

# Övervakning av det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen

**December 2024**

Konkurrensverket december 2024  
Utredare: Cecilia Maxe Aglinder

# Innehåll

<b>1</b>	<b>Sammanfattning</b> .....	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Konkurrensverkets uppdrag</b> .....	<b>7</b>
2.1	Uppdraget .....	7
2.2	Genomförande .....	7
<b>3</b>	<b>Systembolaget</b> .....	<b>9</b>
3.1	Övergripande sortimentsindelning .....	9
3.1.1	Synpunkter till Systembolaget.....	11
3.2	Inköpsprocesserna för fast sortiment och beställningssortiment .....	12
3.2.1	Inköp till det fasta sortimentet .....	12
3.2.2	Inköp till beställningssortimentet .....	12
3.2.3	Verktyg för att upptäcka stödköp .....	13
3.2.4	Ändringar i inköpsvillkoren .....	14
3.2.5	Försäljningsstopp för ryska artiklar.....	15
3.2.6	Övriga synpunkter till Systembolaget.....	15
3.3	Lokalt Efterfrågat Sortiment m.m. ....	16
3.3.1	Lokalt Efterfrågat Sortiment .....	16
3.3.2	Butikens val.....	17
3.3.3	Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLs).....	18
3.3.4	Tillfälligt Sortiment Volym, Tillfälligt Sortiment Tid m.m.....	20
3.4	Butiksmodellen.....	21
3.5	Hemleveranser, privatimportservice, beställningstjänster.....	22
3.5.1	Hemleveranser.....	22
3.5.2	Privatimportservice.....	23
3.5.3	Beställningstjänster .....	23
3.6	Prissättning.....	23
3.7	Affärssystem .....	24
3.8	Hållbarhetsarbete .....	24
3.8.1	Åtagande om halverad klimatpåverkan till 2030 .....	24
3.8.2	Miljökrav i leverantörskedjan.....	25
3.8.3	Systembolagets Hållbarhetsplattform .....	25
3.8.4	Förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor .....	26
3.8.5	Produktmärkningsen "Våra mest hållbara drycker" (tidigare "Hållbart Val").....	27
3.8.6	Mänskliga rättigheter.....	28
3.8.7	Synpunkter från branschorganisation.....	30

<b>4</b>	<b>Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m.</b> .....	<b>31</b>
4.1	Klagomål till Konkurrensverket.....	31
4.1.1	Möjlighet för konsumenter att söka på druvsort .....	31
4.1.2	Foton på artiklar i beställningssortimentet.....	31
4.1.3	Försäljning på Systembolagets dryckesauktioner .....	32
4.2	Alkoholsortimentsnämnden .....	32
<b>5</b>	<b>Gårdsförsäljning, privat e-handel m.m.</b> .....	<b>33</b>
5.1	Gårdsförsäljning .....	33
5.2	Privat e-handel.....	34
5.3	Förslag om sänkt alkoholskatt - öl .....	35
<b>6</b>	<b>Alkoholkonsumtionen i Sverige</b> .....	<b>36</b>
6.1	CAN:s rapportering .....	36
6.1.1	Den totala alkoholkonsumtionen.....	36
6.1.2	E-handeln med alkoholdrycker.....	37

# 1 Sammanfattning

Konkurrensverket noterar att Systembolaget gjort vissa ändringar i sina allmänna inköpsvillkor sedan verkets föregående rapportering till Europeiska kommissionen. Bland annat har det införts en bestämmelse som innebär att en artikel i beställningssortimentet inte får kvalificera sig till en butiks Lokalt Efterfrågade Sortiment om kvalificeringen är ett resultat av föregående prissänkingskommunikation eller motsvarande marknadsföringsåtgärder av engångskaraktär under begränsad tid, varigenom priset på artikeln kraftigt sänkts från en tidigare, för produkttypen i fråga, förhållandevis hög prisnivå. Bakgrunden är att Systembolaget på senare tid noterat en stigande trend inom marknadsföring av i synnerhet vin, vilken antas syfta till att kvalificera en artikel till Lokalt Efterfrågat Sortiment men där försäljningen enligt Systembolagets bedömning inte återspeglar en faktisk, bestående kundefterfrågan.

Systembolagets beslut 2022 om att stoppa försäljningen av ryska artiklar i befintligt sortiment och att ställa in planerade lanseringar av ryska artiklar, med anledning Rysslands invasion av Ukraina, gäller allttjämt. Sedan Konkurrensverkets förra rapportering till kommissionen har verket mottagit ett klagomål om detta från en leverantör. Konkurrensverket har även mottagit ett klagomål rörande försäljning på vinauktioner. Konkurrensverket skrev av båda klagomålen med hänvisning till verkets prioriteringspolicy. Konkurrensverket har även skrivit av ett tidigare inkommet klagomål, rörande foton på artiklar i beställningssortimentet, med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.

Systembolaget fortsätter att bedriva sitt hållbarhetsarbete, exempelvis genom att kartlägga efterlevnaden av krav kopplade till miljö och mänskliga rättigheter i leverantörskedjan. Dessa krav innebär bland annat att leverantörer ska upprätta mål och handlingsplaner för att minska sin negativa miljöpåverkan samt föra en aktiv dialog med producentledet kring frågor som rör miljöpåverkan i odling och produktion.

Som ett steg i processen för att möjliggöra gårdsförsäljning av alkoholdrycker under vissa förutsättningar beslutade regeringen sommaren 2024 om en lagrådsremiss. Regeringens förslag innehåller begränsningar som regeringen menar är nödvändiga för att detaljhandelsmonopolet ska kunna upprätthållas. Lagrådet konstaterade i sitt yttrande att rättsläget är osäkert, och bedömde att det finns en risk för att den föreslagna regleringen kan komma att anses inte vara förenlig med EU-rätten. Dock ansåg Lagrådet att denna risk inte utgör tillräcklig grund för erinringar från Lagrådets sida. Innan en lagändring kan ske ska förslaget anmälas hos kommissionen vilket har skett. Spanska vinproducenter och den europeiska branschorganisationen för vinproducenter har protesterat mot förslaget som de menar, om det genomförs, skulle gynna svenska vinproducenter. Portugal har

lämnat in ett så kallat detaljerat yttrande i saken, där man invänder mot förslaget med motiveringen att det inte är förenligt med EU-rätten.

Konkurrensverket har yttrat sig över ett betänkande från en statlig utredning som innefattar förslag om ändringar i alkohollagen, rörande privat e-handel. I betänkandet har föreslagits att det ska vara förbjudet att i kommersiellt syfte främja detaljhandel med alkoholdrycker, och införsel av dessa drycker och alkoholdrycksliknande preparat, som görs av en enskild person för dennes eller dennes familjs personliga bruk genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand från ett annat EES-land. I sitt remissyttrande har Konkurrensverket anfört att det behöver utredas ytterligare om ett sådant främjandeförbud riskerar att leda till att inhemska producenter diskrimineras och får konkurrensnackdelar gentemot utländska alkoholdrycksproducenter.

I budgetpropositionen för 2025 har regeringen aviserat ett förslag om sänkt alkoholskatt för öl producerad av mikrobryggerier och andra oberoende småbryggerier. Konkurrensverket har tidigare yttrat sig över en promemoria från finansdepartementet rörande den aviserade alkoholskattesänkningen. I promemorian gjordes bedömningen att sänkningen inte nämnvärt snedvrider konkurrensen eftersom de ölbryggerier vars drycker får sänkt alkoholskatt utgör en mycket liten andel av marknaden samtidigt som deras öl, även vid fullt prisgenomslag av skattesänkningen, är betydligt dyrare än motsvarande lågprisöl. Enligt promemorian bedöms förslaget inte heller nämnvärt påverka totalkonsumtionen av alkohol och därmed inte folkhälsan. Konkurrensverket hade inga invändningar mot förslagen i promemorian.

## 2 Konkurrensverkets uppdrag

### 2.1 Uppdraget

I samband med förhandlingarna om svenskt medlemskap i EU behandlades frågan om det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker – Systembolaget Aktiebolag (hädanefter Systembolaget). För att Sverige skulle få behålla monopolet ansåg Europeiska kommissionen (hädanefter kommissionen) att alla effekter av monopolet som är diskriminerande mellan nationella (svenska) 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 på ett icke-diskriminerande sätt. Av mötesprotokollet framgår att med icke-diskriminerande 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 övervaka detaljhandelsmonopolet vad gäller dess icke-diskriminerande funktionssätt och rapportera till kommissionen två gånger om året. Uppdraget finns även inskrivet i regeringens instruktion till Konkurrensverket.<sup>1</sup> Konkurrensverket har utfört uppdraget sedan 1995.

### 2.2 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 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 redogör således i sina rapporter till kommissionen för Systembolagets sortimentsmodell och finansieringsmodell samt förändringar som Systembolaget gör i dessa. Rapporterna innehåller även information om andra åtgärder som vidtas av Systembolaget vilka kan ha betydelse för det icke-diskriminerande funktionssättet.

---

<sup>1</sup> 4 § förordningen (2007:1117) med instruktion för Konkurrensverket. Sveriges överenskommelse med EU-kommissionen framgår av prop. 1993/94:136 bilaga 3.

Konkurrensverket rapporterar också om Alkoholsortimentsnämndens ärenden och om eventuella klagomål relaterade till Systembolaget som inkommit till Konkurrensverket. Vidare redogör Konkurrensverket för utredningar på alkoholområdet och om ändringar i den lagstiftning som rör alkoholdrycker samt om relevanta rättsfall. Rapporterna innehåller även statistik över försäljningen och konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige. Statistik tas fram av Centralförbundet för Alkohol- och Narkotikaupplysning (CAN)<sup>2</sup> samt av Systembolaget.

Den nu aktuella rapporten inleds med beskrivningar av Systembolagets sortimentsmodell och inköpsprocesser samt statistik rörande försäljning. Rapporten innehåller även en uppdaterad beskrivning av Systembolagets hållbarhetsarbete. Därutöver redogörs för klagomål på Systembolaget som Konkurrensverket mottagit, samt ärenden som Alkoholsortimentsnämnden behandlat under januari–september 2024. Läget i processen för införande av gårdsförsäljning beskrivs, och en redogörelse för regeringens planerade skattesänkning på öl från oberoende småbryggerier ges. Avslutningsvis presenteras preliminär statistik från CAN över alkoholkonsumtionen under 2023.

Under arbetet med rapporten har Konkurrensverket ställt frågor till och inhämtat material från Systembolaget, CAN och Alkoholsortimentsnämnden. Berörda branschorganisationer för leverantörer till Systembolaget har erbjudits möjlighet att komma med synpunkter på Systembolagets funktionssätt eller ta upp andra frågor av intresse i detta sammanhang.

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

---

<sup>2</sup> År 2013 fick CAN i uppdrag av Socialdepartementet att ansvara för de s.k. Monitormätningarna som pågått kontinuerligt sedan 2000 och som tidigare sköttes av SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drog-forskning vid Stockholms universitet). IPSOS har fått i uppdrag att administrera datainsamlingen, medan intervjuerna genomförs av Norstat i Linköping.



