

# Övervakning av det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen

**Juni 2024**

Konkurrensverket juni 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 .....  | 13       |
| 3.2.3    | Verktyg för att upptäcka stödköp .....  | 14       |
| 3.2.4    | Försäljningsstopp för ryska artiklar.....   | 14       |
| 3.2.5    | Synpunkter till Systembolaget.....  | 14       |
| 3.3      | Lokalt Efterfrågat Sortiment m.m. ....  | 15       |
| 3.3.1    | Lokalt Efterfrågat Sortiment .....  | 15       |
| 3.3.2    | Butikens val.....   | 16       |
| 3.3.3    | Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLS).....                           | 17       |
| 3.3.4    | Tillfälligt Sortiment Volym, Tillfälligt Sortiment Tid m.m.....                   | 19       |
| 3.4      | Butiksmodellen.....   | 21       |
| 3.5      | Hemleveranser, privatimportservice, beställningstjänster.....                     | 21       |
| 3.5.1    | Hemleveranser.....  | 21       |
| 3.5.2    | Privatimportservice.....  | 22       |
| 3.5.3    | Beställningstjänster .....  | 22       |
| 3.6      | Prissättning.....   | 22       |
| 3.7      | Affärssystem .....  | 23       |
| 3.8      | Hållbarhetsarbete .....   | 23       |
| 3.8.1    | Åtagande om halverad klimatpåverkan till 2030 .....                               | 23       |
| 3.8.2    | Miljökrav i leverantörskedjan.....  | 24       |
| 3.8.3    | Systembolagets Hållbarhetsplattform .....   | 25       |
| 3.8.4    | Förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor .....                          | 25       |
| 3.8.5    | Produktmärkningsen "Våra mest hållbara drycker"<br>(tidigare "Hållbart Val")..... | 26       |
| 3.8.6    | Mänskliga rättigheter.....  | 27       |

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>4</b> | <b>Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m. ....</b> | <b>30</b> |
| 4.1      | Klagomål till Konkurrensverket.....   | 30        |
| 4.1.1    | Möjlighet för konsumenter att söka på druvsort.....   | 30        |
| 4.1.2    | Användning av GS1:s artikelstandard .....   | 30        |
| 4.1.3    | Nekande av hyllplats .....  | 31        |
| 4.1.4    | Foton på artiklar i beställningssortimentet.....  | 31        |
| 4.2      | Alkoholsortimentsnämnden .....  | 32        |
| <b>5</b> | <b>Gårdsförsäljning och privat e-handel .....</b>   | <b>33</b> |
| 5.1      | Gårdsförsäljning .....  | 33        |
| 5.2      | Privat e-handel.....  | 33        |
| <b>6</b> | <b>Alkoholkonsumtionen i Sverige .....</b>  | <b>35</b> |
| 6.1      | CAN:s rapportering .....  | 35        |
| 6.1.1    | Den totala alkoholkonsumtionen.....   | 35        |
| 6.1.2    | E-handeln med alkoholdrycker.....   | 36        |

# 1 Sammanfattning

Konkurrensverket noterar att Systembolaget, efter att ha mottagit synpunkter från en leverantör, har sett över och justerat utvärderingsprocessen för rosévin i Lokalt Efterfrågat Sortiment. Systembolaget ansåg att utvärderingsresultaten med den tidigare processen eventuellt skulle kunna ifrågasättas utifrån bl.a. ett likabehandlingsperspektiv.

Sedan Konkurrensverkets förra rapportering till Europeiska kommissionen har verket mottagit två klagomål relaterade till Systembolaget. Det ena rörde Systembolagets krav på leverantörer att tillämpa GS1:s artikelstandard.<sup>1</sup> Det andra gällde nekande av hyllplats i Systembolagsbutiker för en artikel vars pris överstiger 700 kronor och som därför betraktas som särskilt stöldbegärlig av Systembolaget. Konkurrensverket skrev av båda klagomålen med hänvisning till verkets prioriteringspolicy.<sup>2</sup> Ett tidigare inkommet klagomål är ännu under handläggning på Konkurrensverket.

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.

Systembolagets beslut 2022 om att stoppa försäljningen av ryska artiklar i befintligt sortiment och att ställa in planerade lanseringar av ryska artiklar, med anledning av Rysslands invasion av Ukraina, gäller alltså. Inga klagomål har inkommit till Konkurrensverket med anledning av detta.

