

Motion till riksdagen 2009/10:So489

av **Per Bill m.fl. (m)**

Gårdsförsäljning av egenproducerad cider

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om gårdsförsäljning av egenproducerad cider.

Motivering

På 1990-talet upphörde flera av monopolen på alkoholområdet, t.ex. import, tillverkning och partihandelsförsäljning. Detta skedde för att anpassa bland annat Sverige till EU:s inre marknad. Dock valde vi i Sverige att behålla detaljhandelsmonopolet, Systembolaget, av alkoholpolitiska skäl. Villkoret vid förhandlingarna om svenskt EU-inträde var att slå vakt om näringsfriheten för producenter. Premissen för att Sverige skall få ha statligt detaljhandelsmonopol för alkoholdrycker är att drycker och producenter från EU inte får diskrimineras i förhållande till svenska.

Problemet är att nuvarande bestämmelser hämmar den inhemska produktionen. Svenska produkter har inte samma villkor som utländsk produktion när det gäller tillgång till den viktiga egna närmarknaden. I praktiken diskrimineras närproducerade svenska drycker i förhållande till drycker från övriga EU och världen.

Problem för inhemska producenter

Systembolaget skall ha ett utbud som motsvarar ett tvärsnitt från hela världen. Systembolagets sortiment är dock med nödvändighet begränsat i relation till den enorma mängden drycker som produceras världen över. Endast en bråkdel av dessa kan av naturliga skäl få plats.

Fel! Okänt namn på

Kravet på icke-diskriminering av utländska drycker medför att Systembolaget ger plats åt samma bråkdel av svenska drycker som av utländska. Systembolaget gör allt för att undvika att anklagas för diskriminering, ty då kan monopolställningen ifrågasättas. Den helt övervägande delen av svenskproducerade produkter kommer således inte in i Systembolagets sortiment.

Systembolagets storskalighet innebär ett annat hinder. Monopolet ska förse hela Sverige, vilket kräver stora kvantiteter. Även Systembolagets krav på god lönsamhet gör att man har inköpsregler som gynnar storskaliga leverantörer. Inhemska vin-, fruktvin- och ciderproducenter är i regel småskaliga och saknar ofta möjlighet att tillgodose Systembolagets stränga leveranskrav. Det gäller i synnerhet för nyetablerade företag.

Närmarknadens betydelse

I länder utan försäljningsmonopol samt Finland kan producenter sälja direkt till sin hemmamarknad. Det är vanligt att mindre och medelstora producenter i de traditionella vinländerna säljer större delen av sin produktion direkt till besökare. Sådan gårdsförsäljning kräver ingen distribution eller fördyrande mellanled. Den blir därmed gynnsam såväl för producent som för kund och är dessutom mer miljövänlig. Lokal, småskalig och mångfasetterad produktion vore omöjlig utan denna försäljning.

Det finska exemplet

Sedan 1995 har Finland gjort ett undantag från sitt försäljningsmonopol för vin och fruktvin. Däri ingår även cider. Försäljning i gårdsbutik av egenproducerade drycker har, med speciella bestämmelser och begränsningar, tillåtits. Definitionen av gårdsvin och råämnena är enligt finländsk lag följande:

Gårdsvin skall vara fruktvin som framställts enbart genom jäsnings och

- 1) vars alkoholhalt är högst 13 volymprocent,
- 2) som produceras av en tillverkare som i både rättsligt och ekonomiskt hänseende är oberoende av andra företag inom samma bransch och som årligen tillverkar högst 100 000 liter fruktvin, upptappat på kärl,
- 3) i fråga om vilket de bär och frukter som använts vid tillverkningen samt de aromgivande växtdelarna är till 100 procent inhemska,
- 4) vars råämnen till minst 50 procent härstammar från tillståndshavarens egna odlingar eller från odlingar som han besitter, samt
- 5) vars organoleptiska egenskaper härstammar från de råämnena som använts vid framställningen eller från de smak- och aromämnen som uppstått ur dem vid jäsningsen.