## 3 Systembolaget

### 3.1 Övergripande sortimentsindelning

Systembolagets sortiment består på ett övergripande plan av ett *fast sortiment*, ett *beställningssortiment* och ett *tillfälligt sortiment*.

Det *fasta sortimentet* består av cirka 2 800 artiklar och stod för cirka 89,7 procent av Systembolagets totala försäljning under 2023. Systembolagsbutikernas storlek och kundernas efterfrågan avgör vilka artiklar som finns i olika butiker. Den garanterade listningstiden för nyheter i det fasta sortimentet är nio månader (tolv månader för ekologiska och/eller etiska artiklar). Utvärdering (poängberäkning och ranking) av artiklar i det fasta sortimentet sker två gånger per år, på basis av försäljningen under mars–augusti respektive september–februari. Artiklarna utvärderas efter den försäljning de genererar totalt sett, och för att kompensera artiklar som inte lagerförs på alla butiker viktas varje på butik lagerförd artikels bidrag. Syftet är att skapa en rättvis bedömning av artiklarnas prestation.

Under januari–september 2024 ströks 16 artiklar från det fasta sortimentet. Orsaken var att artiklarna inte klarade sig kvar i sortimentet p.g.a. för låg försäljning under poängberäkningsperioden. Leverantörerna valde att inte låta artiklarna övergå till beställningssortimentet, utan slutanmälde dem i stället.

*Beställningssortimentet*, som stod för cirka 3,6 procent av Systembolagets totala försäljning under januari–september 2024, utgörs av nära 15 800 artiklar som Systembolaget säljer men som Systembolaget inte provar, kvalitetssäkrar eller beskriver. Dessa artiklar finns vanligtvis inte i Systembolagsbutikerna men går att beställa där eller på Systembolagets webbplats.<sup>3</sup> Under januari–september 2024 listades 3 874 nya artiklar i beställningssortimentet. Vid listning av en artikel i beställningssortimentet ska leverantören välja om denne önskar att artikeln ska delta i poängberäkning och ranking för eventuellt sortimentsbyte till det fasta sortimentet. En uppflyttning från beställningssortimentet till det fasta sortimentet ger omedelbart plats i butik. Under januari–september 2024 kvalificerade sig 228 artiklar från beställningssortimentet till det fasta sortimentet.

Artiklar i beställningssortimentet kan även komma att lagerföras på enskilda Systembolagsbutiker som en del av *Lokalt Efterfrågat Sortiment* eller kvalificera sig för sortimentsbyte till *Tillfälligt Sortiment Säsong* (se avsnitt 3.3 nedan). Det finns också möjlighet för enskilda Systembolagsbutiker att lagerföra artiklar ur beställningssortimentet som *Butikens Val* (se avsnitt 3.3 nedan).

---

<sup>3</sup> Vissa leverantörer sätter begränsningar när det gäller till vilka län de levererar. Den 31 december 2023 fanns 815 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i sammanlagt 448 Systembolagsbutiker.

En artikel kan avlistas från beställningssortimentet i tre fall:

- på leverantörens initiativ, förutsatt att leverantörsbyte av den aktuella artikeln inte skett eller är pågående,
- då Systembolaget köper in en artikel som är listad i beställningssortimentet till det fasta sortimentet eller det tillfälliga sortimentet (artikeln får inte finnas i två sortiment), eller
- om det föreligger leveranshinder eller dröjsmål som inte är övergående. Om dröjsmålet inte är väsentligt, förutsätter avlistning att artikeln varit slutanmäld i minst tre månader.

Artiklar i beställningssortimentet, vars leverantörer valt begränsningar i distributionen, är inte föremål för poängberäkning och ranking. Sådana artiklar kan alltså inte kvalificera sig till det fasta sortimentet.

I det *tillfälliga sortimentet* finns artiklar som lanseras under en begränsad period eller i en begränsad volym. Systembolaget köper in, kvalitetssäkrar och beskriver dessa artiklar, och säljer dem i begränsat antal eller under begränsad tid. Cirka 400 artiklar lanseras i det tillfälliga sortimentet varje månad i snitt. En del av dem lanseras endast via Systembolagets webbplats. Den 30 september 2024 fanns cirka 4 300 artiklar i det tillfälliga sortimentet. Av Systembolagets totala försäljning januari–september 2024 stod det tillfälliga sortimentet för cirka 4,3 procent.

Under januari–september 2024 uppgick Systembolagets totala försäljning till cirka 36 miljarder kronor (inklusive moms). Försäljningen fördelade sig på olika sortiment enligt följande.<sup>4</sup>

Sortiment	Försäljning (tkr)	Andel
<b>Fast sortiment</b>	32 910 782	91,5%
<b>Tillfälligt sortiment</b>	1 535 199	4,3%
<i>varav TSLs</i>	<i>348 180</i>	<i>1,0%</i>
<b>Beställningssortiment</b>	1 282 293	3,6%
<b>Privatimportservice</b>	68 894	0,2%
<b>Torra varor</b>	161 870	0,5%
<b>Summa</b>	35 959 038	100%

Källa: Systembolaget

<sup>4</sup> Att andelssiffrorna inte summerar till exakt 100 procent beror på avrundningar.

Den 30 september 2024 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

Sortiment	Antal	Andel
<b>Fast sortiment</b>	2 735	12%
<b>Tillfälligt sortiment</b>	4 278	18%
<b>Beställningssortiment</b>	16 404	70%
<b>Summa</b>	23 417	100%

Källa: Systembolaget

Systembolagets totala försäljning under januari–september 2024 fördelade sig på olika produktkategorier enligt följande.

Varugrupp	Försäljning (tkr)	Andel
<b>Brännvin</b>	1 576 972	4,4%
<b>Övrig sprit</b>	5 642 333	15,7%
<b>Starkvin</b>	209 866	0,6%
<b>Vin exkl. starkvin</b>	17 624 533	49,0%
<b>Starköl</b>	9 232 101	25,7%
<b>Cider, blanddryck</b>	1 299 575	3,6%
<b>Alkoholfritt</b>	211 787	0,6%
<b>Torra varor/ospec.</b>	161 870	0,5%
<b>Summa</b>	35 959 038	100%

Källa: Systembolaget

Alla leverantörer får en veckovis preliminär ranking via *Leverantörsportalen* där de kan följa sina artiklars prestationer jämfört med andra i samma segment.<sup>5</sup> Leverantörerna kan endast se sina egna artiklars namn i *Leverantörsportalen*, för övriga artiklar visas bara poäng. Systembolaget erbjuder dock intresserade leverantörer möjligheten att köpa historisk försäljningsdata avseende som tidigast föregående försäljningsmånad. Den historiska försäljningsdatan visar försäljningen av samtliga artiklar.

### 3.1.1 Synpunkter till Systembolaget

Sedan Konkurrensverkets förra rapportering till kommissionen har Systembolaget vid två tillfällen fått synpunkter från leverantörer om att prisgränserna i de utvärderingssegment som är prisindelade bör förändras på så sätt att de följer inflationen. Systembolaget har förklarat att segmentens prisgränser bestäms utifrån kundernas uppfattning om pris och inte den faktiska fördelningen av artiklar i respektive segment. För kunderna utgör t.ex. 100 kronor enligt Systembolaget alltid en psykologisk prisgräns, och den uppfattningen förändras inte av att flera artiklar ökar i pris med 10 procent. Systembolaget bedömer att det inte finns skäl att höja

<sup>5</sup> Leverantörsportalen är ett forum för Systembolagets leverantörer, där de kan få information om bl.a. ranking av egna och andras artiklar.

segmentsgränsen till 110 kronor eftersom artiklar inom samma segment i första hand konkurrerar med varandra, och endast i andra hand konkurrerar med artiklar i närliggande segment.

### 3.2 Inköpsprocesserna för fast sortiment och beställningssortiment

Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen, bl.a. i december 2021, redogjort för hur man går tillväga för att bli leverantör till Systembolaget. Nedan redogörs för Systembolagets inköpsprocesser till olika sortiment.

#### 3.2.1 Inköp till det fasta sortimentet

Systembolagets inköp av artiklar till det fasta sortimentet börjar med en omvärldsanalys där Systembolaget undersöker kundernas intressen, internationella trender, restaurangförsäljning m.m. Systembolaget besöker också mässor och pratar med leverantörer för att ta reda på vilka artiklar som finns tillgängliga och vad som efterfrågas för tillfället.

När Systembolaget skapat sig en bild av vad kunderna önskar ska finnas i sortimentet görs en lanseringsplan där det beskrivs vad Systembolaget önskar köpa in under den närmaste tiden. Nästa steg är att Systembolaget specifikt ber om offerter för olika artiklar. I en offertförfrågan anger Systembolaget vilket ursprung den efterfrågade artikeln ska ha, önskad smak på artikeln, vilket prisintervall den ska ligga i, vilken alkoholhalt den ska ha och vilken förpackning den ska komma i. Leverantörerna kan sedan börja förbereda sig för att skicka in offerter inklusive varuprover.

När leverantörer kommit in med offerter granskas dessa av Systembolaget. Granskningen avgör vilka offerter som avvisas utan provning och vilka som det beställs offertprov av. Efter att efterfrågade varuprover inkommit till Systembolaget sker ett omfattande arbete med att testa dessa. Systembolaget jämför alla drycker mot de parametrar som sattes upp i offertförfrågan. Urvalet sker genom blindtester där de personer som provar dryckerna inte har någon information om artiklarnas varumärke, leverantör eller producent. Vanligtvis provas 20–30 drycker i en provning men bara en artikel köps in. Systembolaget gör cirka 260 lanseringar per år.

Innan dryckerna når hyllorna i Systembolagsbutikerna görs en kvalitetskontroll av doft och smak, och även en kemisk analys i Systembolagets eget laboratorium, för att säkerställa att den levererade drycken är densamma som det varuprov som vann offertförfrågan. Tre månader efter varje lansering hämtar Systembolaget dessutom provflaskor från sina butiker för att säkerställa att kvalitet och stil inte har förändrats.

#### 3.2.2 Inköp till beställningssortimentet

En leverantör kan via Leverantörsportalen offerera sin artikel på Systembolagets stående offertförfrågan för listning i beställningssortimentet, vilken är öppen för

alla produkter som uppfyller gällande lagkrav. En offertförfrågan är giltig en månad i taget, och skulle en leverantör inte hinna offerera på en förfrågan, öppnas en ny förfrågan dagen efter det att den tidigare har stängts.

I sitt offert svar behöver leverantören ange sedvanlig artikelinformation såsom produktnamn, pris, ursprungsland, varuslag, alkoholhalt, produktens streckkod osv. Sådana lämnade uppgifter behöver alltså inte svara mot några specifikt efterfrågade artikelkrav på det sätt som uppställs för enskilda offertförfrågningar för inköp till det fasta sortimentet.