I början av juni 2024 meddelades vid en pressträff att regeringen planerar att i närtid besluta om en lagrådsremiss för att möjliggöra gårdsförsäljning av alkoholdrycker under vissa förutsättningar. Förslaget kommer att innehålla begränsningar som man anser är nödvändiga för att detaljhandelsmonopolet ska kunna upprätthållas. Innan en lagändring kan ske ska förslaget anmälas hos kommissionen.

Högsta domstolens avgörande i det så kallade Winefindermålet sommaren 2023 innebar att e-handelsföretaget Winefinders försäljning on-line med leverans av

---

<sup>1</sup> GS1 är en global standardiseringsorganisation för bl.a. streckodsmärkning.

<sup>2</sup> Vid prioriteringen väger Konkurrensverket in om det påtalade problemet orsakar skada för konkurrensen och konsumenterna, om det finns förutsättningar att effektivt utreda och ingripa mot problemet, det allmänpreventiva syftet och behovet av vägledning samt om Konkurrensverket är bäst lämpat att agera. Skada för konkurrensen och konsumenterna är den prioriteringsfaktor som väger tyngst.

alkoholdrycker från Danmark till konsumenter i Sverige inte strider mot alkohollagen. Den del av den totala alkoholkonsumtionen i Sverige som härrör från e-handel utanför Systembolagskanalen kan fortfarande betraktas som liten. De senaste fem åren har den varierat mellan 1,2 och 2,2 procent.

## 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>3</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>3</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>4</sup> samt av Systembolaget.

Den nu aktuella rapporten inleds med beskrivningar av Systembolagets sortimentsmodell och inköpsprocesser samt statistik rörande bl.a. försäljning. Rapporten innehåller vidare en uppdaterad redogörelse för Systembolagets hållbarhetsarbete. Därutöver ges en beskrivning av klagomål på Systembolaget som Konkurrensverket mottagit, samt Alkoholsortimentsnämndens ärenden under 2023. Avslutningsvis presenteras preliminär statistik från CAN över alkoholkonsumtionen 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>4</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 drogforskning 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 2023 ströks 12 artiklar från det fasta sortimentet. Orsaken var att artiklarna inte klarade sig kvar i sortimentet p.g.a. för låg försäljning under poängberäkningsperioden. Leverantören valde att inte låta artiklarna övergå till beställningssortimentet, utan slutanmälde dem i stället.

*Beställningssortimentet*, som stod för cirka 4,4 procent av Systembolagets totala försäljning under 2023, 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>5</sup> Under 2023 listades 5 384 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 2023 kvalificerade sig 295 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>5</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 31 december 2023 fanns cirka 4 300 artiklar i det tillfälliga sortimentet. Av Systembolagets totala försäljning 2023 stod det tillfälliga sortimentet för cirka 5,1 procent.

Under 2023 uppgick Systembolagets totala försäljning till cirka 47,7 miljarder kronor (inklusive moms). Försäljningen fördelade sig på olika sortiment enligt följande.<sup>6</sup>

| Sortiment                    | Försäljning (tkr) | Andel       |
|------------------------------|-------------------|-------------|
| <b>Fast sortiment</b>        | 42 735 482        | 89,7%       |
| <b>Tillfälligt sortiment</b> | 2 429 111         | 5,1%        |
| <i>varav TSLs</i>            | <i>471 880</i>    | <i>1,0%</i> |
| <b>Beställningssortiment</b> | 2 116 981         | 4,4%        |
| <b>Privatimportservice</b>   | 108 909           | 0,2%        |
| <b>Torra varor</b>           | 264 316           | 0,6%        |
| <b>Summa</b>                 | 47 654 798        | 100%        |

Källa: Systembolaget.

<sup>6</sup> Att andelssiffrorna inte summerar till exakt 100 procent beror på avrundningar.

Den 31 december 2023 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

| Sortiment                    | Antal  | Andel |
|------------------------------|--------|-------|
| <b>Fast sortiment</b>        | 2 821  | 12%   |
| <b>Tillfälligt sortiment</b> | 4 283  | 19%   |
| <b>Beställningssortiment</b> | 15 780 | 69%   |
| <b>Summa</b>                 | 22 884 | 100%  |

Källa: Systembolaget.

