

Motion till riksdagen 2025/26:2473

av **Ann-Charlotte Hammar Johnsson m.fl. (M)**

Gårdsförsäljning av alkoholdrycker

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om gårdsförsäljning vad gäller tillståndprocesser, informationskrav och råvaruregler för att underlätta för producenter och besöksnäringen och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Den 1 juni 2025 blev det möjligt att bedriva gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker i Sverige. Detta har öppnat nya möjligheter för lokala producenter att sälja vin, öl och andra alkoholhaltiga drycker direkt till konsumenter och besökare. Besöksnäringen kring lokala vingårdar och bryggerier har blomstrat på många håll. Bussresor, privata rundvandringar och spridning av produktinformation via vänner och bekanta ökar intresset och försäljningen. Samtidigt har genomförandet av lagen visat på flera utmaningar och begränsningar. Frågan om krav på flaskstorlekar och paketering som inte är anpassade till marknadens faktiska behov är en av dessa. De flesta personer köper en eller ett par flaskor vin med sig men det borde vara möjligt och rimligt att kunna erbjuda servicen av att kunna köpa en kartong om kunden så önskar. Vin säljs i regel i kartonger om sex flaskor, en standard som är praktisk för hantering och transport, underlättar lagerhållning och stapling, samt ger en balanserad och lämplig mängd för både försäljning och konsumentköp.

Kommuners handläggning av tillstånd är en annan fråga som varierat stort. På vissa håll långsam och byråkratisk, vilket påverkat företagens ekonomi negativt. Berättelserna är olika. Det finns de bryggerier som försökt men avstått från gårdsförsäljning till slut då kommunens byråkrati varit för omfattande. Bryggerier har också uttalats att det inte är lönsamt att gå med i gårdsförsäljning. Det 30 minuter långa obligatoriska informationstillfället vid varje besök innan köp är ett sådant inslag som bör ses över.

Detta bör följas upp här och nu för att kunna justeras. Det vittnas om att handläggningstider i kommunerna tillsammans med kraven vid att kunna få bedriva gårdsförsäljning varit oproportionerliga. Med det menas att den som redan har tillståndet för att tillverka och sälja till Systembolaget fått göra om hela ansökan från start som om de var helt nya inom branschen. Här behöver staten ge en vägledningen och tolkning som är rimlig. Kraven på att ge information om alkoholens skadeverkningar är i praktiken hårdare för gårdsförsäljning än för Systembolaget, vilket skapar onödiga hinder för gårdsförsäljning. Det behöver finnas en proportionalitet även i detta och därför bör det från lagstiftaren utfärdas en begäran om riktlinje till ansvarig myndighet som bör utfärda en sådan. Producenter har uttryckt frustration och varierande känslor, där hantverksbryggerier är de som har det tufft och svårt med det nuvarande upplägget för gårdsförsäljning. Det framkommer från besökare att man inte är i behov av att ha sett stältankar runt om i landet. Ett kunskapshöjande evenemang är för många att slå in öppna dörrar, då de redan har ett fördjupat intresse av öl.

Markfrågan och odling kontra tillverkning av viner är en annan fråga. Det är allmän känt att hela vinvärlden beskriver att en vinproducent köper in druvor.

Inom ramen för gårdsförsäljningen tillåts inte inköp av druvor, vilket hindrar små producenter i vårt land från att växa och säkerställa lönsamhet. Det är en viktig fråga att som lantbruk i Sverige kunna sälja sina druvor till andra som tillverkar vin, då svensk åkermark passar bättre till vinodling än till annat jordbruk på sina håll. Därför bör detta beaktas inom ramen för en levande landsbygd och att kunna skapa ökade möjligheter inom jordbruksbranschen.

Äger man mer än 1 000 hektar kan man hitta en del differentierad mark att nyttja och det skapar arbetsinsatser på olika sätt med olika grödor. Perenna druvor hjälper till att sprida arbete och risker.

Utbildning för att kunna arbeta med vinproduktion bör utredas för att skapa yrkesmässiga anställningar med de nya möjligheter som gårdsförsäljning erbjuder.

Detta inom ramen för gymnasiet på lantbruksprogrammet med inriktning mot trädgård med fokus på odling av frukt och bär.

I södra Europa är gårdsförsäljning av lokalt producerade varor en viktig del av landsbygdens näringsliv och intäkter. Även gårdsförsäljning av öl och vin har blivit ett naturligt inslag för besöksnäringen och turistsektorn. I Sverige har lokala alkohol-producenter sedan 2008 kunnat sälja sina produkter på närmaste systembolag.