För inkommen offert görs en formell granskning för att kontrollera att offerten är rätt ifylld och att erforderliga dokument är bifogade. Är så inte fallet avvisas offerten och leverantören får inkomma med en ny, korrekt offert. Inlämnade märkningsprov kontrolleras stickprovsvis för att säkerställa att gällande krav på etikett- och förpackningsutformning samt livsmedelsinformation är uppfyllda. Innehåller märkningsprovet brister ombeds leverantören att korrigera dessa för att möjliggöra listning. För offererade artiklar till beställningssortimentet sker inte någon konkurrensmässig bedömning eller offertprovning.

Om offerten godkänns träffas ett avtal mellan Systembolaget och leverantören avseende den offererade produkten, genom att en inköpsorder skickas för leverantörens godkännande via Leverantörsportalen, och en artikel skapas i Systembolagets affärssystem. Senast nio dagar före säljstart behöver leverantören se till att Systembolaget erhåller artikelinformation (inbegripet eventuella allergenuppgifter) via Validoo.<sup>6</sup> Via en tjänst hos GS1 har leverantören även möjlighet att på egen bekostnad tillse att Systembolaget erhåller en produktbild för publicering i on-linebutiken. Senast dagen före säljstart ska artikeln vara beställningsbar för kunder.

I regel sker avrop för en artikel i beställningssortimentet i samband med att en kund lägger en beställning på artikeln. Därför lagerförs som huvudregel sådana artiklar hos leverantören. Systembolaget köper in varor med transportkostnaden inräknad till den beställande butiken. Leverantören behöver därför ta ställning till vilken distributionslösning som passar denne bäst; egen distribution eller anlåtande av tredjepartsdistributör.

### 3.2.3 Verktyg för att upptäcka stödköp

Systembolaget har en rad verktyg för att förebygga och upptäcka stödköp. Dels framgår det i Systembolagets inköpsvillkor att leverantörer inte får köpa sina egna artiklar (olika exempel anges), dels informerar Systembolaget på Leverantörsportalen och leverantörsträffar om detta. Vidare har Systembolaget ett automatiserat "storköpsfilter" som larmar när det förekommer försäljningsmönster som avviker från det normala, och en efterföljande analysprocess. Om Systembolaget i

---

<sup>6</sup> Validoo är ett varumärke under vilket GS1 Sweden AB erbjuder tjänster vilka baseras på standarder från GS1, t.ex. delning av artikelinformation.

den efterföljande analysen upptäcker avvikande köpmönster tar Systembolaget kontakt med den aktuella leverantören för att få en förklaring. Systembolaget har en analysenhet som ständigt arbetar med denna typ av frågor. Enligt Systembolaget kan det emellanåt vara svårt att avgöra om enskilda privatpersoners köp av en artikel utgör stödköp av sådan artikel när det samtidigt pågår en marknadsföringskampanj för artikeln (vilken är förenlig med gällande marknadsföringsrättsliga regler) som kan tänkas generera kundefterfrågan. Vid konstaterade stödköp vidtas åtgärder i enlighet med inköpsvillkoren, vilket inbegriper att Systembolaget bortser från en del av eller all försäljning av den aktuella artikeln i utvärderings- och rankningsprocessen.

### 3.2.4 Ändringar i inköpsvillkoren

Den 1 september 2024 trädde vissa ändringar i Systembolagets allmänna inköpsvillkor i kraft. Bland annat infördes ett förbud mot kvalificering till Lokalt Efterfrågat Sortiment (se avsnitt 3.3.1 nedan) genom marknadsföring av kraftiga prissänkningar. Detta innebär att en artikel i beställningssortimentet inte får lagerföras som en del av en butiks Lokalt Efterfrågade Sortiment om kvalificeringen från beställningssortimentet är ett resultat av föregående prissänkingskommunikation eller motsvarande marknadsföringsåtgärder av engångskaraktär under begränsad tid, varigenom priset på artikeln kraftigt sänkts från en tidigare, för produkttypen i fråga, förhållandevis hög prisnivå.

Bakgrunden är att Systembolaget på senare tid noterat en stigande trend inom marknadsföring av i synnerhet vin, vilken antas syfta till att kvalificera en artikel till Lokalt Efterfrågat Sortiment men där försäljningen enligt Systembolagets bedömning inte återspeglar en faktisk, bestående kundefterfrågan. Det handlar framförallt om artiklar som lanserats i beställningssortimentet med ett, för produkttypen i fråga, högt pris och en mycket låg initial försäljning. En kort period efter introduktionen i beställningssortimentet sänks priset på artikeln kraftigt varefter den marknadsförs genom prissänkingskampanj eller liknande marknadsföringsåtgärd, vilket resulterar i en försäljningsökning som kvalificerar artikeln till lagerföring i Lokalt Efterfrågat Sortiment.

Systembolagets syfte med bestämmelsen är inte att förbjuda marknadsföringsåtgärder och större prissänkingskampanjer som sådana, exempelvis prissänkningar som genomförs i syfte att undvika överlager men där leverantören av artikeln initialt inte medvetet satt ett för produkttypen förhållandevis högt pris. Förbudet gäller inte heller artiklar som haft en betydande försäljning före prissänkningen och där sänkningen kan antas vara motiverad av annat än marknadsföringsskäl (som t.ex. förbättrade saluföringsvillkor).

Systembolaget har mottagit synpunkter på inköpsvillkorsändringen. I de allra flesta fall har synpunkterna varit positiva men en leverantör, som använt sig av den beskrivna metoden, har uttryckt missnöje kring ändringen.

### 3.2.5 Försäljningsstopp för ryska artiklar

I februari 2022 beslutade Systembolaget om ett tillfälligt försäljningsstopp av artiklar från Ryssland vilket gäller fortfarande. Bakgrunden var Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina. Sju leverantörer berördes av försäljningsstoppet. Sex av dessa visade förståelse för Systembolagets beslut, men en leverantör motsatte sig att dennes artiklar för tillfället inte kan säljas genom Systembolaget p.g.a. det tillfälliga försäljningsstoppet. Leverantören stämde sedermera Systembolaget i en fastställelsetalan i Stockholms tingsrätt, vilken avvisades av tingsrätten. Leverantören överklagade tingsrättens beslut till Svea hovrätt som fastställde tingsrättens beslut. Leverantören överklagade och begärde prövningstillstånd hos Högsta domstolen, som beslutade att inte meddela prövningstillstånd. Hovrättens avgörande står därmed fast. Därefter inkom leverantören med klagomål till Konkurrensverket i samma sak. Konkurrensverket skrev av ärendet med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.<sup>7</sup> Konkurrensverket har inte mottagit några andra klagomål beträffande Systembolagets försäljningsstopp av artiklar från Ryssland.

### 3.2.6 Övriga synpunkter till Systembolaget

Det har inkommit synpunkter från leverantörer angående Systembolagets avvisning av offerter med anledning av att de innehöll vätska från producenter involverade i pågående s.k. "zero tolerance"-incidenter. I samtliga fall var berörda producenter angivna som underleverantörer i offerten, dvs. den svenska leverantören hade inte direkt kännedom om pågående incident. Systembolaget har förklarat sin rätt att avvisa dessa offerter med stöd av de allmänna inköpsvillkoren, enligt vilka brott mot uppförandekoden i frågor som enligt denna definieras som "zero tolerance" utgör ett väsentligt avtalsbrott mot de allmänna inköpsvillkoren. En producent eller underleverantör till en artikel som brutit mot "zero tolerance" normer kommer inte att accepteras som producent eller underleverantör till någon artikel i Systembolagets sortiment innan avvikelserna permanent åtgärdats. Ämnet togs även upp på möte mellan Systembolaget och branschföreningen SVL:s sortimentsgrupp, som accepterade och såg rimligheten i Systembolagets förklaring. Även leverantörer som jobbar direkt med berörda producenter har givit uttryck åt rimligheten i att införa en "offertpaus" för dessa offerter till dess incidenten är utredd/åtgärdad.

En leverantör har klagat på att artiklar med en förpackningsvolym överstigande 4,5 liter (t.ex. större boxviner) enligt Systembolagets inköpsvillkor inte får lagerföras och stå på hylla i butik, utan endast får finnas tillgängliga för försäljning genom beställning. Systembolaget har tidigare fattat beslut om maximal förpackningsvolym för produkter på hylla dels av ergonomiska skäl, dels utifrån folkhälsomässiga avvägningar. Systembolaget avser inte att i dagsläget göra några justeringar avseende maxgränser på förpackningsvolym för artiklar som står på hylla. Systembolaget har dock, för undvikande av missförstånd, gjort förtydliganden i sina inköpsvillkor angående artiklar med större förpackningsvolym. Vidare har

---

<sup>7</sup> Dnr 666/2024.

Systembolaget infört ett undantag som innebär att en artikel med en total volym överstigande 4,5 liter kan lagerföras i specialbutik<sup>8</sup> efter beslut av ansvarig kategorichef. Skälet till detta är att Systembolaget vill möjliggöra begränsad lagerföring av produkter med större förpackningsvolym när sådana produkter bedöms ha en kundefterfrågan och som kunder kan förvänta sig finna i en specialbutik.

### 3.3 Lokalt Efterfrågat Sortiment m.m.

#### 3.3.1 Lokalt Efterfrågat Sortiment

Utöver de artiklar i det fasta sortimentet och det tillfälliga sortimentet som varje butik lagerför och som utgör den centralt tilldelade sortimentsmixen, 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 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 butik. Antalet artiklar som ingår i det lokalt efterfrågade sortimentet kan variera mellan olika butiker och begränsas ytterst av tillgängligt hyllutrymme.

Under januari–september 2024 utgjorde försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* 7,5 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Det totala antalet lokalt efterfrågade artiklar den 30 september 2024 var 1 798. Då hade en Systembolagsbutik i snitt 88 lokalt efterfrågade artiklar.

Under januari–september 2024 genererades 74,7 procent av försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan 24,9 procent kom från beställningssortimentet och 0,4 procent från det tillfälliga sortimentet.

Systembolaget följer centralt upp alla butikers försäljning och kundförfrågningar av artiklar som inte finns i respektive butiks sortimentsmix. Alla beställningar (via butik eller internet) som leder till köp fångas upp i Systembolagets systemstöd och redovisas 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

---

<sup>8</sup> Med specialbutik avses Systembolagsbutik eller dedikerad försäljningsyta i eller i anslutning till en Systembolagsbutik, i begränsat antal, som lagerför ett väsentligt större sortiment av artiklar från i huvudsak endast en eller flera kategorigrupper. Ett exempel på specialbutik är Ölstudion i Göteborg.



kunden behöver fylla i något formulär. Om en artikel visar sig ha en kundefterfrågan som motiverar lagerföring lagerförs den på aktuell butik, oavsett sin sortimentstillhörighet.