Systembolagets totala försäljning under 2023 fördelade sig på olika produktkategorier enligt följande.

| Varugrupp                 | Försäljning (tkr) | Andel |
|---------------------------|-------------------|-------|
| <b>Brännvin</b>           | 2 183 237         | 4,6%  |
| <b>Övrig sprit</b>        | 7 761 718         | 16,3% |
| <b>Starkvin</b>           | 594 486           | 1,2%  |
| <b>Vin exkl. starkvin</b> | 23 443 434        | 49,2% |
| <b>Starköl</b>            | 11 595 064        | 24,3% |
| <b>Cider, blanddryck</b>  | 1 543 531         | 3,2%  |
| <b>Alkoholfritt</b>       | 269 012           | 0,6%  |
| <b>Torra varor/ospec.</b> | 264 316           | 0,6%  |
| <b>Summa</b>              | 47 654 798        | 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>7</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

En leverantör har klagat på hur processen för utvärdering av rosévin i Lokalt Efterfrågat Sortiment går till. Tidigare har roséviner utvärderats två gånger per år, i anslutning till sortimentsskiftena den 1 mars respektive den 1 september, vilket enligt Systembolaget visat sig gynna artiklar som i utvärderingen förlorat distribution (dvs. försäljning i butiker) per den 1 september. Tidigare utvärderingsprocess innefattade därutöver en begränsad utvärderingsperiod under vinterperioden som inte återspeglade normal kundefterfrågan och försäljning för rosévin.

<sup>7</sup> Leverantörsportalen är ett forum för Systembolagets leverantörer, där de kan få information om bl.a. ranking av egna och andras artiklar.

Systembolaget har sett över utvärderingsprocessen för rosévin och kommit fram till att utvärderingsresultatet eventuellt skulle kunna ifrågasättas utifrån bl.a. ett lika-behandlingsperspektiv. Mot denna bakgrund har Systembolaget beslutat att ändra utvärderingsprocessen på så sätt att utvärdering sker en gång per år, efter utgången av perioden marsaugusti. Utvärderingsperioden utgörs av de sista sex veckorna i denna period och omfattar artiklar som tappat distribution från den 1 september och/eller från den 1 mars påföljande år. Den justerade utvärderingsprocessen införs retroaktivt från 2023 och har tagits med i den ändring av inköpsvillkoren som publicerades den 31 maj 2024.

### 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 omvärlds-analys 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>8</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 anlitanande av tredjepartsdistributör.

---

<sup>8</sup> Validoo är ett varumärke under vilket GS1 Sweden AB erbjuder tjänster vilka baseras på standarder från GS1, t.ex. delning av artikelinformation.

### 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 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 innebär att Systembolaget bortser från en del av eller all försäljning av den aktuella artikeln i utvärderings- och rankningsprocessen.

### 3.2.4 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 säljstoppet. 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 säljstoppet. 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 därefter prövningstillstånd hos Högsta domstolen, som beslutade att inte meddela prövningstillstånd. Hovrättens avgörande står därmed fast.

Konkurrensverket har inte mottagit några klagomål beträffande Systembolagets säljstopp av artiklar från Ryssland.

### 3.2.5 Synpunkter till Systembolaget

En leverantör har, med anledning av alkoholskattehöjningen per den 1 januari 2024, klagat på att Systembolaget enligt inköpsvillkoren automatiskt höjer inköpspriset och därmed försäljningspriset vid alkoholskattehöjningar. Leverantören har därutöver klagat på att de instruktioner som publicerades på Leverantörsportalen för den prisändringsperiod som löpte i december 2023 (inför skattehöjningen) var ottydliga och att leverantören missuppfattat dessa. Leverantören hade uppfattat att endast de artiklar som leverantör aktivt valt att genomföra prisändring för skulle få automatisk prishöjning. Alkoholskattehöjningen innebär att vissa artiklar som leverantören inte önskade prishöjning för, fick en automatisk prishöjning. I samman-

hanget påpekar Systembolaget att inköpsvillkoret med innebörd att inköpspriset, och därmed försäljningspriset, automatiskt höjs vid alkoholskattehöjningar har funnits en längre tid och tillkom efter dialog med leverantörskollektivet. Systembolagets uppfattning är att inköpsvillkoret alljämt har ett starkt stöd hos leverantörerna. Systembolaget har granskat instruktionerna för prisändringsperioden i december 2023, och inte funnit att dessa varit otydliga. Dock kommer Systembolaget troligen att se över instruktionerna inför nästkommande skatteändring på alkoholområdet.

