

Motion till riksdagen 2009/10:So236

av **Maria Plass (m)**

Gårdsproducerat direkt till konsumenterna

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om nödvändigheten av att tillåta svenska gårdsproducenter att sälja egenproducerade alkoholdrycker i form av vin, öl och cider direkt till konsumenterna och vid gården.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om nödvändigheten av att tillåta svenska gårdsproducenter att servera sina alkoholhaltiga drycker i form av vin, öl och cider direkt till en potentiell konsument genom utskänkningstillstånd specialformulerat för detta ändamål.

Motivering

I och med Sveriges inträde i EU år 1995 upphörde flera av monopolerna på alkoholområdet, bland annat inom import, tillverkning och partihandelsförsäljning. Sverige valde dock av alkoholpolitiska skäl att behålla detaljhandelsmonopolet, Systembolaget. Detta villkorades med att Sverige inte fick diskriminera producenter inom EU. Det är ett villkor som idag gör att vi snarare diskriminerar producenter på den egna marknaden.

Den svenska alkohollagen ger Systembolaget ensamrätt att sälja drycker med en alkoholhalt överstigande 3,5 procent över disk. Systembolaget har således monopol på all detaljhandel av vin, starköl, starkcider samt andra spritdrycker. För svenska producenter av dessa innebär monopolet ett förbud att sälja från den egna produktionen direkt till konsumenten. Sverige är det enda landet i EU där så är fallet. Finland har en motsvarande reglering av alkoholförsäljning över disk men har sedan år 1995 förenat sitt handelsmonopol med reglerad gårdsförsäljning. Gårdsförsäljning i Finland möjliggör för

Fel! Okänt namn på

producenten att bedriva handel med egna viner, öl och cider utan monopolet som mellanhand.

Svenska gårdar som producerar alkoholhaltiga drycker bör tillåtas en reglerad försäljning av egenproducerade viner, öl och cider under kontrollerade former och direkt till konsument. Sverige kan, inom ramen för sin restriktiva alkoholpolitik och sitt medlemskap i EU, tillåta gårdsförsäljning och samtidigt bevara alkoholmonopolet för övrig detaljhandel. Kvalitet och kontroll kan säkras även när Systembolaget inte är mellanhand och ensamt försäljningsställe över disk. Tillåten gårdsförsäljning skulle vara betydelsefull framför allt för företagandet och turismen på landsbygden. Svensk dryckeskultur skulle gynnas och vår tillgång till närproducerade alternativ berikas.

För gemene svensk är tanken på att köpa ett svensktillverkat vin från en gård i exempelvis Bohuslän främmande. Men nya druvor och nya utvecklingsmetoder har under senare år öppnat för vinproduktion i Sverige. Intresset för småskaligt och närproducerade livsmedel, däribland viner, har ökat. Föreningen Svenska vinodlare listar ett tjugotal svenska vingårdar i medlemsregistret. Dessvärre sätter dagens alkoholpolitiska regleringar käppar i hjulet för våra svenska producenter. Den näringsfrihet som EU-inträdet villkorar är för dem inte en realitet. Marknadsmöjligheterna och tillgängligheten för svenska gårdsproducenter är orimligt begränsade.

Systembolaget beslutade år 2008 att utöka sin service till landets lokala alkoholproducenter. Producenterna fick möjligheten att, efter ansökan, få sina produkter på hyllorna i den närmsta butiken. En dokumenterad kundefterfrågan ska först påvisas och den lokala butiken få ett skriftligt godkännande från Systembolagets huvudkontor, sedan kan produkterna lagerföras. Bakgrunden till beslutet var att Systembolagets försäljningsstatistik visade att det finns en stor efterfrågan på närproducerade produkter i butikerna. Lösningen skulle förenkla för små producenter och förbättra tillgängligheten. Detta i syfte att minska behovet av försäljning vid gården eller produktionsanläggningen, med motivering att en sådan lösning skulle hota alkoholmonopolet av bland annat EG-rättsliga skäl. Nålsögat för svenska gårdsproducenter att ingå i Systembolagets sortiment vidgades dock inte nämnvärt. Tillgängligheten för konsumenter och framför allt gårdsbesökare förbättrades marginellt.

I september 2009 presenterade Systembolaget en ny form av utökad service till gårdarna, också den men det huvudsakliga syftet att mota tillåten gårdsförsäljning. Via en ny e-beställningstjänst, där Systembolaget är fortsatt mellanhand, vill man ”möta önskemålen från allmänheten och gårdsproducenterna”. Gårdsbesökare ges med e-beställningstjänsten möjligheten att handla gårdsproducerat för avhämtning vid något av monopolets egna försäljningsställen, vid närmsta butik eller hemmavid och under Systembolagets öppettider. Det är svårt att utläsa fördelarna för gårdarna eller för den delen gårdsbesökarna. Av turistnäringens besökare är en tredjedel från utlandet (Nutek Fakta 2008). För dem kan nyttan med e-tjänsten antas bli minimal. Turismfrämjandet är centralt i frågan om gårdsförsäljning, och man tycks vara oförstående för vad det innebär för konsumenten att kunna handla vid gården som en del av besöksupplevelsen. Detta leder vidare till den primära

Fel! Okänt namn på

invändningen mot Systembolagets e-beställningstjänst, den att tillverkarna fortsatt skulle sakna rätten att sälja de egna varorna direkt till konsument. E-beställningssystemet är dessutom ineffektivt eftersom distributionen kommer att kräva en utökad administration i flera led samt resultera i onödiga och miljöbelastande transporter. Systembolagets alternativ till gårdsförsäljning möter inte på ett tillfredsställande sätt vad allmänheten och gårdsproducenterna efterfrågat. Marknaden för svenskproducerat kommer också fortsättningsvis att vara ofri med Systembolagets krångel och rigida sortimentspolicy. Gårdsföretagandet och turismen kommer att öka mindre än vad det finns potential till.