Utvärdering av vilka artiklar som ska fasas in i det lokalt efterfrågade sortimentet i butik görs en gång i månaden. Systembolaget har i många butiker ett stort inflöde av nya artiklar genom det lokalt efterfrågade sortimentet, och strävar efter att stabilisera inflödet i butikerna. En översyn av tidsgränserna för infasning görs av ansvarig sortimentschef varje kvartal. I syfte att bidra till större bredd i butikernas sortiment har Systembolaget infört rutiner som innebär att utvärderingen ska säkra att en fördelning finns mellan produkter i lägre och högre prislägen. Utvärderingen görs inför sortimentsskiftena den 1 mars och den 1 september, precis som för det fasta sortimentet och beställningssortimentet.<sup>9</sup>

Av Systembolagets inköpsvillkor framgår att en artikel som kvalificerar sig för lagerföring som en del i en butiks lokalt efterfrågade sortiment ska motsvara den dokumenterade lokala efterfrågan som motiverat kvalificeringen. En viss skillnad såvitt avser artikelns egenskaper kan accepteras, om den bedöms vara av mindre vikt för fortsatt kundefterfrågan. Vad gäller prisändringar har artikeln kvalificerat sig med ett visst pris, dvs. med en viss dokumenterad efterfrågan utifrån just detta pris. Priset får inte utan Systembolagets skriftliga godkännande höjas med mer än vad som ryms inom normal prisutveckling för liknande produkter. Detta är samma krav som gäller vid återinköp av artiklar i *Tillfälligt Sortiment Säsong (TSS)*, *Tillfälligt Sortiment Volym (TSV)* och *Tillfälligt Sortiment Tid (TST)*.

### 3.3.2 Butikens val

Enskilda Systembolagsbutiker har möjlighet att själva besluta om att lägga till, som huvudregel, maximalt 20 artiklar i butikens sortiment. Denna möjlighet, som kallas *Butikens val*, har införts för att butiker ska kunna tillgodose ett särskilt lokalt identifierat behov och låta det utgöra ett komplement till det centralt styrda lokala sortimentet. Exempel på artiklar som kan bli föremål för *Butikens val* är nischade artiklar såsom koscher, artiklar med lokal prägel, festivalartiklar, artiklar att använda som stöd i rådgivning (t.ex. om alkohol och hälsa), glutenfria artiklar eller lågalkoholartiklar samt artiklar för mat- och dryckesrekommendationer, t.ex. viner av viss smaktyp eller viss druva.

Artiklar i det fasta och det tillfälliga sortimentet är tillgängliga för *Butikens val*. I undantagsfall och efter särskilt godkännande från Systembolagets inköpsavdelning kan även artiklar i beställningssortimentet väljas. Artiklar i *Butikens val* kan läggas till och tas bort när som helst. En artikel med kortvarig lokal efterfrågan kan således finnas i en butik under en mycket kort period.

---

<sup>9</sup> Detta gäller med undantag för artiklar som varit föremål för initial poängberäkning och ranking med efterföljande avtalstid om tre månader som inleddes den 1 juni eller den 1 december 2019. Utvärdering av rosévin görs en gång per år, i anslutning till sortimentsskiftet den 1 september.

Artiklar i *Butikens val* stod under januari–september 2024 för 1,1 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Den 30 september 2024 fanns totalt 2 077 artiklar som *Butikens val*. En Systembolagsbutik hade då i snitt 29 artiklar som *Butikens val*.<sup>10</sup>

Under januari–september 2024 genererades 95,2 procent av försäljningen i *Butikens val* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan beställningssortimentet stod för 1,9 procent och det tillfälliga sortimentet för 2,9 procent.

Utvärdering och nollställning av en butiks samtliga artiklar i *Butikens val* sker centralt fyra gånger per år, precis som för det centralt styrda lokala sortimentet. Detta sker inför sortimentsskifte i butikerna och syftar till att ge de mest säljande valda artiklarna fortsatt plats på varje enskild butiks hylla. Utrymmet för artiklar i *Butikens val* är olika för olika butiker, och utvärderingen är butiksunik både avseende vilka artiklar som ska stanna kvar samt i vilken mängd de ska finnas. De artiklar som inte har tillräckligt hög efterfrågan kommer inte längre att finnas på butikshyllan. Butiken behöver då fatta nya beslut om vilka artiklar den anser sig behöva för att tillgodose kundernas efterfrågan.

### 3.3.3 Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLS)

Då Systembolaget noterat ökad efterfrågan på lokalt och småskaligt producerad öl, vin och sprit infördes 2014 ett särskilt inköpsförfarande/ sortiment som benämns *Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt* (TSLS).

För att komma i fråga för inköp som TSLS-artikel krävs att artikeln har en tydlig lokal anknytning, produceras inom ett avstånd om högst femton mil från den/de butiker som artikeln köps in till, och är att anse som småskalig. Med småskalig avses i detta sammanhang att den är hantverksmässigt producerad<sup>11</sup> och att den årliga produktionsvolymen för artikeln understiger vissa specificerade nivåer (olika för olika kategorier). Artikeln ska dessutom uppfylla minst ett av följande 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.

---

<sup>10</sup> Anledningen till att snittet är högre än 20 artiklar beror på att vissa butiker fått ett utökat antal artiklar p.g.a. speciella köpmönster vilket försvårar central styrning av sortimentet. Det handlar primärt om saluhallsbutiken i Hötorgshallen i Stockholm, säsongsbutiker där kundunderlaget varierar kraftigt under enstaka månader, exempelvis p.g.a. sommargäster, samt butiker nära gränsen till Norge där Coronapandemin gjort att efterfrågan på artiklar som efterfrågas av norska kunder minskat drastiskt. I dessa fall hade butikerna fått behålla artiklarna för att vara beredda när gränserna öppnades igen.

<sup>11</sup> 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.

- Produkten ska få sin slutgiltiga karaktär på den lokala produktionsadressen. En artikel som endast etiketteras eller buteljeras lokalt uppfyller inte detta kriterium.

TSLs-artiklar köps in av Systembolaget efter stående offertförfrågan under en begränsad period, för försäljning i mellan en och tio butiker belägna nära TSLs-artikelns produktionsställe. Avtalstiden är tolv månader eller en kortare tid om artikelns försäljning kan förväntas vara starkt kopplad till viss säsong eller om artikeln bara finns i begränsad volym. I samband med avtalsperiodens slut kan avtalet förlängas med tolv månader utan nytt offertförfarande, under förutsättning att förlängning är motiverad utifrån artikelns försäljning i de aktuella butikerna. Offerten granskas av Systembolaget som gör en sensorisk provning, en affärs-mässig bedömning av kundefterfrågan relaterad till bl.a. pris, och en kontroll av om produkten har en tydlig säsongsanknytning (jul, påsk etc.). I sådana fall följer avtalstiden det som anges i inköpsvillkoren. Grundkriteriet för vilka artiklar och hur många som köps in är konstaterad kundefterfrågan, alternativt förväntad kundefterfrågan om det gäller nya artiklar, men även då görs en affärs-mässig bedömning av efterfrågan relaterad till bl.a. pris. Även butikernas utrymme styr antalet artiklar.

Leverantörer väljer själva om de vill offerera sina produkter till TSLs-sortimentet eller placera dem i beställningssortimentet. Artiklar i TSLs-sortimentet kan inte kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet medan detta däremot är möjligt för artiklar i beställningssortimentet.<sup>12</sup> Liksom artiklar i beställningssortimentet kan emellertid artiklar i TSLs-sortimentet kvalificera sig för lagerföring i butik som *Lokalt Efterfrågat Sortiment* (se ovan) om kundefterfrågan är hög.

Försäljningen av artiklar i TSLs utgjorde 1,0 procent av Systembolagets totala försäljning under januari–september 2024. Den 30 september 2024 fanns det 2 816 TSLs-artiklar vilka utgjorde 65,8 procent av det totala antalet artiklar i det tillfälliga sortimentet.<sup>13</sup>

Utöver butiksdistribution erbjuds alla artiklar i TSLs möjlighet till leverans till en av Systembolagets tre depåer för att bli beställningsbara i hela landet. Tidigare har det saknats regler för utvärdering av TSLs-artiklar som distribuerats via depå. Utvärdering har gjorts baserad endast på försäljning/kundefterfrågan i butikerna, och denna har avgjort omfattningen av eventuell fortsatt distribution till butik (max tio butiker). Systembolaget har identifierat ett behov av att genomföra en ändring så att samtliga distributionsvägar speglar efterfrågan hos kunderna. Systembolaget har dessutom noterat att efterfrågan på TSLs-artiklar på senare år ökat väsentligt, liksom antalet nyheter i sortimentet. För att säkerställa plats på depåerna framgent

---

<sup>12</sup> Inga produkter i det tillfälliga sortimentet kan kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet.

<sup>13</sup> Som en jämförelse kan nämnas att det den 30 september 2014, dvs. en månad efter införandet av TSLs, fanns 461 artiklar i TSLs.

har Systembolaget gjort vissa ändringar i inköpsvillkoren för TSLs-artiklar. Sammanfattningsvis gäller nu följande.

- För alla TSLs-artiklar som lanseras har leverantören möjlighet att välja om artikeln även ska finnas tillgänglig via Systembolagets on-linebutik.
- De tre första månaderna kommer artikeln att finnas som beställningsbar från depå och lagerhållas på Systembolagets depåer, om producenten så önskar.
- Månad fyra sker en utvärdering baserad på försäljningen de tre första månaderna.
- Utvärdering sker sedan löpande månadsvis baserad på de tre senaste månadernas försäljning.
- För att få finnas kvar ska artikeln ha sålt över en viss kvantitet på alla tre depåer sammanlagt.
- Tappad distribution på depå påverkar inte distribution till fysisk butik, utan den utvärderingen görs per butik.
- Artikel som under avtalsperioden haft mycket låg kundefterfrågan och därför inte längre distribueras via depå kan få tillbaka sådan distribution tidigast under nästa avtalsperiod.
- Vid förnyad avtalsperiod för butik kan artikeln, utifrån försäljningen i butik, också återfå plats på depå.

### 3.3.4 Tillfälligt Sortiment Volym, Tillfälligt Sortiment Tid m.m.

*Tillfälligt Sortiment Volym* (TSV) och *Tillfälligt Sortiment Tid* (TST) syftar till att ge de mer varuintresserade kunderna ett kontinuerligt utbud av nyheter. Dessa tillfälliga sortiment kan vara begränsade antingen i volym (TSV) eller i tid (TST). Lanseringar inom TSV/TST görs tillsammans med lanseringar av *Tillfälligt Sortiment Volym Exklusiv* (TSE) vid fyra till fem lanseringstillfällen varje månad, och en klar majoritet av lanseringarna är volymbegränsade och avser därmed TSV. Inköpen baseras på offertförfrågningar ställda till alla leverantörer och provning genom blindtester. I offertförfrågan anges både den *volym* som ska köpas in (eller i förekommande fall den *tid* produkten kommer att beställas till butik) och den bidragsgräns som gäller för återinköp (i offertförfrågan hänvisas till Leverantörsportalen för närmare information om bidragsgränser).<sup>14</sup> Granskning och urval av inskickade offerter görs på ett sätt som till stor del liknar det för det fasta sortimentet, men med tillägget att det i offertförfrågan ibland anges att en "utökad konkurrensmässig bedömning" kommer att göras. Vid en sådan bedömning gör inköparen, som del av den sedvan-

---

<sup>14</sup> Artikeln måste genom sin försäljning generera ett visst bidrag för att Systembolaget återigen ska ta in den till försäljning.

liga konkurrensmässiga granskningen (bedömning görs av bl.a. pris och kvalitet), även en bedömning av inskickade offerTERS konkurrenskraft med hänsyn tagen till producentens anseende utifrån t.ex. vedertagna källor i branschen. Denna bedömning görs av inkomna offerter relativt varandra. Offertprovning och slutgiltigt urval bland begärda varuprover görs därefter på sedvanligt sätt enligt samma rutiner som för det fasta sortimentet.