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 förpackningsvolymerna för artiklar som står på hylla.

### 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 2023 utgjorde försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* 7,6 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Det totala antalet lokalt efterfrågade artiklar den 31 december 2023 var 2 578. Då hade en Systembolagsbutik i snitt 97 lokalt efterfrågade artiklar.

Under 2023 genererades 68,3 procent av försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan 30,5 procent kom från beställningssortimentet och 1,3 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 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.

---

<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 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.

Artiklar i *Butikens val* stod under 2023 för 1,1 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Den 31 december 2023 fanns totalt 2 171 artiklar som *Butikens val*. En Systembolagsbutik hade då i snitt 25 artiklar som *Butikens val*.<sup>10</sup>

Under 2023 genererades 88,0 procent av försäljningen i *Butikens val* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan beställningssortimentet stod för 2,9 procent och det tillfälliga sortimentet för 9,1 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:

<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 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 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 2023. Den 31 december 2023 fanns det 2 980 TSLS-artiklar vilka utgjorde 69,6 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

---

<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.

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 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 lagervärdas 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 sedvanliga 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. webbsläpp) 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.

---

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

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 452 Systembolagsbutiker i Sverige. I varje kommun finns minst en butik. Därutöver finns det 472 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).<sup>15</sup> 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.

## 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.

---

<sup>15</sup> Ett exempel på specialbutik är Ölstudion i Göteborg.

Under 2023 uppgick värdet av hemleveransförsäljningen till cirka 311 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,7 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 2023 mottog Systembolaget 23 923 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 16 993 stycken (71 procent) till köp. Försäljningen via Systembolagets privatimportservice uppgick under perioden till cirka 109 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 2023 uppgick försäljningen av artiklar som beställts via Systembolagets e-beställningstjänst och hämtats ut i butik till cirka 1 253 miljoner kronor, vilket utgjorde cirka 2,6 procent av Systembolagets totala försäljning under året. Under samma period noterades ett försäljningsvärde i butik om cirka 274 miljoner kronor för kundbeställningar som gjorts vid besök i butik eller per telefon. Nämnade summa utgjorde cirka 0,6 procent av Systembolagets totala försäljning.

Försäljningen av artiklar som beställts via e-beställningstjänsten och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 562 miljoner kronor under perioden vilket utgjorde cirka 1,2 procent av Systembolagets totala försäljning. Försäljningen av artiklar som beställts hos och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 73 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,2 procent av Systembolagets totala försäljning.<sup>16</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

---

<sup>16</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.

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

Nedan nämnda förändringar trädde i kraft den 1 mars 2023. Påslagen gäller alla förpackningsstorlekar och alla typer av förpackningar.

- Fast påslag har justerats från 1,8 kronor i snitt till 2,0 kronor per förpackning.
- Rörligt påslag har justerats från 17,0 procent till 14,7 procent.
- Personalkostnader på depå har flyttats från det rörliga påslaget till det fasta påslaget.
- Det fasta påslaget på halvflaskor vin har höjts till samma nivå som 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.

Efter detta har Systembolaget mottagit synpunkter på att det fasta påslaget för små vinflaskor numera motsvarar påslaget för större vinförpackningar. Anledningen till förändringen är att modellen justerats till att bli helt kostnadsbaserad utan andra hänsyn än faktiska hanteringskostnader, och i dessa fall varierar inte kostnaderna beroende på förpackningsstorlek. Detta har också kommunicerats till leverantörerna. 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 inköpssupport med hjälp av GS1:s kundtjänst.<sup>17</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

---

<sup>17</sup> GS1 är en global standardiseringsorganisation för bl.a. streckodsmärkning.

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.

### 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 inkösvillkoren kopplade till miljö och mänskliga rättigheter. Under 2024 kommer Systembolaget att göra en översyn av metod och frekvens för uppföljning och kontroll av efterlevnaden.

