande period nästkommande år, såvitt avser artiklar som varit listade minst ett år och säljs året runt men har stark säsongvariation.

Grundkriteriet för vilka och hur många artiklar som köps in kommer att vara konstaterad kundefterfrågan, alternativt förväntad kundefterfrågan om det gäller nya artiklar, men även då görs en affärsmässig bedömning av efterfrågan relaterad till pris, tidigare lanseringar från samma leverantör eller av liknande artiklar och recensioner i media. Även butikens utrymme kan komma att styra antalet artiklar.

Produkterna i TSLS-sortimentet kommer inte att kunna kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet medan detta däremot är möjligt för produkter i beställningssortimentet.⁴¹ Produkter i beställningssortimentet kan även kvalificera sig för lagerföring i butik som Lokalt Efterfrågat Sortiment (se ovan) om kundefterfrågan är hög.

Vad gäller konsekvenserna av det nya inköpsförfarandet uppger Systembolaget att det är svårt att förutspå hur leverantörerna fortsättningsvis kommer att bemöta det ökade intresset för lokalproducerade produkter. Därmed, menar Systembolaget, är det svårt att förutspå vilka konsekvenser förändringarna kan få i termer av antal produkter och leverantörer som kommer att bli aktuella för TSLS-sortimentet. Systembolaget har ringt och informerat merparten av de leverantörer som i dag har lokalt producerade artiklar i beställningssortimentet, om de förändringar som ska genomföras. Responsen har enligt Systembolaget överlag varit god och återkopplingen från leverantörerna har främst bestått i frågor rörande hur detta kommer att påverka dem. För kundernas del, uppger Systembolaget, kommer de beskrivna förändringarna att innebära förbättringar i form av bl.a. utökad beställningsmöjlighet (i Systembolagsbutik, via Systembolaget.se samt hos Systembolagets ombud), tillförlitlighet att varor finns i lager och möjlighet att få besked om leveranstid redan vid beställning.

Privatimport

Antalet förfrågningar till Systembolaget om privatimport har inte blivit färre efter den 1 juli 2008 då det klargjordes att privatinförsel av spritdrycker, vin och starköl är tillåten. Under år 2013 tog Systembolaget emot 17 135 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 7 621 stycken (44,5 procent) till att köp gjordes. Systembolaget avser för närvarande inte att göra några förändringar av sin privatimportservice.

6.2 CANs rapportering

CAN (Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning) har sedan år 2013 regeringens uppdrag att löpande följa alkoholkonsumtionen i Sverige inom ramen för de s.k. Monitormätningarna. Detta arbete utfördes tidigare av SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning) vid Stockholms universitet. Kartläggningen bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över

⁴¹ Inga produkter i Tillfälligt Sortiment kan kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet.

registrerad alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger samt folköl i livsmedelsbutiker) samt skattningar av anskaffningen av oregistrerad alkohol (privatinförsel, smuggling, hemtillverkning samt internethandel). Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av en löpande frågeundersökning. Slumpmässigt utvalda invånare (17-84 år) blir intervjuade per telefon om sina alkoholinköp de senaste 30 dagarna. Totalt genomförs ca 18 200 intervjuer per år.

6.2.1 Den totala alkoholkonsumtionen⁴²

År 2013 uppgick konsumtionen till motsvarande ca 9,9 liter ren sprit per invånare (15 år och äldre). Vin var den dryck som konsumerades mest, den stod för 40 procent av alkoholkonsumtionen följt av starköl med 29 procent, sprit med 24 procent, folköl med 5,5 procent och cider med 1,5 procent. Jämfört med år 2004 har den totala alkoholkonsumtionen i Sverige minskat med ca 7 procent. Under denna period har konsumtionen av vin ökat med 11 procent medan konsumtionen av starköl minskat med 11 procent. Konsumtionen av sprit har minskat med 20 procent.

Den totala konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige fördelades på olika kanaler enligt följande (anges i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre).

	2011	2012	2013	<i>andel 2013</i>
Systembolaget	5,78	5,75	5,80	59%
Restauranger	0,97	0,93	1,00	10%
Folköl	0,60	0,55	0,56	6%
Resandeförsel	1,41	1,26	1,61	16%
Smuggling	0,46	0,44	0,56	6%
Hemtillverkning	0,21	0,13	0,17	2%
Internet	0,10	0,05	0,19	2%
SUMMA	9,52	9,11	9,89	100%

6.2.2 E-handel med alkoholdrycker⁴³

Mätningar av e-handeln med alkoholdrycker har gjorts sedan år 2006. E-handeln har enligt SoRADs och CANs beräkningar varierat mellan cirka 0,2 och 1 procent av den totala alkoholanskaffningen under åren 2006-2012.⁴⁴ År 2013 låg siffran på 2 procent. En möjlig förklaring till ökningen är enligt CAN att CityGross i slutet av juni 2013 inledde verksamheten med att erbjuda sina kunder att via internet även

⁴² Källor: "Hur mycket dricker svensken?" CAN-rapport nr 140 (2014) och "Alkoholkonsumtionen i Sverige – med betoning på 2013" CAN-rapport nr 142 (2014)

⁴³ I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra än Systembolaget. Siffrorna är beräknade på volym, omräknat till ren alkohol.