*Tillfälligt Sortiment Volym Exklusiv* (TSE) syftar till att ge Systembolagets mest nyhetsintresserade och initierade kunder ett brett och djupt utbud av exklusiva alkoholdrycker. Sortimentet innehåller produkter med starkt begränsad tillgång jämfört med efterfrågan, i högre prislägen. Produkterna har oftast högt internationellt anseende och köps alltid in i begränsad volym, från några enstaka till några få tusental flaskor (för vin). Distributionen varierar från endast lansering på Systembolagets webbplats (s.k. webbläpp) av de allra mest eftertraktade och begränsade inköpen, till lansering i allt från en till ett femtiotal butiker. Systembolaget ska avropa inköpt volym av TSE-artikel inom ett år fr.o.m. avtalad lanseringsdag.

Därutöver finns också *Tillfälligt Sortiment Säsong* (TSS), vilket avser artiklar vilkas försäljning är starkt kopplad till viss säsong och som lanseras under en begränsad period, exempelvis glögg, julöl och påsköl. TSS-artiklar köps in av Systembolaget efter offertförfrågan eller grundat på historisk försäljning. Den administrativa processen vid återinköp av TSS-artikel grundat på historisk försäljning har förenklats, varigenom kravet på att leverantören ska inkomma med särskild offert tagits bort. I stället kontaktas berörda leverantörer, vilkas TSS-artiklar är föremål för återinköp, av Systembolaget.

Priset på en TSV-/TST-/TSS-artikel får, inför återinköpet baserat på historisk försäljning, inte höjas med mer än vad som ryms inom normal prisutveckling för liknande produkter, om inte Systembolaget lämnat skriftligt godkännande för en större prishöjning. Skälet är att Systembolaget vill förhindra att en artikel "prisas in" i sortimentet vid den ursprungliga lanseringen. Relevanta faktorer som beaktas vid bedömningen av vad som utgör normal prisutveckling är t.ex. prisutveckling för liknande produkter i Systembolagets sortiment och på andra marknader, skördeförhållanden i aktuell region, årgångsvariationer och valutaförändringar. Dessa faktorer publiceras på Leverantörsportalen tillsammans med en beskrivning av rutinen för kontakt angående större prishöjningar mellan leverantör och Systembolaget.

I syfte att skydda nyhetsvärdet vid återlansering av TSV- eller TST-artikel vid återinköp baserat på historisk försäljning finns ett krav på att en artikel inte får listas i beställningssortimentet om den är föremål för återinköp till TSV eller TST.

### 3.4 Butiksmodellen

Det finns 451 Systembolagsbutiker i Sverige. I varje kommun finns minst en butik. Därutöver finns det 458 ombud hos vilka det går att beställa och hämta drycker. Ombuden är ofta vanliga livsmedelsbutiker på mindre orter där kundunderlaget

för att etablera en Systembolagsbutik är för litet. Dryckerna hos ombuden lämnas bara ut under Systembolagets öppettider, och samma försäljningsregler om åldersgräns m.m. för utlämnande av alkoholhaltiga drycker gäller hos ombuden som i Systembolagsbutikerna.

Systembolagets butiker är indelade i sex olika grupper med liknande kundefterfrågan inom respektive grupp. Inom varje grupp finns också olika storlekar på butikerna (A, B, C, D eller E). Varje butik har en centralt tilldelad sortimentsmix med artiklar från det fasta och det tillfälliga sortimentet. Därutöver finns flera möjligheter att variera sortimentet i varje butik (se avsnitt 3.3 ovan).

För att bättre matcha faktisk butiksyta i det enskilda fallet med den till butiken tilldelade sortimentsstorleken utifrån butiksstorlek har Systembolaget infört tio steg mellan dagens butiksstorlekar. Beroende på hur mycket "överyta" den enskilda butiken har tilldelas butiken ytterligare 10–90 procent av nästa storlekkategori sortiment.

Systembolaget kan etablera ett fåtal specialbutiker, dvs. butiker som lagerför ett större sortiment av artiklar för i huvudsak en och samma kategorigrupp (t.ex. öl eller vin). Artiklar i specialbutiker lagerförs och utvärderas i enlighet med samma regelverk som är styrande för andra butiker. Vissa förtydliganden och justeringar av de allmänna inköpsvillkoren har dock genomförts för att Systembolaget ska kunna säkerställa sortimentsbredd, djup och representation av samtliga stilar och ursprung som kan förväntas i en specialbutik. Dessa justeringar innebär att specialbutiker fr.o.m. 1 januari 2025 kan utgöras av en butik eller en dedikerad försäljningsyta i eller i anslutning till butik, i begränsat antal, som lagerför ett väsentligt större sortiment av artiklar från i huvudsak en eller flera kategorigrupper.

### 3.5 Hemleveranser, privatimportservice, beställningstjänster

#### 3.5.1 Hemleveranser

Systembolaget erbjuder en hemleveranstjänst till alla i Sveriges befolkning som bor där det finns en farbar väg och på öar med fast vägverksfärja. Detta innebär att drygt 96 procent av Sveriges befolkning i dag har tillgång till hemleveranstjänsten.

Under januari–september 2024 uppgick värdet av hemleveransförsäljningen till cirka 223 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,6 procent av Systembolagets totala försäljning under perioden.

### 3.5.2 Privatimportservice

Systembolaget har även en privatimportservice som innebär att Systembolaget, för privatpersoners räkning, kan importera produkter som inte finns i Systembolagets sortiment. Under januari–september 2024 mottog Systembolaget 16 022 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 10 779 stycken (67 procent) till köp. Försäljningen via Systembolagets privatimportservice uppgick under perioden till cirka 69 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,2 procent av Systembolagets totala försäljning.

### 3.5.3 Beställningstjänster

Kunder kan beställa produkter på Systembolagets webbplats för uthämtning i valfri Systembolagsbutik, hos ombud eller för hemleverans. Hela Systembolagets sortiment är tillgängligt för beställning via internet, med undantag för artiklar i TSLS som aktuell leverantör valt att inte distribuera via depå.

Under januari–september 2024 uppgick försäljningen av artiklar som beställts via Systembolagets e-beställningstjänst och hämtats ut i butik till cirka 839 miljoner kronor, vilket utgjorde cirka 2,3 procent av Systembolagets totala försäljning under året. Under samma period noterades ett försäljningsvärde i butik om cirka 134 miljoner kronor för kundbeställningar som gjorts vid besök i butik eller per telefon. Nämnade summa utgjorde cirka 0,4 procent av Systembolagets totala försäljning.

Försäljningen av artiklar som beställts via e-beställningstjänsten och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 450 miljoner kronor under perioden vilket utgjorde cirka 1,3 procent av Systembolagets totala försäljning. Försäljningen av artiklar som beställts hos och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 52 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,1 procent av Systembolagets totala försäljning.<sup>15</sup>

## 3.6 Prissättning

Leverantörer bestämmer själva vilka priser de vill tillämpa när de säljer till Systembolaget. Ingen förhandling om priser sker mellan Systembolaget och leverantörer. Systembolaget adderar fasta och rörliga påslag till de av leverantörerna satta priserna, samt alkoholskatt och moms, varefter artiklarna säljs till konsumenterna. Påslagen varierar lite, beroende på dryckeskategori, och ska täcka såväl hanteringskostnader som rörelsekostnader samt avkastningsmål, utan att vägledas av vinstmaximering för Systembolaget. Leverantörerna av artiklar i det fasta sortimentet har möjlighet att ändra sina priser två gånger om året, och leverantörer av artiklar i beställningssortimentet har möjlighet att ändra sina priser fyra gånger om året. Leverantörer av artiklar i beställningssortimentet som genomgått sortimentsbyte till

---

<sup>15</sup> Beställningar för uthämtning hos ombud görs on-line eller direkt hos ombudet. Vid besök i Systembolagsbutik kan kund inte beställa med andra leveranssätt än för uthämtning i just den butiken. Framöver kommer kund vid sitt besök i butik även kunna beställa för upphämtning i andra butiker eller hos ombud, alternativt med hemleverans.

det fasta sortimentet har möjlighet att ändra priset efter sex månader från sortimentsskiftet.

För närvarande gäller följande påslag för alla förpackningsstorlekar och alla typer av förpackningar.

- Fast påslag med 2 kronor per förpackning.
- Rörligt påslag med 14,7 procent.
- Personalkostnader på depå hänförs till det fasta påslaget.
- Det fasta påslaget på halvflaskor vin är detsamma som för helflaskor och boxar.
- Hyllpriset avrundas alltid uppåt, och ett optimalt inköpspris föreslås för leverantörer. Justeringen innebär att rörligt påslag kan sänkas med cirka 0,6 procent.

En översyn av finansieringsmodellen pågår för närvarande. Systembolaget har som målsättning att göra en översyn av påslagen vart tredje år.

### 3.7 Affärssystem

Systembolagets affärssystem innebär dels att leverantörens artikelinformation hämtas digitalt via tjänsten Validoo, dels att dryckesfakturorna är digitaliserade. Frågor från leverantörer gällande förändringen av affärssystemet hanteras av Systembolagets inköpsupport med hjälp av GS1:s kundtjänst.<sup>16</sup>

### 3.8 Hållbarhetsarbete

#### 3.8.1 Åtagande om halverad klimatpåverkan till 2030

Systembolaget har beslutat om vetenskapligt baserade klimatmål som bl.a. innebär att klimatpåverkan från Systembolagets hela värdekedja ska ha minskat med 50 procent 2030 jämfört med 2019. Systembolaget har ansökt om att få klimatmålen godkända av the Science Based Targets initiative (SBTi). Arbetet med att ta fram en metodik för hur Systembolaget ska mäta och följa förändringar av klimatpåverkan över tid fortsätter. Uppdraget görs med stöd av externa konsulter och experter och med representanter från leverantörskedjan.

---

<sup>16</sup> GS1 är en global standardiseringsorganisation för bl.a. streckodsmärkning.



### 3.8.2 Miljökrav i leverantörskedjan

Systembolaget arbetar kontinuerligt med att kartlägga status och efterlevnad av miljökrav i leverantörskedjan. Sammanfattningsvis innebär dessa krav att leverantör ska:

- Göra en miljöutredning över sin egen verksamhet och utforma en miljöpolicy i linje med den mest betydande miljöpåverkan.
- Upprätta mål och handlingsplaner för att minska sin negativa miljöpåverkan, samt följa upp effekten av genomförda åtgärder.
- Utvärdera och ständigt förbättra miljöarbetet, exempelvis genom uppdaterade mål och handlingsplaner m.m.
- Att föra en aktiv dialog med producentledet kring frågor som rör miljöpåverkan i odling och produktion.
- Att undersöka alternativa transport- och logistiklösningar från producent till Sverige för att om möjligt prioritera mindre klimatbelastande alternativ.