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 har inarbetats i en andra pilotstudie vilken omfattar ett 60-tal produkter. Systembolaget har för avsikt att avsluta pilotstudien, genomföra utvärdering och återkoppla till deltagare under sommaren 2024. Pilotstudien förväntas ge värdefulla insikter inför val av systemstöd och resursbehov innan insamling av klimatdata från odling och produktion implementeras permanent.



### 3.8.3 Systembolagets Hållbarhetsplattform<sup>18</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 hösten 2023 skedde en migrering till en förbättrad version av plattformen. Systembolaget mottog ett antal synpunkter av teknisk karaktär i samband med migreringen, och har under våren 2024 presenterat ett utökat paket med funktioner i hållbarhetsplattformen.

I januari 2024 fanns 3 191 registrerade artiklar i Hållbarhetsplattformen. Av dessa var 1 797 stycken helt kartlagda, dvs. de hade både en faktisk producent och minst en odlare registrerade. Det innebär att cirka 56 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>19</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 säljstopp 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.

---

<sup>18</sup> Hållbarhetsplattformen har beskrivits i Konkurrensverkets tidigare rapporter, se t.ex. rapporten i december 2020.

<sup>19</sup> Aktuellt schablonvärde är 0,938 kg koldioxid per kg glas.

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

Systembolaget uppger att maxvikterna och koldioxidgränserna kommer att sänkas successivt, men det finns i dagsläget inga beslut om när detta ska ske eller vilka de nya nivåerna kommer att bli. Systembolaget noterar att flera producenter redan har planer på lättare flaskor eller flaskor som är framställda med lägre klimatpåverkan.

Systembolaget har mottagit synpunkter på kravet på förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor vid uppnådda gränsvärden. Synpunkterna har handlat om enskilda artiklar med flaskor vars vikt överskrider gränsvärdena och där producenten har ett större innevarande lager av flaskor som bedöms räcka bortom den 1 mars 2024. Systembolaget ger dispens utifrån befintliga lager när detta begärs av leverantör, bl.a. under förutsättning att leverantör kan redovisa när artikeln kan levereras i en lättare flaska. Anledningen till att Systembolaget beslutat att medge dispenser är att det inte vore bättre ur ett klimat- och hållbarhetsperspektiv att en redan producerad flaska behöver krossas. Per den 31 december 2023 hade sju artiklar från totalt fem producenter beviljats dispenser.

Under hösten 2023 påbörjades ett arbete som syftar till att Systembolaget på sikt ska kunna ersätta schabloner per förpackningslag med mer specifika data baserade på aktivitetsdata från individuella förpackningstillverkare.

### 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.

Konkurrensverket har tidigare mottagit ett klagomål rörande ”Hållbart Val”/”Våra mest hållbara drycker” gällande att märkningen var möjlig att få endast för artiklar i det fasta sortimentet.<sup>20</sup> Inom ramen för sitt löpande övervakningsuppdrag rörande detaljhandelsmonopolet har Konkurrensverket ställt frågor till Systembolaget om produktmärkningen, avseende bl.a. ansökningsprocessen, hur artiklar med märkningen presenteras för konsumenterna och hur ofta artikelurval görs.<sup>21</sup> Konkurrensverket har också begärt in data från Systembolaget och gjort en studie avseende försäljningen av artiklar inom gruppen vin under perioden 1 mars 2021–28 februari 2023.<sup>22</sup> Resultatet av studien presenterades i Konkurrensverkets rapport i juni 2023.

Från och med sortimentsskiftet i september 2023 är det möjligt även för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet att ansöka om och få produktmärkningen ”Våra mest hållbara drycker”. Per den 31 december 2023 hade 347 artiklar i det fasta sortimentet, 31 artiklar i beställningssortimentet och två artiklar i det tillfälliga sortimentet fått denna märkning.<sup>23</sup>

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

<sup>20</sup> Se Konkurrensverkets rapport i oktober 2022, s. 37–39.

<sup>21</sup> Se Konkurrensverkets rapport i oktober 2022, s. 25–26.

<sup>22</sup> Det stora flertalet ”Hållbart Val”-märkta artiklar finns inom kategorin vin.

