

GÅRDSFÖRSÄLJNING – ALKOHOLINDUSTRINS TROJANSKA HÄST

EN RAPPORT FRÅN IOGT-NTO



Producerad 2020 av IOGT-NTO
Research och text: Torsten Kjellgren
Grafisk form: Simon Heins



Innehåll

1. Inledning	2
2. Vad är gårdsförsäljning?	3
Ingen koppling till gård eller landsbygd	3
Varken egna råvaror eller småskaligt	3
Ingen begränsning till egna produkter	4
Slutsats: privatförsäljning varsomhelst av nästan vemsomhelst	4
Varför det stora politiska intresset?	4
3. Gårdsförsäljning – alkoholindustrins trojanska häst	5
Enkel och billig alkoholtillverkning	5
Två marknader kommer öppnas upp	7
De stora spritbolagen redo för dominans	7
The Absolut Companys flerfrontslobbyism	9
Lantmännen Reppe – en spritproducent med mäktiga kontakter	10
Störst är starkast	12
Ekonomisk vinst driver spritbolagens lobbyintresse	12
4. Vad händer om gårdsförsäljning införs?	13
Ett farväl till detaljhandelsmonopolet	13
Ökad tillgänglighet av alkohol	14
Sämre tillsyn, ålderskontroll och prisreglering	14
Ökad alkoholreklam och marknadsföring	15
5. Vilka är förlorarna på gårdsförsäljning?	16
Försämrade folkhälsa	16
Fler dödsfall, skador och brott	17
Ökad alkoholförsäljning till minderåriga	17
Ökat missbruk och ökade återfall	17
Större socioekonomiska klyftor	18
Mer våld	18
Försämrade samhällsekonomi	18
Referenser	20

1. Inledning

Under de senaste decennierna har en till synes liten och obetydlig fråga upptagit ett stort utrymme i den alkoholpolitiska debatten: så kallad ”gårdsförsäljning” av alkohol. I korthet handlar detta om att tillåta de som tillverkar alkohol att sälja sina produkter direkt till kund istället för genom Systembolaget.

När gårdsförsäljning först kom upp i debatten handlade det om några få vingårdar i södra Sverige. Men sedan dess har konceptet breddats kraftigt till att inbegripa någonting mycket större. Förslaget att införa gårdsförsäljning har länge drivits av starka lobbyintressen som är finansierade av några av Sveriges största alkoholproducenter. Sedan det lanserades för mer än två decennier sen har det också förts fram av opinionsbildare samt inkluderats i en rad politiska överenskommelser. Under den borgerliga Alliansregeringen 2006-2014 genomfördes två statliga utredningar om gårdsförsäljning. I enlighet med den nuvarande rödgröna regeringens samarbete med Centerpartiet och Liberalerna, det så kallade Januariavtalet, ska en tredje utredning på området tillsättas under mandatperioden.

Fyra val, regeringsskifte och snart tre statliga utredningar har passerat. Varför hänger denna till synes obetydliga fråga kvar, och upptar så stort utrymme?

Vid en första anblick kanske många upplever att frågan om gårdsförsäljning låter harmlös, och till och med lite trevlig. Två statliga utredningar har dock fastslagit att ett införande av gårdsförsäljning innebär att det svenska alkoholmonopolet kommer att försvinna.

Denna rapport gräver djupare i konceptet gårdsförsäljning bortom EU-rättsdebatter och effekten på alkoholmonopol. Den förklarar vad gårdsförsäljning verkligen innebär samt kartlägger och förklarar varför några av Sveriges största alkoholföretag finansierat omfattande kampanjer för förslaget. Rapporten klarlägger också vad som händer om gårdsförsäljning införs och på vilket sätt samhället då skulle betala priset för alkoholjättarnas vinster.

2. Vad är gårdsförsäljning?

Frågan om vad gårdsförsäljning egentligen innebär är inte helt enkel. Begreppet skapar föreställningar kring ett införande och vad det skulle innebära. Dessa associationer kan sammanfattas i tre punkter: att försäljningen sker på en liten gård på landsbygden. Att försäljningen består av egenproducerade drycker på lokala råvaror. Samt att försäljarna utgörs av svenska småskaliga lantbrukare med lokal förankring.

Ovanstående är dock vilseledande. Införande av gårdsförsäljning, så som det har förts fram av politiker, opinionsbildare, intresseorganisationer och statliga utredningar, inbegriper någonting helt annat. Systemet innebär nämligen att samtliga tillverkare av alkoholdrycker, oavsett vilken dryck det rör sig om, får bedriva försäljning direkt till konsument.¹

Nästkommande avsnitt klär av konceptet gårdsförsäljning, utifrån den statliga utredningen från 2010, och slår fast vad begreppet egentligen innebär.

Ingen koppling till gård eller landsbygd

Den statliga utredningen SOU 2010:98 fastslog att en geografisk begränsning av gårdsförsäljning till landsbygd i direkt anslutning till råvaruodling och tillverkning, inte är förenlig med principen om fri konkurrens. Begränsningen skulle innebära diskriminering mot vissa producenter, framförallt utländska, som inte har möjlighet att etablera sig på svensk landsbygd.² Diskriminering, det vill säga fördelar för inhemska varor och producenter, är förbjuden inom EU. För att inte diskriminera mellan tillverkare måste alltså försäljning utförd av utländska och inhemska tillverkare tillåtas även på större orter och i städer, utan någon geografisk koppling till tillverkningen. Bilden av en liten vingård på landsbygden är därmed vilseledande.