Samtliga leverantörer har inkommit med tidssatta handlingsplaner avseende efterlevnad av inköpsvillkoren kopplade till miljö och mänskliga rättigheter. Under 2024 har Systembolaget gjort en översyn av metod och frekvens för uppföljning och kontroll av efterlevnaden. Upphandlingen av revisionsfirmor har slutförts, och drygt tjugo hållbarhetsgranskningar har genomförts. Under 2025 planerar Systembolaget att genomföra cirka 40 hållbarhetsgranskningar.

Under september–december 2023 gjordes en första pilotstudie med insamling av klimatdata från odling och produktion avseende produkter i Systembolagets sortiment. I piloten ingick fyra artiklar ur olika produktkategorier. En utvärdering av pilotstudien visade att modellen med aktivitetsdata för beräkning av dryckens klimatavtryck (Product Carbon Footprint, PCF) i allt väsentligt fungerar ändamålsenligt. Systembolaget såg dock vissa behov av att förfina frågeställningar, arbetssätt, verktyg och pedagogik. Dessa insikter inarbetades i en andra pilotstudie vilken omfattade ett 60-tal produkter. Systembolaget har under 2024 avslutat denna pilotstudie, genomfört utvärdering och återkopplat till deltagare. Pilotstudien har gett värdefulla insikter avseende val av systemstöd inför att insamling av klimatdata från odling och produktion ska implementeras i större skala.

### 3.8.3 Systembolagets Hållbarhetsplattform<sup>17</sup>

Hållbarhetsplattformen syftar till att öka spårbarheten och transparensen i Systembolagets leverantörskedja och till att utgöra grunden för en bättre uppföljning vad avser efterlevnad av Systembolagets hållbarhetskrav i leverantörsledet. Under

---

<sup>17</sup> Hållbarhetsplattformen har beskrivits i Konkurrensverkets tidigare rapporter, se t.ex. rapporten i december 2020.

hösten 2023 skedde en migrering till en förbättrad version av plattformen. Systembolaget mottog ett antal synpunkter av teknisk karaktär i samband med migreringen, och presenterade under våren 2024 ett utökat paket med funktioner i hållbarhetsplattformen.

I mitten av oktober 2024 fanns 3 623 registrerade artiklar i Hållbarhetsplattformen. Av dessa var 1 887 stycken helt kartlagda, dvs. de hade både en faktisk producent och minst en odlare registrerade. Det innebär att cirka 52 procent av alla registrerade artiklar var helt kartlagda. Alla leverantörer hade emellertid inte hunnit rapportera i den uppgraderade hållbarhetsplattformen vid denna tidpunkt. Antalet aktiva artiklar uppdateras dagligen.

### 3.8.4 Förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor

På förpackningsområdet är det engångsglasflaskor som står för den enskilt största klimatpåverkan. I syfte att bidra till minskade koldioxidutsläpp orsakade av tyngre engångsglasflaskor har Systembolaget beslutat att artiklar som saluförs i engångsglasflaskor i Systembolagets sortiment omfattas av förbud mot fortsatt försäljning (i) om de överstiger vissa maxvikter (se nedanstående tabell) och (ii) om deras försäljningsvolym under rullande 12 månader genererat ett schablonberäknat koldioxidutsläpp om fem ton eller mer. Förbudet gäller samtliga sådana artiklar som buteljerats/tappats i engångsglasflaska efter den 1 mars 2024.

Det totala koldioxidutsläppet beräknas utifrån ett schablonvärde som omräknas för aktuell flaskvikt och därefter multipliceras med antalet sålda flaskor. Aktuella schablonvärden finns publicerade på Leverantörsportalen tillsammans med ett verktyg som leverantörer kan använda för att räkna ut hur många flaskor av olika vikter som genererar fem ton koldioxid.<sup>18</sup> I syfte att säkerställa att det för alla marknader är möjligt att använda likvärdigt glas som inte överskrider maxvikterna har Systembolaget diskuterat maxvikterna med branschrepresentanter.

Systembolaget beslutar om försäljningsstopp eller avlistning av artiklar som omfattas av det beskrivna förbudet. Genom denna modell kan berörda leverantörer välja mellan att begränsa försäljningen (om det är förenligt med inköpsavtalet för artikeln), sänka flaskvikten, och byta förpackningstyp.

Flaskvolym (ml)	Maxvikt (gram) Öl, sprit, stilla vin, cider & blanddryck (inkl. motsvarande alkoholfria drycker)	Maxvikt (gram) Mousserande vin (inkl. alkoholfritt mousserande vin)
200	360	395
250	360	
330	435	
350	470	

<sup>18</sup> Aktuellt schablonvärde är 0,938 kg koldioxid per kg glas.

Flaskvolym (ml)	Maxvikt (gram) Öl, sprit, stilla vin, cider & blanddryck (inkl. motsvarande alkoholfria drycker)	Maxvikt (gram) Mousserande vin (inkl. alkoholfritt mousserande vin)
375	470	575
500	575	
700	750	
750	750	950
1000	910	
1500	1 190	1900

Källa: Systembolaget

Artiklar med engångsglasflaska vars vikt motsvarar eller understiger angivna maxvikter, och artiklar med tyngre engångsglasflaskor men vars försäljning under rullande 12 månader genererat ett schablonberäknat koldioxidutsläpp understigande fem ton, omfattas inte av förbudet.

Maxviktskravet syftar i första hand till att exkludera de tyngsta glasflaskorna som säljs i större skala. Systembolaget har i dagsläget inga planer på att minska maxvikterna. Fokus ligger istället på att öppna upp möjligheten för förpackningsproducenter, däribland glasproducenter, att rapportera mer specifik produktionsdata. Dialoger pågår med förpackningstillverkare för att förankra en metod för detta. Sannolikt kan rapportering påbörjas under våren 2025. Systembolaget anser att potentialen är mycket stor att på detta sätt rapportera mer korrekt och rättvis klimatdata för förpackningar samt att indirekt ge en fördel till de förpackningsproducenter som har en energi- och klimateffektiv produktion.

### 3.8.5 Produktmärkningen "Våra mest hållbara drycker" (tidigare "Hållbart Val")

Konkurrensverket har tidigare rapporterat om Systembolagets produktmärkning "Hållbart Val", som infördes den 1 mars 2022 och som bytte namn till "Våra mest hållbara drycker" den 1 juni 2023. Vid bedömningen av om en artikel ska få denna produktmärkning utgår Systembolaget från följande tre kriterier: (i) miljöcertifierad odling och produktion, (ii) förpackning med lägre klimatavtryck och (iii) godkänt resultat i Systembolagets analys av arbetsvillkor i odling och produktion.

Systembolaget har satt kraven utifrån en nivå som man anser gör en skillnad utifrån ett hållbarhetsperspektiv. För att säkra likabehandling av produkter och leverantörer har Systembolaget varit mån om att använda kriterier som är transparenta, objektiva och relevanta.

Tidigare kunde enbart artiklar i det fasta sortimentet ansöka om och få produktmärkningen "Våra mest hållbara drycker". Från och med sortimentskiftet i september 2023 är detta möjligt även för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet. Vid sortimentskiftet den 1 september 2024 hade 367 artiklar i

det fasta sortimentet, 53 artiklar i beställningssortimentet och 11 artiklar i det tillfälliga sortimentet fått denna märkning.<sup>19</sup>

Ett antal leverantörer har tidigare för Systembolaget påpekat att nyheter i det fasta sortimentet som uppfyller kriterierna för "Våra mest hållbara drycker" bör få en initial avtalstid om 12 månader, precis som nyheter vilka är ekologiskt eller etiskt certifierade. Flera leverantörer har även framfört önskemål om att prioritering i ranking och utvärdering bör ges till artiklar som uppfyller kriterierna för "Våra mest hållbara drycker". Systembolaget har uppgett att man avvaktar eftersom man inväntar bl.a. pågående lagstiftningsinitiativ på EU-nivå om hållbarhetsmärkning. I dagsläget har Systembolaget inte några planer på att ge förlängd initial listningstid eller någon prioritering i ranking och utvärdering till artiklar som uppfyller kriterierna för "Våra mest hållbara drycker." Den främsta orsaken är att tilläggsbudskapet bygger på kriterier som förändras över tid, vilket innebär att artiklar kan få eller förlora märkningen med kort framförhållning. Systembolaget menar därför att det är svårt att koppla tilläggsbudskapet till sortimentsfördelar som har effekt på längre sikt.

Konkurrensverket fortsätter att bevaka utvecklingen vad gäller "Våra mest hållbara drycker".

### 3.8.6 Mänskliga rättigheter

Den riskidentifiering och riskanalys som görs med hjälp av Hållbarhetsplattformen bygger på insikter från den översyn som Systembolaget tidigare gjort för att säkerställa att arbetet med t.ex. inköp och riskanalys ligger i linje med FN:s vägledande principer och OECD:s modell. En översyn har visat bl.a. att Systembolaget, tack vare sin ställning som stor köpare i branschen, har stora möjligheter att tillsammans med andra aktörer åtgärda potentiella människorättskränkningar.

Under 2023 lät Systembolaget utforma en standardiserad metod för Human Rights Impacts Assessments (HRIA), vilken syftar till att identifiera, bedöma och prioritera risker och kränkningar av mänskliga rättigheter i värdekedjan. Den tar även höjd för miljöaspekter i odling och produktion. Den utvärdering av Systembolagets potentiella och faktiska, samt direkta och indirekta, påverkan på mänskliga rättigheter som Enact Sustainable Strategies<sup>20</sup> inledde 2023 har fortsatt under 2024. Ett resultat av arbetet hittills är bl.a. en fördjupad dialog med organisationen California Wine Institute som har beslutat att låta utföra en egen industrispecifik utvärdering med fokus på risker kopplade till mänskliga rättigheter, i syfte att stötta sina medlemmar i arbetet med att hantera och förebygga negativ påverkan på människor inom industrin.

---

<sup>19</sup> Samtliga artiklar i det fasta sortimentet bedöms.

<sup>20</sup> Experter på hållbar utveckling med fokus på ansvarsfullt företagande.

Ett utkast till ramverk för Systembolagets arbete med mänskliga rättigheter i leverantörskedjan har nyligen presenterats av Enact Sustainable Strategies, och kommer att börja implementeras inom en snar framtid. Ramverket ska syfta till att sammanställa processer för tillbörlig aktsamhet, identifiera eventuella gap, rekommendera indikatorer för mätning av effekter samt säkerställa att arbetet ligger i linje med nuvarande och kommande EU-lagstiftning på området. Arbetet med implementeringen beräknas pågå under hela 2025.