<sup>23</sup> Samtliga artiklar i det fasta sortimentet bedöms.

för miljöaspekter i odling och produktion. Den utvärdering av Systembolagets potentiella och faktiska, direkta samt indirekta påverkan på mänskliga rättigheter som Enact Sustainable Strategies<sup>24</sup> inledde 2023 fortsätter under 2024. Projektet utförs i förhållande till vinindustrin i Kalifornien, USA. Ett resultat av arbetet hittills är en fördjupad dialog med The Wine Institute<sup>25</sup> som beslutat att låta utföra en industrispecifik utvärdering med fokus på risker kopplade till mänskliga rättigheter, i syfte att stötta sina medlemmar i arbetet med att hantera och förebygga sådana risker.

En dialog har inletts mellan de nordiska alkoholmonopolen och vinindustrin<sup>26</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.

Under 2024 kommer Systembolaget, tillsammans med Enact Sustainable Strategies, att ta fram ett ramverk för arbetet med mänskliga rättigheter i leverantörskedjan. 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.

Systembolaget har mottagit synpunkter och frågor från en branschförening gällande den nyligen införda metoden för hållbarhetsuppföljning benämnd "Arbetsstagarinvolvering".<sup>27</sup> Metoden innebär att Systembolaget, via anlita tredje part, per telefon eller på annat sätt samlar in information från berörda arbetstagare hos producenter och/eller andra underleverantörer avseende identifierade risker som Systembolaget önskar utreda närmare. Arbetsstagarinvolvering bör enligt synpunkterna utgöra det sista tillämpbara verktyget för hållbarhetsuppföljning och alltid föregås av en amfori-revision.<sup>28</sup> Tidsfristen för inkommande av åtgärdsplan bör enligt synpunkterna förlängas. Vidare har Systembolaget mottagit frågor om hur anonymitet och skydd mot repressalier för de enskilda arbetstagarna säkerställs. Systembolaget har tillhandahållit skriftliga svar till branschföreningen och inväntar eventuella synpunkter på dessa. Som en följd av synpunkterna har Systembolaget beslutat att, vid nästkommande inköpsvillkorsändring, förlänga tidsfristen för inkommande med åtgärdsplan vid identifierade brister/risker vid arbetsstagarinvolvering.

---

<sup>24</sup> Experter på hållbar utveckling med fokus på ansvarsfullt företagande.

<sup>25</sup> En organisation som representerar över 1000 vinproducenter och anslutna företag i Kalifornien.

<sup>26</sup> Vinindustrin representeras här av Comité Champagne, CIVC.

<sup>27</sup> Regleras i Bilaga 16 till Systembolagets allmänna inköpsvillkor.

<sup>28</sup> Amfori är en internationell organisation som bevakar att företag uppfyller olika krav rörande bl.a. miljö och arbetsförhållanden.

### 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>29</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>29</sup> Verisk Maplecroft är ett globalt konsultföretag vars arbete inkluderar att analysera risker som påverkar investerare, bl.a. relaterade till hållbarhet.

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

### 4.1 Klagomål till Konkurrensverket

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

Det har tidigare framförts klagomål på att det i Systembolagets on-linebutik inte var möjligt att använda filtersökning på druvsort för artiklar i beställningssortimentet. Systembolaget har nu öppnat upp möjligheten för artiklar i beställningssortimentet att ingå i druvsök på Systembolagets webbplats och i Systembolagets app. Fr.o.m. den 1 maj 2023 registrerar Systembolaget 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. För artikel i beställningssortimentet där leverantören redan tidigare tillhandahållit information om druva började Systembolaget tillgängliggöra denna information för kundsök under sommaren 2023. För befintliga artiklar i beställningssortimentet där Systembolaget idag saknar information om druva, kan leverantör fylla i druvsort i offerten vid årgångsbyte. Uppgifterna kommer att läggas upp löpande på Systembolagets webbplats. Information om detta publicerades på Leverantörsportalen i april 2023.

Per den 10 april 2024 hade Systembolaget totalt 10 396 artiklar i beställningssortimentet inom kategorierna rött vin, vitt vin, rosévin och mousserande vin, dvs. de kategorier som innehåller druva. Av dessa hade 5 903 stycken druvinformation vilket innebär att cirka 57 procent av de artiklar i beställningssortimentet som kan ha druva har denna uppgift registrerad och sökbar för kund.