Gårdsvinet kan ges namn enligt råämnets växtplats antingen efter gården, byn, kommunen, landskapet eller något annat område. Om användningen av geografiska påskrifter bestäms särskilt.

I februari 2007 blev Finland tvunget att anpassa sin lagstiftning. EU-kommissionen hade invändningar på punkt 3 i definitionen av gårdsvin. För att uppfylla EU:s önskemål gjorde Finland ett tillägg till punkt 3 enligt föl-

jande: ”I vars framställning använts bär och frukter samt aromgivande växtde- lar vilka härstammar från en växtzon inom det Europeiska ekonomiska sam- arbetsområdet, vars karakteristiska drag genereras norr om den sextionde nordliga breddgraden.” Det här innebär att varje gårdsbutik fortfarande endast får sälja egenproducerade drycker men att druvan och bären som används kan härstamma från exempelvis Sverige. Kravet är att druvan kommer från norr om den 60:e breddgraden.

Gårdsförsäljningen har fungerat utmärkt och medfört en blomstring av den finska landsbygden. Inhemsk turism har ökat starkt och arbetstillfällen skap- ats. Näringen har fått en stark folklig förankring.

Finlands lagstiftning kan skapa underlag för en svensk motsvarande lag- stiftning. Härigenom kan problem undvikas och tid vinnas. Självklart kan det finnas specifikt svenska förhållanden som motiverar särskilda lösningar. Dit hör inte minst att Sverige officiellt är ett av EU:s vinodlande länder.

Alkoholpolitiska effekter

Inga experter inom alkoholforskningen förutser några speciella negativa ef- fekter för alkoholpolitiken. Inga sådana har heller konstaterats i Finland. Det praktiska genomförandet av gårdsförsäljning kräver givetvis ett regelverk som säkerställer god kontroll, inte minst att försäljning inte sker till ungdomar. En gårdsbutiks tillstånd skall efter varning kunna dras in om missförhållande uppdagas.

Ciderproducenter i Sverige

Trots att gårdsförsäljning inte är tillåtet i Sverige och trots alla problem och ofördelaktiga regler för ciderproducenterna i Sverige har det vuxit upp flera spännande verksamheter runtom i Sverige. Bland dessa producenter märks:

- ? Kiviks Musteri AB, beläget på Österlen i Skåne. De tillverkar olika sor- ters cider, både med alkohol samt alkoholfria.

Närproducerat vin och fruktvin på Systembolaget

Systembolaget har under 2008 gjort en förändring av sin sortimentspolicy som innebär att producenter av vin och fruktvin får sälja sina drycker i en systembutik (den närmaste). Även om detta är en välkommen attitydföränd- ring ger den inte alls samma positiva effekter som gårdsbutiker.

I en debattartikel av den 7 september 2009 framförde Systembolagets vd Magdalena Gerger att gårdsförsäljning av t.ex. vin går att förena med svensk alkoholpolitik. Genom att utveckla Systembolagets service och introducera e- beställning på deras hemsida ser Systembolaget en möjlighet att möta önske- målen från allmänheten och gårdsproducenterna. Planen är att göra det möj-

Fel! Okänt namn på

ligt för semestrande gårdsbesökare att beställa gårdsproducerat vin via Systembolagets nya e-beställningstjänst. Varorna kan sedan hämtas i någon av företagets 412 butiker.

Magdalena Gergers utspel vittnar om en okunskap om hur gårdsförsäljning fungerar i praktiken. Utökad service genom e-handel är självfallet positivt för konsumenterna, men ersätter inte på långa vägar gårdsförsäljningen vi eftersträvar. E-handelssystemet tilltalar inte vare sig svenska eller utländska besökare. Attraktionen består i att varan säljs direkt till turister och andra besökare till anläggningarna. Många av vinodlarna i Sverige är hobbyodlare och i så gott som samtliga fall rör det sig om småskalig verksamhet. Volymen är liten och det framställda vinet blir dyrt, vilket medför begränsade möjligheter att få det sålt via Systembolaget. I dagsläget sker beställningarna en flaska i taget till respektive kund runt om i landet. När tillverkaren sedan distribuerar varan via beställningssortimentet avgår över 100 kr/flaska till Systembolaget och logistik, vilket raderar ut hela vinsten. De små gårdsproducenterna diskrimineras fortsatt och detta är inget som sortimentspolicyn eller e-handelssystemet kommer att förändra.