Systembolaget planerar att inleda ett levnadslöneprojekt med Fairtrade, Global Living Wage Coalition och Anker Research Institute. Projektets fokus är Western Caoe, Sydafrika, och inkluderar en levnadslonekalkyl, informationsinsatser och intressentsamverkan. En korrekt kalkyl av vad en levnadslön bör ligga på är centralt för att kunna stänga lönegap i förhållande till rådande minimilön inom en specifik geografisk region. Projektet förväntas pågå till hösten 2025.

En dialog har inletts mellan de nordiska alkoholmonopolen och vinindustrin<sup>21</sup> och fackförbund i Champagne, Frankrike. Dialogen initierades efter allvarliga incidenter kopplade till undermåliga arbets- och levnadsförhållanden, hälsa och säkerhet bland migrantarbetare som inträffade i regionen under skörden 2023. De nordiska alkoholmonopolen framhåller vikten av social dialog och vill stötta vinindustrin med den handlingsplan som vinindustrin föreslagit, vilken kommer att träda i kraft inför årets skörd.

#### Högriskartiklar – ny process och nya krav

Alla artiklar i Systembolagets fasta sortiment följs upp systematiskt i Systembolagets hållbarhetsuppföljning, men för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet saknas idag en proaktiv uppföljning. Genom en ny process vill Systembolaget säkerställa att odlare och producenter för artiklar även i dessa sortiment lever upp till Systembolagets uppförandekod utifrån arbetsvillkor, mänskliga rättigheter och miljö. Insatser har påbörjats där Systembolaget identifierat de största riskerna för brott mot uppförandekoden, och Systembolaget utgår här från landsrisk vid definition av högriskartikel. För att identifiera landsrisk använder Systembolaget data från sin egen *Human Rights Due Diligence*-analys och data från företaget Verisk Maplecroft.<sup>22</sup> I dagsläget är följande s.k. högriskländer, dvs. länder med framträdande risker utifrån ursprung eller utifrån HRDD-analys, representerade i sortimentet: Eritrea, Haiti, Indien, Kina, Libanon, Marocko, Nigeria, Turkiet och Venezuela. Systembolaget har hållit obligatoriska utbildningar för leverantörer som har artiklar från något av dessa nio länder, och även individuella "lanseringssamtal" med leverantörer som lanserar nya artiklar från något av de identifierade riskländerna, tillsammans med berörd inköpare. Samtalen och utbildningen har enligt Systembolaget varit uppskattade.

<sup>21</sup> Vinindustrin representeras här av Comité Champagne, CIVC.

<sup>22</sup> Verisk Maplecroft är ett globalt konsultföretag vars arbete inkluderar att analysera risker som påverkar investerare, bl.a. relaterade till hållbarhet.

### 3.8.7 Synpunkter från branschorganisation

En av de svenska branschorganisationerna för dryckesproducenter har inkommit med synpunkter relaterade till Systembolagets hållbarhetsarbete. Organisationen betonar att den står bakom Systembolagets strävan att ha ett ambitiöst arbete inom klimat- och miljöområdet och värdesätter dialogen med Systembolaget. Emellertid anser organisationen att det finns många utestående frågor från svenska leverantörer som organisationen har tagit upp med Systembolaget, och frågor även från europeiska aktörer i värdekedjan som tagits upp via europeiska branschorganisationer. Organisationen har lyft att det finns stort behov av kommunikation och att aktörer som driver verksamhet tidigare i värdekedjan kommer att möta utmaningar med anledning av nya krav från Systembolaget. Exempelvis väntas ökad administration och ökade kostnader i tidigare led i värdekedjan. Organisationen har efterfrågat en konsekvensanalys av hur Systembolagets nya leverantörskrav på rapportering av klimatdata påverkar jordbrukare och tillverkare i EU och andra länder. Enligt organisationen finns det också behov av en analys av hur Systembolagets märkning av produkter förhåller sig till existerande lagstiftning, standarder och certifieringar.

## 4 Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m.

### 4.1 Klagomål till Konkurrensverket

Nedan beskrivs dels två tidigare inkomna klagomål på Systembolaget och händelseutvecklingen med anledning av dessa, dels ett klagomål som Konkurrensverket mottagit sedan publiceringen av den förra rapporten till kommissionen, utöver det ovan nämnda klagomålet rörande Systembolagets försäljningsstopp och inställda lanseringar av ryska artiklar (avsnitt 3.2.5).

#### 4.1.1 Möjlighet för konsumenter att söka på druvsort

Det har tidigare framförts ett klagomål på att det i Systembolagets on-linebutik (webbplats och app) inte var möjligt att göra sökning på druvsort för artiklar i beställningssortimentet. Numera finns möjlighet för artiklar i beställningssortimentet att ingå i druvsök i on-linebutiken. Systembolaget registrerar druvsort när fältet "druva" är ifyllt i leverantörens offert till beställningssortimentet. Systembolaget har också startat arbetet med att lägga till information om druva på artiklar som skapats före den 1 maj 2023. Per den 30 september 2024 hade Systembolaget totalt 11 234 artiklar i beställningssortimentet inom kategorierna rött vin, vitt vin, rosévin och mousserande vin, dvs. de kategorier som innehåller druva. Av dessa hade 6 159 stycken druvinformation vilket innebär att cirka 55 procent av de artiklar i beställningssortimentet som kan ha druva har denna uppgift registrerad och sökbar för kund.

#### 4.1.2 Foton på artiklar i beställningssortimentet

Konkurrensverket har tidigare mottagit ett klagomål från en leverantör avseende att fotografiet på en av leverantörens artiklar i beställningssortimentet inte godkännts för publicering på Systembolagets webbplats eftersom bilden i ett visst avseende inte följer Systembolagets riktlinjer för bildmanér av produktbilder.<sup>23</sup>

Konkurrensverket har övervägt om förfarandet skulle kunna utgöra ett missbruk av dominerande ställning men ansåg inte att det fanns tillräckliga indikationer på ett konkurrensproblem som skadar konkurrensen och konsumenterna för att prioritera en fortsatt utredning på denna grund. Konkurrensverket ansåg inte heller att det fanns skäl att prioritera en fortsatt utredning utifrån någon av de andra grunderna i Konkurrensverkets prioriteringspolicy. Ärendet skrevs därför av.

---

<sup>23</sup> Dnr 648/2023. Konkurrensverket har redogjort för de närmare omständigheterna i ärendet i sin rapport till kommissionen i juni 2024.

### 4.1.3 Försäljning på Systembolagets dryckesauktioner

Konkurrensverket har mottagit ett anonymt klagomål gällande att artiklar som säljs i någon av Systembolagets egna kanaler inte samtidigt kan bli föremål för försäljning via Systembolagets dryckesauktioner.<sup>24</sup> Systembolaget har fått yttra sig över klagomålet och uppgett bl.a. följande. Systembolaget anordnar dryckesauktioner sedan 2004, åtta stycken per år. För att komma ifråga för försäljning på sådana dryckesauktioner ska en dryck utgöra ett värdefullt samlarobjekt och därmed uppfylla vissa kriterier, exempelvis att ha bred dokumenterad efterfrågan på den svenska auktionsmarknaden eller omsättas kontinuerligt på internationella dryckesauktioner. Systembolaget gör en värdering av objekt som kunder önskar sälja via auktion. Cirka 30 procent av värderingsförfrågningarna uppfyller inte kriterierna för försäljning via auktion. Den vanligaste orsaken är att objektet har ett alltför lågt värde. Konkurrensverket har övervägt om förfarandet skulle kunna utgöra ett missbruk av dominerande ställning. Konkurrensverket ansåg emellertid inte att det fanns tillräckliga indikationer på ett konkurrensproblem som skadar konkurrensen och konsumenterna för att prioritera en fortsatt utredning på denna grund. Konkurrensverket ansåg inte heller att det fanns skäl att prioritera en fortsatt utredning utifrån någon av de andra grunderna i Konkurrensverkets prioriteringspolicy. Ärendet skrevs därför av.

## 4.2 Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden har till uppgift bl.a. att överpröva Systembolagets beslut genom vilka Systembolaget avvisat en offert eller avfört en alkoholdryck ur sitt sortiment. Under januari–september 2024 registrerade Alkoholsortimentsnämnden sju överklaganden. Beslut fattades i nio ärenden under perioden.

I tre fall avslog nämnden överklagandet med motiveringen att den aktuella offerten inte var korrekt och fullständigt ifylld. I ett fall avslogs överklagandet med motiveringen att det aktuella offertkravet vad förenligt med avtalet mellan staten och Systembolaget och att det inte kan anses strida mot EU-rätten. I ett fall avslogs överklagandet med motiveringen att begränsningen av antalet offerter per lanseringstillfälle grundar sig på affärsmässig hänsyn och således ligger inom ramen för reglerna om Systembolagets produkturval i avtalen mellan staten och Systembolaget. I tre fall avskrev nämnden överklagandet sedan den klagande återkallat det. I ett fall avvisade nämnden överklagandet med motiveringen att den klagandes talan faller utanför nämndens prövningsrätt.

---

<sup>24</sup> Dnr 681/2024.



## 5 Gårdsförsäljning, privat e-handel m.m.

### 5.1 Gårdsförsäljning

Försäljning av starköl, vin och spritdrycker direkt från tillverkare till konsument, allmänt benämnd gårdsförsäljning, har under flera år debatterats och utretts. I december 2010 presenterades ett förslag enligt vilket gårdsförsäljning skulle tillåtas under vissa förutsättningar.<sup>25</sup> I september 2012 framförde det då ansvariga statsrådet att regeringen beslutat att det inte skulle bli någon gårdsförsäljning av alkoholdrycker enligt utredningsförslaget. I december 2014 beslutade regeringen att avsluta beredningen av betänkandet utan att lämna något förslag.

I november 2020 beslutade regeringen att tillsätta en ny utredning om gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker<sup>26</sup> som blev klar i början av december 2021.<sup>27</sup> Sammanfattningsvis föreslog utredningen att gårdsförsäljning av alkoholdrycker ska tillåtas under vissa förutsättningar. Konkurrensverket har i tidigare rapporter redogjort för utredningsdirektiven och resultaten av denna utredning, samt även för remissinstansernas synpunkter.<sup>28</sup>

Under sommaren 2024 beslutade regeringen om en lagrådsremiss med förslag om ändringar i alkohollagen i syfte att möjliggöra gårdsförsäljning.<sup>29</sup> Lagförslaget innehåller enligt regeringen begränsningar som är nödvändiga för att upprätthålla detaljhandelsmonopolet. Lagrådet konstaterade i sitt yttrande sammanfattningsvis att rättsläget är osäkert och bedömer att det finns en risk för att den föreslagna regleringen kan komma att anses inte vara förenlig med EU-rätten. Dock menar Lagrådet att ett risktagande som avvägs mot den utredning som finns i ärendet måste anses ligga inom regeringens handlings- och bedömningsutrymme. Risken i sig är således, enligt Lagrådet, inte tillräcklig grund för att Lagrådet ska erinra mot förslaget.

