

## Motion till riksdagen 2006/07:So423

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

# Gårdsförsäljning av egenproducerad cider

## Förslag till riksdagsbeslut

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

## Motivering

När Sverige blev medlem av EU 1995 upphörde flera av monopolerna på alkoholområdet, t.ex. import, tillverkning och partihandelsförsäljning – detta för att anpassa Sverige till den inre marknadens friheter. 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. Systembolaget fick inte diskriminera producenter inom EU.

## Problem för inhemska producenter

Systembolaget ska ha ett utbud som motsvarar ett tvärsnitt av drycker från hela världen. Inget land, område eller någon producent får diskrimineras. Alla offerter ska bedömas lika, oavsett ursprung. Detta innebär att endast en bråkdel av alla världens ciderproducenter ges tillträde till den svenska marknaden.

Svenska producenters möjlighet att få in sina drycker i Systembolagets sortiment är – och ska givetvis vara – lika små som utländska producenters eftersom dessa annars skulle bli diskriminerade. Systembolaget gör också allt för att undvika att anklagas för det, ty då skulle deras monopolställning äventyras.

## Fel! Okänt namn på

Systembolagets storskalighet innebär också ett hinder. Monopolet ska förse hela Sverige, vilket kräver stora kvantiteter. Inhemska ciderproducenter saknar ofta möjlighet att tillgodose detta, vilket i synnerhet gäller för nyetablerade företag.

Ett annat problem är Systembolagets nya sortimentssystem som innebär flera nackdelar för inhemska producenter. Dels minskas det totala sortimentet, dels minskas den andel av den enskilda butikens sortiment som butikschefen själv får bestämma över – och där det tidigare fanns ett visst utrymme för lokala producenter – till 20 %. Framför allt innebär det nya systemet att kravet på butikerna att hålla ett brett sortiment i lager minskar. Tanken är i stället att fler produkter ska beställas. De mer ovanliga produkterna, som inhemsk cider, blir därmed mer svårtillgängliga för kunderna, som inte längre kan välja dem spontant, utan måste planera ett sådant inköp.

Att sälja via Systembolaget blir alltså svårt för våra inhemska producenter. Deras villkor blir helt annorlunda än deras utländska kollegers. I andra länder kan producenterna sälja direkt till sin hemmamarknad. En fri cidermarknad tenderar även att gynna det egna områdets produktion. I synnerhet gäller det den lokala närmarknaden som är helt essentiell för mindre producenter. Den här gårdsförsäljningen är ett billigt och enkelt sätt att sälja dryckerna. Det behövs inga mellanled eller någon fördyrande distribution.

Svenska producenter är tyvärr förhindrade att göra samma sak på grund av monoopolet. Det här försätter den inhemska produktionen av cider i en omöjlig sits. Å ena sidan råder näringsfrihet och inget tillverkningsmonopol. Å andra sidan finns det bara en möjlighet att sälja cider till kunderna och det är genom Systembolaget, som inte får särbehandla svenska drycker. Därför vore det önskvärt att tillåta gårdsförsäljning i Sverige.

## Ciderproducenter i Sverige

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 sorters cider, både med alkohol samt alkoholfria.

## Det finska exemplet

Ett konkret exempel är Finland som likt Sverige har försäljningsmonopol på alkoholhaltiga drycker. Där är det tillåtet för inhemska vinproducenter att bedriva gårdsförsäljning. På den egna gården kan man sälja fruktvin till besökare. Det har avsevärt gynnat de inhemska producenterna och dessutom inne-

Fel! Okänt namn på

burit en ny form av turistnäring. Intresset har varit stort att åka runt på landsbygden och besöka vingårdar.

Gårdsförsäljningen innebär ett litet undantag från finska Alkos monopol, men i själva verket har den finska lösningen stärkt monopolet. Det hindrar inte längre näringsfriheten för de inhemska producenterna, men Alko kan samtidigt tillämpa konkurrensneutrala principer vad gäller upphandlingen till sitt eget sortiment.

Även finska myndigheter är positiva till gårdsförsäljningen, vilket inte minst illustreras av att de överväger att utöka dryckeskategorier som ska få säljas. Förutom fruktvin ska det även gå att sälja inhemskt producerade likörer med lägre alkoholhalt.

## Eventuella invändningar

Det finns farhågor om att en gårdsförsäljning skulle utmana Systembolagets monopol. Förvisso sker ett undantag från detaljhandelsmonopolet, men det är den enda lösning som kan förena näringsfriheten med den fria konkurrensen. Alternativet är att helt avveckla monopolet.

Vad gäller alkoholpolitiska aspekter innebär gårdsförsäljning naturligtvis en ökad tillgänglighet. Det är förstås oerhört viktigt att poängtera att gårdsförsäljningen måste underkastas samma regler och samma tillsyn som annan alkoholförsäljning för att stävja att alkohol säljs till minderåriga. Sådant ska beivras på samma sätt som sker vad gäller restauranger eller Systembolagets butiker.

## Positiva effekter

Producenterna av svenskt fruktvin (och vin) borde ha rätt att få rimliga möjligheter till avsättning av sina produkter. Det vore till gagn för Sverige, särskilt landsbygden, om fruktvinsproduktionen åter kunde etablera sig som en svensk näring, vilket den var före monopolets införande vid början av 1900-talet. Det skulle skapa nya arbetstillfällen och ökad avsättning för svensk frukt- och bärodling, liksom för tillvaratagandet av vilda bär. 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 29 oktober 2006

*Per Bill (m)*

*Ola Sundell (m)*

*Henrik von Sydow (m)*