

Motion till riksdagen

2010/11:So504

av **Per Bill (M)**

Gårdsförsäljning av egenproducerat öl

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om gårdsförsäljning av egenproducerat öl.

Motivering

På 1990-talet upphörde flera av monopolen på alkoholområdet, t.ex. import, tillverkning och partihandelsförsäljning. Detta skedde för att anpassa 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 utländska när det gäller tillgång till den viktiga egna närmarknaden. I praktiken diskrimineras närproducerade (svenska) drycker i förhållande till drycker från övriga EU och världen.

Under förra mandatperioden diskuterades en ny alkohollag. Frågan om gårdsförsäljning hänvisades dock till en ny utredning. Undertecknad välkomnar utredningen och hoppas att denna skall resultera i att gårdsförsäljning av egenproducerad öl kommer att tillåtas i Sverige.

Fel! Okänt namn på

Problem för inhemska producenter

Systembolaget skall ha ett utbud som motsvarar ett tvärsnitt av drycker 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.

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 kunde monopolställningen ifrågasättas. Den helt övervägande delen av svenskproducerade drycker kommer således inte in i Systembolagets sortiment.

Systembolagets storskalighet innebär ett annat hinder. Monopolet skall förse hela Sverige, vilket kräver stora kvantiteter. Även Systembolagets krav på god lönsamhet gör att man har inköpsregler som gynnar storskaliga leverantörer. Inhemska vin- och fruktvinproducenter 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 för såväl producent som kund och är dessutom mer miljövänlig. Lokal, småskalig och mångfasetterad produktion vore omöjlig utan försäljningsmöjligheterna.

Ölproducenter i Sverige

Trots alla problem och ofördelaktiga regler för ölproducenterna i Sverige har det vuxit upp flera spännande verksamheter runtom i Sverige. Bland dessa producenter märks:

- ? Gamla Slottskällans Bryggeri AB, beläget i Uppsala i Uppsala län. De tillverkar diverse olika ölsorter.
- ? Nils Oscar Company AB, beläget i Nyköping i Södermanlands län. De tillverkar både öl och sprit.

Det finska exemplet

Finland har likt Sverige försäljningsmonopol på alkoholhaltiga drycker. Skillnaden är att det i Finland är tillåtet för inhemska vinproducenter att bedriva gårdsförsäljning. På den egna gården kan tillverkaren sälja vin till besökare, vilket betyder att Finland har gjort ett undantag från sitt försäljningsmo-

nopol för vin och fruktvin. Försäljning i gårdsbutik av egenproducerade drycker har, med speciella bestämmelser och begränsningar, tillåtits. Exemplet är visserligen inte direkt tillämpligt på öl men visar ändå på ett tillvägagångssätt för hur ett statligt monopol kan förenas med småskalig produktion av alkoholhaltiga drycker.

Verksamheten har fungerat utmärkt och medfört en blomstring av den finska landsbygden. Inhemsk turism har ökat starkt och arbetstillfällen skapats. Fruktvinsnäringen har fått en stark folklig förankring. Finlands lagstiftning kan skapa underlag för en svensk motsvarande lagstiftning. Härigenom kan problem undvikas och tid vinnas. Självklart kan det finnas specifikt svenska förhållanden som motiverar särskilda lösningar.

Alkoholpolitiska effekter

Inga experter inom alkoholforskningen förutser några speciella negativa effekter för alkoholpolitiken. Inga sådana har heller kunnat konstateras 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 uppdras.

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 attitydförändring 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 alkohol går att förena med svensk alkoholpolitik. Genom att utveckla Systembolagets service och introducera e-beställning på deras hemsida ser Systembolaget en möjlighet att möta önskemålen från allmänheten och gårdsproducenterna. Planen är att göra det möjligt 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. 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.

Fel! Okänt namn på

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

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 25 oktober 2010

Per Bill (M)