Vår vision och exempel från andra länder visar att den här typen av vinerier ofta blir små lanthandlar för närproducerade, ekologiska produkter som grönsaker, honung, kryddor, ost, m.m. Vinerierna skapar härigenom positiva synergieffekter för hela landsbygden.

SOU 2009:22 En ny alkohollag

I den aktuella utredningen rekommenderas ett totalförbud av gårdsförsäljning av bl.a. vin och cider. Utredningens bedömning lyder: "Försäljning av starköl, vin, spritdrycker direkt från tillverkaren bör inte tillåtas då det inte är förenligt med Systembolagets monopolställning. Sådan försäljning av starköl och spritdryck skulle dessutom vara olämplig från alkoholpolitisk synpunkt." Det anförda är förvånande eftersom utredningen tydligt redogör för gårdsförsäljningens positiva effekter, inte minst på tillväxten av näringsverksamheten på landsbygden. Gällande cider konstaterar utredningen dessutom att det inte finns några bärande alkoholpolitiska skäl mot att tillåta gårdsförsäljning av vin, fruktvin, cider eller liknande under förutsättning att volymen alkohol uppgår till högst 15 procent och att det rör sig om småskalig produktion. Detta resonemang gör att utredningens slutliga bedömning framstår som än märkligare.

Utredningens förslag om att gårdsförsäljning bör förbjudas är fullkomligt omotiverat. Syftet med ett tillåtande av gårdsförsäljning är inte att monopolet skall avvecklas utan att småskaliga tillverkare av cider skall få möjligheten att sälja direkt från sina gårdar. Detta tillämpas som tidigare nämnts i hela Europa inklusive Finland (som också har ett monopol). Remissinstanser som Jordbruksverket, Tillväxtverket, LRF, SHR och Företagarnas riksorganisation ställer sig positiva till gårdsförsäljning. Vidare har EU-kommissionen understrukit att gårdsförsäljning av t.ex. lokalproducerat öl och vin är juridiskt förenligt med vårt försäljningsmonopol. Gårdsförsäljning av cider utgör inget

Fel! Okänt namn på

hot, varken mot folkhälsan eller mot Systembolagets och alkoholmonopolets fortsatta existens.

Positiva effekter av gårdsförsäljning

- ? Gårdsbutiker skapar nya jobb i både odling, framställning och handel.
- ? Landsbygden får en ny näringsgren. Gårdsbutiker bidrar därmed till en mer mångfasetterad landsbygd.
- ? Gårdsbutiker skapar en sund och livaktig landsbygdsturism.
- ? Miljön vinner på både kortare transporter och fler bär- och fruktodlingar.
- ? Avsättning för vilda bär inom landet skapas, exempelvis blåbär, lingon, hjortron.
- ? Bättre övervakning av ålders- och nykterhetskontrollen i alla butiker.
- ? Gårdsbutiker skapar positiva synergieffekter för andra närproducerande, ekologiska tillverkare.

Sammanfattning

Producenterna borde ha rätt att få rimliga möjligheter till avsättning av sina produkter. Det skulle skapa nya arbetstillfällen och ökad avsättning för svensk odling, liksom för tillvaratagandet av svenskproducerade produkter. Det skulle även bidra till en ökad inhemsk turism. I Finland har vi noterat alla dessa positiva konsekvenser till följd av möjligheterna till gårdsförsäljning.

Stockholm den 5 oktober 2009

Per Bill (m)

Henrik von Sydow (m)

Rolf K Nilsson (m)

Ola Sundell (m)