#### 4.1.2 Användning av GS1:s artikelstandard

Konkurrensverket mottog under våren 2024 ett klagomål från en leverantör till Systembolaget som ställde sig frågande till hur Systembolaget kan tvinga sina leverantörer att vara anslutna till företaget GS1 Sweden som har ensamrätt på streckkoder.<sup>30</sup> Leverantören ansåg att den var tvungen att abonnera på flera tjänster hos GS1 Sweden för att kunna vara leverantör till Systembolaget. Systembolaget fick yttra sig över klagomålet och anförde sammanfattningsvis att Systembolagets övergång till och kravställning i förhållande till GS1:s artikelstandard tidigare varit föremål för granskning av Konkurrensverket.<sup>31</sup> Systembolagets användning av GS1:s artikelstandard har också beskrivits i Konkurrensverkets rapporter till kommissionen.<sup>32</sup> Systembolaget anförde vidare att vissa för leverantörerna obligatoriska abonnemang medför kostnader för leverantörerna men att avgifterna för

---

<sup>30</sup> Dnr 260/2024.

<sup>31</sup> Dnr 440/2017, dnr 458/20017 och dnr 155/2019.

<sup>32</sup> Se t.ex. Konkurrensverkets rapport i juni 2018.

abonnemangen tar hänsyn till leverantörernas omsättning. Detta innebär lägre kostnader för företag med mindre omsättning.

Konkurrensverket utredde om förfarandet kunde utgöra ett missbruk av dominerande ställning. Konkurrensverket ansåg dock 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.<sup>33</sup> Ärendet skrevs därför av.

#### 4.1.3 Nekande av hyllplats

Konkurrensverket mottog under våren 2024 ett klagomål från en leverantör till Systembolaget.<sup>34</sup> Leverantören uttryckte missnöje över att en av leverantörens produkter hade flyttats från butikshyllan till lagret i Systembolagets butiker eftersom Systembolaget bedömde att den var alltför stöldbegärlig p.g.a. sitt höga pris. Systembolaget fick yttra sig över klagomålet och anförde bl.a. att alkoholhaltiga drycker är stöldbegärliga i sig, och att Systembolaget – i likhet med andra aktörer inom detaljhandeln – behöver vidta åtgärder för att minska riskerna för stölder. I de Systembolagsbutiker vilkas inredning möjliggör placering av läsbara vitrinskåp används sådana för att låsa in de mest stöldbegärliga varorna. I Systembolagsbutiker där vitrinskåp inte får plats lagerförs varor med försäljningspris överstigande 700 kronor på lagret, förutsatt att det finns en hyllkantsetikett för varan samt skriftlig information med uppmaning att kontakta personal om kunden önskar köpa varan. Detta tillämpas oavsett dryckeskategori och ursprung.

Konkurrensverket utredde om förfarandet kunde 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.

#### 4.1.4 Foton på artiklar i beställningssortimentet

Konkurrensverket har 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

---

<sup>33</sup> Vid prioriteringen väger Konkurrensverket in om problemet orsakar skada för konkurrensen och konsumenterna, om det finns förutsättningar att effektivt utreda och ingripa mot problemet, det allmänpreventiva syftet och behovet av vägledning samt om Konkurrensverket är bäst lämpat att agera. Skada för konkurrensen och konsumenterna är den prioriteringsfaktor som väger tyngst.

<sup>34</sup> Dnr 259/2024.

följer Systembolagets riktlinjer för bildmanér av produktbilder.<sup>35</sup> Skriftväxling har skett mellan leverantören och Systembolaget angående detta, varvid Systembolaget anfört att man har riktlinjer för hur produktbilder ska presenteras för att ge en rättvis och korrekt bild av hur produkten visas digitalt, på samma sätt som i butik. Riktlinjerna har tidigare frångåtts avseende artiklar i beställningssortimentet, men eftersom Systembolaget inte ansåg att resultatet blev bra har riktlinjerna uppdaterats och kommunicerats till Systembolagets avtalade fotografer och leverantörer.

Det är obligatoriskt att ha en produktbild för artiklar i det fasta sortimentet, medan det är frivilligt när det gäller produkter i beställningssortimentet. Systembolaget tillhandahåller fotografering för artiklar i det fasta och även det tillfälliga sortimentet, men inte för artiklar i beställningssortimentet. Via en tjänst hos Validoo har leverantörer av artiklar i beställningssortimentet dock möjlighet att på egen bekostnad tillse att Systembolaget erhåller en produktbild för publicering i onlinebutiken.