Alkohollagsutredningen (SOU 2009:22) behandlade frågan om gårdsförsäljning. Utredarna gjorde oriktigt bedömningen att tillåten gårdsförsäljning skulle inskränka Systembolagets ensamrätt samt vara oförenligt med EG-rättens regler om icke-diskriminering av utländska producenter. Systembolagets företrädare instämmer enligt exemplet ovan i att tillåten gårdsförsäljning inte är förenligt med Systembolagets monopolställning och skulle strida mot gällande EG-rätt. EU-kommissionen gör dock en annan bedömning. EU-kommissionen gav i mars 2009, genom sin konkurrenskommissionär, sitt svar på frågan om det föreligger EG-rättsliga hinder mot att Sverige tillåter gårdsförsäljning. Svaret var att Sverige kan tillåta gårdsförsäljning givet att svensk lag inte diskriminerar någon producent. Gårdsförsäljning är förenligt med monopoliet och ett undantag för gårdsförsäljning skulle inte per automatik fordra att det statliga handelsmonopolet måste avskaffas.

Kritiker till gårdsförsäljning menar även att gårdsförsäljning skulle gå emot riksdag och regerings alkoholpolitiska mål. Erfarenheterna från Finland tyder dock på att reglerad gårdsförsäljning inte leder till nykterhetsproblem eller ökad totalkonsumtion. Försäljningen tillåts under samma tider som detaljhandelsmonopolets öppettider i det finländska exemplet och under kontrollerade former. Företrädesvis är gårdsprodukter för dyra och exklusiva för att attrahera den vill missbruka istället för att bruka. Gårdarnas geografiska placering är som oftast avsidat. Beträffande risken för att produkter säljs till ungdomar samt för överservering, ska naturligtvis samma befintliga regelverk om en ansvarsfull alkoholhantering tillämpas. Alkohollagsutredningen redogjorde dessvärre inte för hur en tillståndsgivning till producenter kunde inrättas så att kontrollen över alkoholförsäljningen vidmakthölls. En restriktiv alkoholpolitik bör kunna föras även vid en reglerad försäljning av alkohol från gårdar, samtidigt som Systembolaget fortsätter sitt uppdrag.

Jordbruksverket lämnade i sitt yttrande till Alkohollagsutredningen (Dnr 3287/09) kommentarer med utgångspunkt i landsbygdsföretagandets möjligheter och utmaningar. Med åberopande av den svenska turistnäringens goda potential, framväxten av gårdsförsäljningsnäringar inom andra livsmedelsområden samt profileringen av Sverige som matland ställer sig Jordbruksverket positivt till gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker. Man understryker att gårdsförsäljning kan skapa nya affärsmöjligheter för företagandet på landsbygden. Förenklingsåtgärder för gårdsföretagen efterfrågas eftersom den administrativa bördan för dem idag upplevs som mycket begränsande och kan verka tillväxthämmande.

Fel! Okänt namn på

Gårdsförsäljning kan bli betydelsefull för våra småskaliga producenter och företagandet på landsbygden. Näringarna kan bidra till ekonomisk tillväxt och sysselsättning. Lokal mat- och dryckesproduktion är en viktig del i att göra landsdelar attraktiva. Med tillåten gårdsförsäljning kan den växande upplevelse- och landsbygdsturismen utvecklas och dess konkurrenskraft stärkas. Svenska och utländska gårdsbesökare kan erbjudas en helhetsupplevelse motsvarande vad gårdsbesökare erbjuds i andra EU-länder. Därtill skulle svenska konsumenters ökande efterfrågan på närproducerade livsmedel kunna mötas av ett förbättrat utbud av också vin, starköl, starkcider och andra spritdrycker. Den lokala mat- och dryckeskulturen är viktig för alla delar av landet. Därför bör gårdsförsäljning även inkludera exempelvis ölmikrobryggerier i tätbygden. Producenter ska ha jämgoda möjligheter att sälja sina produkter direkt till besökare och konsumenter, inom Sverige och inom EU.

Ett annat problem som gårdsproducenter möter är den med utskänknings-tillstånd. Exempelvis tillåts svenska vinodlare inte att hålla provsmakningar på vingården, till skillnad från vinproducenter i övriga EU. För att provsmakning ska få äga rum måste det handla om slutna sällskap där deltagarna är anmälda på förhand. Visserligen finns möjligheten att låta potentiella kunder smaka på vinet om odlaren har köpt en flaska av sig själv för att bjuda på sitt eget vin, en möjlighet som sällan kan bokföras på "pluskontot". Redan här faller tanken på att Sveriges vinodlare i Skåne eller Östergötland skulle kunna attrahera turister genom att erbjuda vinresor likt dem till Toscana eller Bordeaux. Det är inte rimligt att internationella besökare vid svenska vingårdar inte kan provsmaka viner, lika orimligt som att de ska förväntas gå den långa och krångliga vägen via Systembolagets beställningssystem.

Stockholm den 24 september 2009

Maria Plass (m)