Innan en lagändring kan ske ska förslaget anmälas hos kommissionen, vilket har skett. Under en period har olika intressenter haft möjlighet att komma med synpunkter till kommissionen. Spanska vinproducenter och den europeiska branschorganisationen för vintillverkare har presenterat invändningar mot förslaget, då de menar att det gynnar svenska vintillverkare. Portugal har skickat in ett s.k. detaljerat yttrande i vilket de menar att förslaget inte är förenligt med EU-rätten. Regeringen bedömde tidigare att lagändringen skulle kunna träda i kraft i

---

<sup>25</sup> SOU 2010:98, *Gårdsförsäljning*.

<sup>26</sup> Dir. 2020:118.

<sup>27</sup> SOU 2021:95, *En möjlighet till småskalig gårdsförsäljning av alkoholdrycker*.

<sup>28</sup> Konkurrensverkets rapport i oktober 2022.

<sup>29</sup> Socialdepartementet, *Gårdsförsäljning kan bli verklighet redan 2025*, debattartikel publicerad 2023-09-15.

[Gårdsförsäljning kan bli verklighet redan 2025 - Regeringen.se](https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2023/09/15-1111111).

början av 2025, men med anledning av de invändningar som kommit fördröjs processen.

## 5.2 Privat e-handel

EU-domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet 2007 ledde till att vissa ändringar gjordes i den dåvarande svenska alkohollagen. Den 1 juli 2008 klargjordes i nämnda lag att det är tillåtet för privatpersoner i Sverige som fyllt 20 år att köpa alkoholdrycker från ett annat land inom EES-området och föra in dessa till Sverige "genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand" om dryckerna är avsedda för dennes eller dennes familjs personliga bruk.<sup>30</sup>

Det finns en rad företag i Sverige som erbjuder konsumenter i Sverige att beställa alkoholdrycker via internet och få dessa levererade hem eller till olika utlämningsställen. Regelverket kring sådan privat e-handel har under en längre tid ansetts svårtolkat, och rättsläget därmed något oklart, trots olika utredningar som gjorts.<sup>31</sup>

Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen utförligt redogjort för Systembolagets domstolstvister med e-handelsföretaget Winefinder AB och dess danska dotterbolag Winefinder ApS (tillsammans "Winefinder"), samt det danska e-handelsföretaget Vivino ApS ("Vivino") som är ett dotterbolag till det amerikanska bolaget Vivino Inc.<sup>32</sup> Winefinder och Vivino erbjuder privatpersoner i Sverige att beställa vin och öl via internet och få det levererat till sin hemadress.

I en dom sommaren 2022,<sup>33</sup> vilken fastställdes av Högsta domstolen sommaren 2023,<sup>34</sup> slog Patent- och marknadsöverdomstolen fast att Winefinders försäljning online med leverans av alkoholdrycker till konsumenter i Sverige inte stred mot alkohollagen, vilket Systembolaget hade hävdat. Efter domen i Högsta domstolen återkallade Systembolaget sin talan mot Vivino eftersom den centrala rättsfrågan var densamma i de båda fallen.

Ett betänkande från en statlig utredning innefattar förslag om ändringar i alkohollagen, rörande privat e-handel.<sup>35</sup> I betänkandet har föreslagits att det ska vara förbjudet att i kommersiellt syfte främja detaljhandel med alkoholdrycker, och införsel av dessa drycker och alkoholdrycksliknande preparat, som görs av en enskild person för dennes eller dennes familjs personliga bruk genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand från ett annat EES-land.

---

<sup>30</sup> Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

<sup>31</sup> "Privat införsel av alkoholdrycker – tydligare regler i konsekvens med svensk alkoholpolitik", betänkande av Alkoholleveransutredningen (SOU 2014:58). Konkurrensverket redogjorde detaljerat för betänkandet i sin rapport i december 2014. Departementspromemorian "Reglering av distanshandel med alkoholdrycker" (Ds 2016:33).

<sup>32</sup> Se Konkurrensverkets rapport i juni 2023, s. 29–33, och Konkurrensverkets rapport i december 2023, s. 33–35.

<sup>33</sup> Patent- och marknadsöverdomstolens dom 2022-06-14 i mål nr PMT 13055-20.

<sup>34</sup> Högsta domstolens dom 2023-07-07 i mål nr T 4709-22.

<sup>35</sup> Betänkandet "En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas" (SOU 2024:23).

Konkurrensverket har yttrat sig över betänkandet och anför att det behöver utredas ytterligare om ett sådant främjandeförbud riskerar att leda till att inhemska producenter diskrimineras och får konkurrensnackdelar gentemot utländska alkoholdrycksproducenter.<sup>36</sup>

### 5.3 Förslag om sänkt alkoholskatt – öl

I budgetpropositionen för 2025 har regeringen aviserat ett förslag om sänkt alkoholskatt för öl producerad av mikrobryggerier och andra oberoende småbryggerier. Konkurrensverket har tidigare yttrat sig över en promemoria från finansdepartementet rörande den aviserade alkoholskattesänkningen.<sup>37</sup>

I promemorian redovisas ett förslag om nedsatt alkoholskatt för öl från oberoende småbryggerier. Nedsättningen ska omfatta öl producerad av producenter vars årsproduktion uppgår till som mest tre miljoner liter. Dessa producenter ska delas in i fem olika kategorier utifrån sin årsproduktion. Öl från producenter i kategorin med lägst produktion ges skattenedsättning med 50 procent. Nedsättningen minskar sedan stegvis med tio procentenheter per kategori. Nedsättningen föreslås enbart gälla öl från producenter som är juridiskt och ekonomiskt oberoende från andra ölproducenter och dessutom inte tillverkar på licens. Det krävs även att producenten använder lokaler som är fysiskt skilda från andra ölproducenter. Enligt promemorian karaktäriseras marknaden för öl i Sverige av några få mycket stora ölbryggerier som står för den absoluta majoriteten av den producerade ölen, och många mindre vilka står för en liten del av produktionen. Dessa små bryggerier producerar hantverksmässigt framställd öl som ofta säljs lokalt på restauranger eller hos det lokala Systembolaget.

Förslaget innebär att de ekonomiska förutsättningarna förbättras för de små ölbryggerierna. Enligt promemorian bör detta dock ses mot bakgrund av att de producenter vilkas öl får sänkt alkoholskatt ofta har konkurrensnackdelar i jämförelse med de större producenterna, eftersom de större företagen normalt sett har stordriftsfördelar som gör att kostnaden per producerad liter öl blir lägre ju större volymer som produceras. I promemorian gjordes därför bedömningen att sänkningen inte nämnvärt snedvrider konkurrensen eftersom de ölbryggerier vars drycker får sänkt alkoholskatt utgör en mycket liten andel av marknaden samtidigt som deras öl, även vid fullt prisgenomslag av skattesänkningen, är betydligt dyrare än motsvarande lågprisöl. Enligt promemorian bedöms förslaget inte heller nämnvärt påverka totalkonsumtionen av alkohol och därmed inte folkhälsan. Konkurrensverket hade inga invändningar mot förslagen i promemorian.

---

<sup>36</sup> Dnr 355/2024. Yttrande över betänkandet "En trygg uppväxt utan nikotin, alkohol och lustgas" (SOU 2024:23).

<sup>37</sup> Dnr 520/2024. Yttrande över promemorian "Sänkt alkoholskatt för öl från oberoende småbryggerier" (Fi2024/01482).

## 6 Alkoholkonsumtionen i Sverige

### 6.1 CAN:s rapportering

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (CAN) har sedan 2013 i uppdrag att löpande följa alkoholkonsumtionen i Sverige inom ramen för de s.k. Monitormätningarna. Kartläggningen bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över *registrerad* alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger och folköl i livsmedelsbutiker) samt skattningar av *oregistrerad* alkoholförsäljning (privatinförsel, köp av smugglad alkohol, hemtillverkning och e-handel utanför Systembolaget).

Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av frågeundersökningar riktade till ett representativt urval av befolkningen mellan 17 och 84 år. Dessa personer blir intervjuade per telefon om sina alkoholköp de senaste 30 dagarna. Som ett komplement erbjuds respondenter med mobiltelefon att besvara frågorna via ett digitalt formulär. Totalt omfattar CAN:s frågeundersökningar cirka 18 000 personer per år.

#### 6.1.1 Den totala alkoholkonsumtionen<sup>38</sup>

Under 2023 konsumerades, enligt preliminära siffror från CAN, i genomsnitt 8,6 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Det var en minskning med 2,7 procent jämfört med 2022. Jämfört med 2019 var det en minskning med 4,5 procent. Den registrerade delen av försäljningen uppgick till ungefär 86 procent av den totala konsumtionen 2023, vilket kan jämföras med cirka 85 procent 2022. Systembolagets andel av den totala konsumtionen av alkoholdrycker 2023 uppgick till cirka 71 procent, vilket kan jämföras med cirka 70 procent 2022. År 2019 var Systembolagets andel cirka 65 procent. Den totala konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige under åren 2021, 2022 och 2023 fördelades enligt CAN på olika kanaler enligt följande.<sup>39</sup>

Försäljningskanal	Andel 2021	Andel 2022	Andel 2023
<b>Systembolaget</b>	75%	70%	71%
<b>Restauranger</b>	8%	11%	11%
<b>Folköl</b>	5%	4%	4%
<b>Resandeförsel</b>	4%	8%	7%
<b>Köp av smugglad alkohol</b>	4%	2%	2%
<b>Hemtillverkning</b>	2%	3%	3%
<b>Internet</b>	2%	2%	2%
<b>SUMMA</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

<sup>38</sup> Källa: "Alkoholkonsumtionen 2023 – preliminära uppgifter från Monitormätningarna" (CAN, mars 2024).

<sup>39</sup> Uppgifterna är baserade på konsumtion omräknad till liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre.

### 6.1.2 E-handeln med alkoholdrycker

Mätningar av e-handeln med alkoholdrycker har gjorts sedan 2006. CAN:s beräkningar ger vid handen att e-handels volym (räknad i liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre) respektive andel av den totala alkoholkonsumtionen sett ut enligt följande de tio senaste åren.<sup>40</sup>

År	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Volym</b>	0,13	0,10	0,12	0,12	0,11	0,11	0,16	0,20	0,17	0,17
<b>Andel</b>	1,9%	1,4%	1,1%	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%	2,0%	2,2%	2,0%

Källa: CAN<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Vissa siffror skiljer sig något från siffror i Konkurrensverkets tidigare rapporter till kommissionen. Detta beror på ändrade mätmetoder hos CAN jämfört med hos SoRAD, som tidigare utförde mätningarna, och även på ny metodik hos CAN.

<sup>41</sup> Källa: "Alkoholkonsumtionen 2023 – preliminära uppgifter från Monitormätningarna" (CAN, mars 2024). I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra aktörer än Systembolaget.



Ringvägen 100  
118 60 Stockholm

08-700 16 00

[konkurrensverket@kkv.se](mailto:konkurrensverket@kkv.se)

[www.konkurrensverket.se](http://www.konkurrensverket.se)