Enligt branschorganisationen Svenskt Vin har Sverige 2025 runt 50 registrerade vinproducenter i landet. Vinproduktionen i Sverige återfinns främst i Skåne.

Förra året gick den första tävlingen i sitt slag The Swedish Wine Tasting 2024 av stapeln och slutomgången hölls i Ängelholm i biltillverkaren Koenigseggs lokaler. Svenska viner ställdes mot europeiska i blindtest. Svenskt vin hamnade i topp och på listans första åtta platser återfanns fyra svenska. Två från Kullabergs Vingård i Höganäs, varav det ena vann hela tävlingen, och två från Flädie Vingård utanför Lund.

1. Sverige Kullabergs Vingård Skåne 2. Frankrike 3. England 4. Frankrike 5. Italien 6 plats Sverige Flädie Vingård Skåne, 7 Sverige Flädie Vingård Skåne, 8 plats Kullabergs Vingård Skåne.

Från den svenska uttagningen till den första delen av tävlingen i Stockholm tog sig elva av tolv viner från Skåne. Listan från första omgången inklusive de ovan nämnda ser ut som följer: 9. Frankrike, 10. Portugal, 11. Spanien, 12. Sverige Lottenlund Estate Skåne, 13. Österrike, 14. Sverige Flädie Vingård Skåne, 15. Sverige Flädie Vingård Skåne, 16. Sverige Ästad Vingård Halland, 17. Sverige Klagshamns Vingård Skåne, 18. Italien, 19. Spanien, 20. Frankrike. Att så många svenska viner återfinns i en tävling med viner som har liknande stil i samma prisklass i konkurrens med viner från välkända producenter och väletablerade vinländer måste ses som en svensk framgång.

Turism

Vinturism tar plats som ett viktigt inslag i vinodlingar runt om i världen. Här har Skåne och Sverige möjlighet att utveckla besöksnäringen. Den regionala ekonomin utvecklas genom att vinbesökare inte enbart köper vin utan också gör andra besök och inköp i regionen när de övernattar och intar sina måltider.

När det kommer till andra länder finns det en rapport från Nya Zeelands turistförening som presenterar information om vinturism i landet 2014. Trots att rapporten har tio år på

nacken visar den att antalet turister som besökt en vingård redan då kom upp i en siffra på 220 000 per år mellan åren 2009 och 2013. Det motsvarar cirka 13 procent av alla turister enligt Tourism New Zealand som RUT har tittat på. I rapporten framkommer det också att utländska vinturister spenderar drygt 32 procent mer än den genomsnittliga turisten redan 2013. Australiens branschorganisation har i en studie om australiensisk vinindustri fått fram att varje krona som produceras i vinindustrin genererar 2 kronor indirekt i de branscher som kan kopplas till andra branscher och man beräknar att varje sysselsatt person i vinindustrin genererar ytterligare 1,1 till 1,5 till andra branscher. Därmed kan vi med blicken framåt se möjligheterna för svensk gårdsförsäljning av vin kopplat till turism, besöksnäring och att bo, leva och verka på vår landsbygd. Vi vet nu att gårdsförsäljning gett Skåne och Sverige ett uppsving för kulinarisk turism med upplevelsebaserad besöksnäring. Vi vill därför framhålla vikten av vad gårdsförsäljning kan inbringa genom turism i Sverige. Därför är det glädjande att regeringen nu tagit steg för att slopa det så kallade matkravet som förstör för företagen inom besöksnäringen. Kravet på eget kök är förlegat.

Två olika verksamheter kan samverka och det är orimligt att varje lokal ska ha ett kök som inte behöver nyttjas. Det är varken hållbart eller ekonomiskt försvarbart. Som exempel kan nämnas att ett företag köper lokalen intill och utökar sin verksamhet och då får krav på att kök ska finnas i båda lokalerna. Inom ramen för turism finns också lokaler med serveringstillstånd som dels har sin ordinarie verksamhet men som även hyr ut till privata sällskap. Här bör alkohollagen kunna ge möjlighet för att hänsyn tas till dagens förutsättningar för att en växande turism och besöksnäring.

Denna motion ställer sig samtliga skånska moderata riksdagsledamöter bakom.

Ann-Charlotte Hammar Johnsson (M)

Ulrika Heindorff (M)

Noria Manouchi (M)

Peter Ollén (M)

Boriana Åberg (M)

Lars Johnsson (M)

Emma Ahlström Köster (M)

Ludvig Ceimertz (M)

Lars-Ingvar Ljungman (M)