Systembolaget har fått yttra sig över klagomålet och anfört att det fasta sortimentet och beställningssortimentet skiljer sig åt i vissa avseenden, exempelvis i inköpssätt och uppföljning. Vidare har Systembolaget hänvisat till att man tillhandahåller fotografering för artiklar i det fasta sortimentet, där sådana bilder är obligatoriska, men inte för artiklar i beställningssortimentet, där sådana bilder är frivilliga. Ärendet är under handläggning hos Konkurrensverket.

## 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 2023 registrerade Alkoholsortimentsnämnden 11 överklaganden. Beslut fattades i nio ärenden under perioden.

I sex fall avslog nämnden överklagandet med motiveringen att den aktuella offerten inte var korrekt och fullständigt ifylld. I ett fall avslog nämnden överklagandet med motiveringen att det inte framkommit något som tyder på att Systembolaget vid granskningen skulle ha frångått de rutiner som Systembolaget har utarbetat avseende inköpsprocessen för Tillfälligt Sortiment Volym eller att det skulle ha tagits ovidkommande hänsyn eller förekommit andra fel vid granskningen. I ett fall avvisade nämnden överklagandet med motiveringen att det överklagade beslutet inte var ett sådant beslut att avvisa eller avföra en produkt som nämnden ska pröva. I ett fall avskrev nämnden överklagandet sedan den klagande återkallat det.

---

<sup>35</sup> Dnr 648/2023.



## 5 Gårdsförsäljning och privat e-handel

### 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>36</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>37</sup> som blev klar i början av december 2021.<sup>38</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>39</sup>

I början av juni 2024 meddelade regeringen att man planerar att i närtid besluta om en lagrådsremiss i syfte att möjliggöra gårdsförsäljning.<sup>40</sup> Lagförslaget kommer att innehålla begränsningar som är nödvändiga för att upprätthålla detaljhandelsmonopolet. Innan en lagändring kan ske ska förslaget anmälas hos kommissionen. Regeringen bedömer att lagändringen kan träda i kraft i början av 2025, under förutsättning att EU-processen inte drar ut på tiden.

### 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>41</sup>

Den del av den totala alkoholkonsumtionen i Sverige som härrör från e-handel utanför Systembolagskanalen är liten. De senaste fem åren har den varierat mellan

---

<sup>36</sup> SOU 2010:98, *Gårdsförsäljning*.

<sup>37</sup> Dir. 2020:118.

<sup>38</sup> SOU 2021:95, *En möjlighet till småskalig gårdsförsäljning av alkoholdrycker*.

<sup>39</sup> Konkurrensverkets rapport i oktober 2022.

<sup>40</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).

<sup>41</sup> Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

1,2 och 2,2 procent (se avsnitt 6.1.1 nedan).<sup>42</sup> Det finns dock 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>43 44</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>45</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>46</sup> vilken fastställdes av Högsta domstolen (HD) sommaren 2023,<sup>47</sup> slog Patent- och marknadsöverdomstolen fast att Winefinders försäljning on-line med leverans av alkoholdrycker till konsumenter i Sverige inte stred mot alkohollagen, vilket Systembolaget hade hävdad. Efter domen i HD återkallade Systembolaget sin talan mot Vivino eftersom den centrala rättsfrågan var densamma i de båda fallen.

---

<sup>42</sup> I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra än Systembolaget.

<sup>43</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.

<sup>44</sup> Departementspromemorian "Reglering av distanshandel med alkoholdrycker" (Ds 2016:33).

<sup>45</sup> Se Konkurrensverkets rapport i juni 2023, s. 29–33, och Konkurrensverkets rapport i december 2023, s. 33–35.

<sup>46</sup> Patent- och marknadsöverdomstolens dom 2022-06-14 i mål nr PMT 13055-20.

<sup>47</sup> Högsta domstolens dom 2023-07-07 i mål nr T 4709-22.

## 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>48</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>49</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>48</sup> Källa: "Alkoholkonsumtionen 2023 – preliminära uppgifter från Monitormätningarna" (CAN, mars 2024).

<sup>49</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>50</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>51</sup>

---

<sup>50</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>51</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

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