⁴⁴ Siffrorna avviker något från Konkurrensverkets tidigare rapporter till kommissionen. Detta beror på att CAN gjort vissa ändringar i beräkningsmetoderna.

beställa vin i samband med att de beställde matkasse. CAN noterar en stor uppgång i antalet beställare av vin just under andra halvåret 2013. Det finns dock ingen statistik över hur många som beställt vin just via CityGross varför det inte går att avgöra om denna handel varit tillräckligt stor för att driva upp den skattning som görs i CANs Monitorundersökning. Enligt CAN kan man tänka sig att CityGross mycket uppmärksammade verksamhet kan ha väckt intresse för internethandel med alkohol mer generellt, dvs. internethandel genom andra internetleverantörer och med andra alkoholdrycker än vin.

Enligt CAN beror den ökade internethandeln både på att fler personer gör den typen av alkoholinköp och på att mängden alkohol per beställning har ökat. Den varukategori som det köptes mest av via internet år 2013 var sprit, som utgjorde 47 procent av inköpen. Vin stod för 37 procent och starköl för 16 procent.⁴⁵

⁴⁵ Räknat på volym (liter ren alkohol). Motsvarande siffror för år 2012 var 29, 61 respektive 8 procent.

7 Sammanfattande kommentar

Systembolagets nya sortimentsmodell som började implementeras under hösten 2012 var fullt införd i början av hösten 2013. Systembolagets syfte med den nya modellen är att bättre anpassa sortimentet efter kundernas behov och önskemål. Genom ett nytt sätt att klassificera och gruppera butiker, och genom införande av flera sortimentmixar och tätare sortimentskiften, har Systembolaget haft som mål att skapa större flexibilitet i sitt utbud. För leverantörerna innebär den nya modellen fler tillfällen och möjligheter att kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet. Stegen mellan olika distributionsnivåer har blivit lägre, och införandet av viktning för marknadstäckning innebär att artiklar inte enbart utvärderas efter sin nominella försäljning utan efter sin faktiska säljstyrka genom att de vid utvärdering och ranking viktas upp utifrån sin marknadstäckning. Syftet är att skapa en mer rättvis bedömning av varje artikels prestation. Samtidigt som Systembolaget infört den nya sortimentsmodellen har man också utvecklat sin e-beställningstjänst. Sedan augusti 2013 är hela Systembolagets sortiment tillgängligt för beställningar via internet, för uthämtning i valfri Systembolagsbutik.

Konkurrensverket anser att det är bra från konsumentens synpunkt att Systembolaget har som mål att i högre grad anpassa sitt utbud efter konsumenternas behov och önskemål. Konkurrensverket är också överlag positivt till de förändringar som berör leverantörerna och över att Systembolaget i sin process med den nya sortimentsmodellen fört en dialog med leverantörerna. Den andel av Systembolagets försäljning som härrör från beställningar på Systembolagets webbplats kan betraktas som blygsam men Konkurrensverket ser positivt på den ökade tillgänglighet för kunderna som möjligheten att e-beställa innebär. Denna möjlighet kan även ha positiva effekter för leverantörerna, vilkas produkter nu kan beställas för leverans i samtliga butiker. Detta är bra från konkurrenssynpunkt.

Vad gäller det klagomål som Systembolaget mottagit angående kortare poängberäkningsperioder, noterar Konkurrensverket att Systembolaget tidigare infört ett systemstöd som gör att leverantörerna under hela poängberäkningsperioden kan följa en uppskattad ranking som ger en viss distribution.⁴⁶ Det är enligt Konkurrensverket ännu för tidigt att avgöra om de kortare poängberäkningsperioderna innebär att vissa leverantörer inte behandlas likvärdigt av Systembolaget. Det införda systemstödet innebär i vilket fall en ökad transparens gentemot leverantörerna vilket är bra från konkurrenssynpunkt. Konkurrensverket har inte mottagit något klagomål på kortare poängberäkningsperioder men avser att följa upp frågan i kommande rapporter. Beträffande den synpunkt som framförts till Systembolaget att den nya sortimentsmodellen inte ökat marknadstillträdet konstaterar Konkurrensverket att antalet artiklar med position i det fasta sortimentet ökat med ca 14 procent sedan år 2011⁴⁷. Konkurrensverket har inte mottagit något klagomål gällande

⁴⁶ Se Konkurrensverkets rapport till kommissionen i december 2013, sid 7-8.

