



Till Socialdepartementet
s.remissvar@regeringskansliet.se
s.fs@regeringskansliet.se
paula.ericson@regeringskansliet.se

Stockholm 2022-06-08

Remissyttrande avseende betänkandet En möjlighet till småskalig gårdsförsäljning av alkoholdrycker (SOU 2021:95)

Sveriges Bryggerier är den svenska bryggerinäringens branschorganisation sedan 1885. Våra medlemmar producerar öl, cider, vatten, läsk och blanddrycker och står för ca 90% av alla volymer på den svenska marknaden. Vi arbetar med branschgemensamma frågor rörande produktion, tillväxt, samhällsansvar och hållbarhet.

Sveriges Bryggerier tackar för möjligheten att få inkomma med synpunkter på betänkandet från gårdsförsäljningsutredningen. Sveriges Bryggerier välkomnar utredningens förslag, men vill lyfta fram några prioriteringar och några punkter där vi inte delar utredningens slutsatser.

Gårdsförsäljning i samklang med Systembolaget

Sveriges Bryggerier stödjer Systembolagets ensamrätt för alkoholdrycker över 3,5 volymprocent. Majoriteten av medlemmarna i Sveriges Bryggerier har Systembolaget som huvudsaklig kund och värnar denna affär. Systembolaget har genom sitt sortiment *Lokalt och småskaligt* (TSL) som introducerades 2014, bidragit till bryggeriernas möjlighet att etablera sig och växa. Bryggerierna erbjuder möjligheten att sälja sina drycker i Systembolagets butiker lokalt, samt vara beställningsbara till alla butiker över hela landet. Bevarandet av Systembolaget är en absolut förutsättning vid ett eventuellt införande av gårdsförsäljning.

Möjligheten att kombinera Systembolaget med gårdsförsäljning har varit oklar, men nu visar utredningens analys att en viss form av gårdsförsäljning är möjlig att införa. Trots det uppstår tveksamheter när utredningen framhåller möjligheten att "backa bandet" i det fall att EU-kommissionen eller EU-domstolen skulle göra en annan bedömning.

Regeringen efterfrågar särskilt remissinstansernas synpunkt på denna möjlighet. Sveriges Bryggerier är inte kvalificerad att göra en bedömning om möjligheten att "backa bandet", men vill framhålla att det är angeläget att regeringen klargör möjligheten i det fall att det skulle krävas.

Vi vill även belysa att Systembolaget i ett särskilt yttrande i utredningen säger att man inte delar utredningens uppfattning att ett införande av gårdsförsäljning inte kommer att påverka Systembolagets TSLS-sortiment. För Sveriges Bryggeriers medlemmar är TSLS en betydande försäljningskanal och det är viktigt att detta sortiment kan leva kvar även i det fall att gårdsförsäljning införs.

Turism och besöksnäring – inte alkoholproduktion

Utredningens bedömning är att gårdsförsäljning inte kan utformas med utgångspunkten att stödja svensk alkoholproduktion. Däremot anser utredningen att gårdsförsäljning som utformas med utgångspunkt i att stödja besöksnäringen bör vara möjlig att rättfärdiga EU-rättsligt.

Sveriges Bryggerier uppskattar ansatsen i denna utgångspunkt, men vänder sig mot slutsatsen att det endast kan inkludera en näring i liten skala, det vill säga oberoende alkoholproducenter utan koppling till större företag och som tillverkar mindre än 75 000 liter spritdrycker, 500 000 liter jästa drycker med upp till 10 volymprocent alkohol eller 200 000 liter jästa drycker med mer än 10 volymprocent alkohol.

Om det är besöksnäringen som står i fokus, och alkoholproduktionen endast är en del av detta, så borde det inte spela någon roll hur stor produktionen är. Rent logiskt bör även stora och välbesökta anläggningar, som på flera sätt redan idag är en etablerad del av besöksnäringen, kunna få möjlighet att sälja sina produkter till sina besökare. Att införa en ren diskriminering inom besöksnäringen på grundval av hur stor produktionsvolymen av alkoholdrycker är, framstår som ett riktat stöd till alkoholproducenter snarare än ett generellt stöd till besöksnäringen och borde därmed kunna ifrågasättas av EU.

I det fall att gårdsförsäljning införs bör det inkludera alla dryckesproducenter som vill bli en del av besöksnäringen och som öppnar upp för turism och upplevelser.

Gårdsförsäljning inget hot mot folkhälsan

Utredningen argumenterar för att produktionsbegränsningen skulle krävas av alkoholpolitiska skäl, i kombination med upplevelsekrav och köpbegräsning. Sveriges Bryggerier menar dock att det är upplevelsekravet och köpbegräsningen som har betydelse för att begränsa både de enskildas inköp och gårdsförsäljningens utveckling på marknaden. Införandet av en produktionsbegränsning slår däremot undan logiken för att detta är en satsning på besöksnäringen, straffar de producenter som redan idag är en del av den svenska turistnäringen och motverkar de som genom hårt jobb får sitt företag att växa, med fler arbetstillfällen och bidrag till lokalsamhället som följd.

Risken för vinstmaximering

Utredningen framhåller risken för vinstmaximering som ytterligare ett argument för produktionsbegränsningar. Man ser risken att stora producenter ska etablera butiker som konkurrerar med Systembolaget. Även här kommer upplevelsekravet och köpbegränsningen, tillsammans med prisregleringen, att hantera detta. Dessutom är det ett felaktigt antagande att gårdsförsäljning kommer bli den huvudsakliga inkomstkällan. Möjligheten att kunna sälja egna produkter från bryggeriet kommer givetvis vara av större betydelse för en mindre företagare, men för de större kommer en butik på bryggeriet främst syfta till att öka värdet på besöket för besökarna. Att kunna erbjuda möjligheten att köpa med sig några flaskor hem till middagen efter en kunskapshöjande rundvandring ger en bättre helhetsupplevelse.

Begreppet gårdsförsäljning

Begreppet gårdsförsäljning har en stark koppling till landsbygd. Som Sveriges Bryggerier framfört i kontakter med utredningen är dock en stor del av bryggerierna belägna i mer urban miljö. En del ligger stadsnära, andra i gamla industri – eller bruksområden. Utredningen konstaterar också att en begränsning till gårdar på landet skulle bli alltför för snävt. Antingen måste man då anse att begreppet gårdsförsäljning är något generiskt, som även kan inkludera bryggerier i urban miljö, eller så hittar man ett mer lämpligt uttryck, exempelvis gårds- och bryggeriförsäljning.

För Sveriges Bryggerier,

Erika Danckwardt-Lillieström, Vice vd, Kommunikation & Samhällskontakt