⁴⁷ Källa: Systembolaget, enligt mätningar den 31 mars 2011 resp. den 31 mars 2014.

marknadstillträde och har inga synpunkter i frågan utöver de som framförts ovan. Verket kommer dock ändå att bevaka frågan inom ramen för den fortsatta rapporteringen till kommissionen. Vidare har Systembolaget mottagit klagomål på att Systembolaget numera delar in viner i sina butiker efter ursprungsland, inte efter pris. Konkurrensverket har inte mottagit något klagomål på detta och anser att det är för tidigt att ha någon uppfattning om huruvida den nya ordningen inverkar negativt på konkurrensen mellan olika produkter/leverantörer. Frågan kommer dock att bevakas med utgångspunkten att Systembolaget inte ska diskriminera någon produkt/leverantör.

Systembolaget har beslutat att ändra sitt inköpsförfarande för lokalt och småskaligt producerade produkter från och med hösten 2014. Det kommer inte längre att vara möjligt för leverantörer av sådana produkter att själva placera dessa för försäljning i närbelägna Systembolagsbutiker. Leverantörerna kommer istället att få välja mellan att offerera sina produkter till det nya Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLS) eller placera dem i beställningssortimentet. För att komma ifråga för TSLS måste en rad krav uppfyllas. Urvalet kommer enligt Systembolaget att bestämmas främst genom kundefterfrågan. Systembolaget har inte för Konkurrensverket presenterat någon konsekvensbeskrivning av de planerade förändringarna i termer av antal produkter och leverantörer som kommer att komma ifråga för TSLS, hur många som antas välja beställningssortimentet, om utbudet av lokala produkter kommer att öka eller minska etc. Konkurrensverket kommer att följa utvecklingen noga i detta avseende och återkomma till frågan i framtida rapporter.

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

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

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

Konkurrensverket har i yttrande till Förvaltningsrätten i Stockholm i ett pågående mål ansett att Systembolaget omfattas av lagen om offentlig upphandling, LOU. Förvaltningsrätten har ännu inte avgjort målet. Konkurrensverket avser att följa

målet och fortsätta rapportera till kommissionen när förvaltningsrätten meddelat dom.

E-handeln med alkoholdrycker har varit föremål för en livlig debatt i media under en längre tid. Konkurrensverket har redogjort för utvecklingen på området i sina tidigare rapporter till kommissionen. E-handelns andel av den totala alkoholförsäljningen är fortfarande liten men de senaste åren har antalet företag som erbjuder svenska konsumenter att beställa alkoholdrycker från andra EES-länder via internet, och ombesörjer hemleverans av dessa drycker, ökat kraftigt. CAN konstaterar också i sin senaste rapport att e-handeln med alkoholdrycker, som varit relativt konstant under flera år, ökade under år 2013. Konkurrensverket har noterat att polisanmälningar gjorts mot företag som erbjuder konsumenter att beställa och hämta ut viner i deras butiker eller få viner hemlevererade i samband med hushållsnära tjänster. Konkurrensverket har varit kritiskt till att åklagare drar ut på tiden med att fatta beslut i dessa ärenden och noterar idag att alla förundersökningar utom en lagts ned. Konkurrensverket har även beklagat att den utredning på alkohol- och tobaksområdet som gjordes år 2013⁴⁸ inte ledde till att några förslag gällande e-handel med och hemleverans av alkoholdrycker presenterades.⁴⁹ Därför ser Konkurrensverket nu positivt på att regeringen tillsatt en utredning som dels ska analysera och bedöma vilka typer av åtgärder vid e-handel med och hemleverans av alkoholdrycker som är tillåtna respektive otillåtna enligt dagens regler, och dels ska analysera och bedöma vilka åtgärder som bör vara tillåtna respektive otillåtna med beaktande av den svenska alkoholpolitiken och Sveriges EU-medlemskap. Konkurrensverket kommer att följa och redogöra för utvecklingen av frågor som anknyter till e-handeln med alkoholdrycker i kommande rapporter till kommissionen.

Systembolaget har redogjort för sina planer när det gäller införande av krav på lättviktsglas. Processen är ännu i ett inledningsskede. Konkurrensverket är positivt till att Systembolaget på ett tidigt stadium informerat sina leverantörer, och att Systembolaget avser att ha en kontinuerlig dialog med dessa i frågan. I dagsläget är det emellertid svårt för Konkurrensverket att ha några konkreta synpunkter på själva kravet. Utgångspunkten för verket är, som alltid, att Systembolaget ska agera på ett sätt som är objektivt, transparent och inte diskriminerar någon produkt/leverantör. Under hösten 2014 avser Konkurrensverket att tillse att konsekvenserna av kravet på lättviktsglas analyseras närmare. Konkurrensverket kommer att rapportera om utvecklingen i kommande rapporter till kommissionen.

⁴⁸ SOU 2013:50

⁴⁹ Se Konkurrensverkets rapport till kommissionen i december 2013 sid 14-17.