Varken egna råvaror eller småskaligt

En föreställning kring gårdsförsäljning är att försäljaren själv producerar alkoholen. Men även detta krav är tämligen löst. Det handlar inte om ett krav på produktion av själva alkoholen, utan snarare sluttillverkning av alkoholdryck. Tillverkningen av alkoholdrycken kan bestå av framställning genom jäsning, destillation eller kemisk omvandling. Men lika gärna kan det handla om "förädling" eller "vidarebehandling" genom spädning, filtrering, kryddning, sötning eller blandning.³ I själva verket skulle vem som helst kunna bli tillverkare genom att köpa råsprit eller bulkvin, späda eller blanda för att sedan buteljera innan försäljning till slutkund.

1 För mer information se [IOGT-NTO:s hemsida](#), eller [PM från Alkoholpolitiskt Forum](#)

2 SOU 2010:98, sid 88-89

3 SOU 2010:98, sid 93-94

Ingen begränsning till egna produkter

Gårdsförsäljning går inte heller att begränsa till försäljning av egentillverkade alkoholdrycker. För att inte diskriminera mellan producenter skulle en gårdsförsäljare behöva ha rätt att erbjuda alkoholdrycker även från andra, inrikes- som utrikesproducenter. Om försäljaren endast fick sälja sina egna produkter skulle nämligen producenter från andra EU-länder diskrimineras.⁴

Slutsats: privatförsäljning varsomhelst av nästan vemsomhelst

Innebörden av den gårdsförsäljning som förespråkarna syftar till, har alltså vare sig koppling till gård, landsbygd, närproducerat eller småskalighet. Istället handlar det om en bred öppning för alkoholtillverkare att bedriva privat alkoholförsäljning vid sidan av Systembolaget. Så länge villkoret uppfylls att försäljaren själv producerar, förädlar eller behandlar alkoholdryck blir det möjligt för denna att sälja inhemska och utländska alkoholdrycker, alldeles oavsett var i landet detta sker.

Det är detta system som förespråkarna vill att Sverige ska införa. Därför är det detta vi ska ha i bakhuvudet som definition, snarare än vart namnets associationer för tankarna.

Det finns flera ord som bättre beskriver vad det egentligen handlar om, såsom ”privatförsäljning”, ”producentförsäljning” eller ”direktförsäljning”. I och med att gårdsförsäljning har blivit den vedertagna termen i debatten, väljer denna rapport att använda ordet gårdsförsäljning, trots dess vilseledande associationer.

Varför det stora politiska intresset?

Frågan om gårdsförsäljning kan vid en första anblick uppfattas liten och obetydlig. Begreppet bjuder in till bildliga associationer om småskaliga vinbönder som säljer sitt vin på den egna gården, belägen ute på landsbygden. Men precis som fastslagits här så är denna bild djupt felaktig. Det bekräftas inte minst av att gårdsförsäljning har blivit en het politisk fråga, där både starka intresseorganisationer och politiska partier har engagerat sig under lång tid.

Bred opinionsbildning, lobbying, statliga utredningar och nu senast en punkt i Januariavtalet är ett resultat av att många och starka aktörer har förespråkade ett införande av gårdsförsäljning. Allt detta skulle vara fullständigt obegripligt om det handlade om en liten fråga som endast berörde några småskaliga vinbönder.

Den korta förklaringen är därför att betydligt mer står på spel. En längre förklaring är att gårdsförsäljning inte alls handlar om vare sig landsbygd eller lokala vinbönder. Istället handlar det om alltifrån vin, öl, cider och alkohol till sprit. De flesta försäljningsställena går att vänta sig i storstäderna, eftersom efterfrågan är störst där. Det handlar alltså om en stor systemförändring där detaljhandelsmonopolet slopas, och privat alkoholförsäljning öppnas upp. Det finns starka ekonomiska intressen som vill att detta ska bli verklighet.

4 SOU 2010:98, sid 89-90

3. Gårdsförsäljning – alkoholindustrins trojanska häst

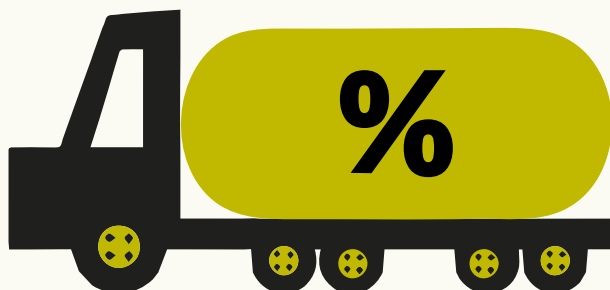
Enkel och billig alkoholtillverkning

Om gårdsförsäljning införs i Sverige innebär det att det blir fritt fram för alla som ingår i den lösa definitionen av alkoholtillverkare att bedriva alkoholförsäljning. Detta är långt ifrån tanken på det lilla antal vinbönder på landsbygden som ofta presenteras i medieutspel och debatter. Förespråkarna är också tydliga med att de vill se försäljning av alla typer av alkoholdrycker. Till och med intresseorganisationen Föreningen Svenskt Vin inser och accepterar i kommunikation med regeringen att gårdsförsäljning skulle bestå av samtliga alkoholdrycker, och inte uteslutande vin.⁵

Att syssla med alkoholtillverkning behöver inte innebära ansvar för en hel produktionskedja från råvaror till försäljning. Vintillverkare behöver inte odla sina egna druvor eller frukter, utan kan inhandla alla nödvändiga insatsvaror, såsom bulkvin, och endast stå för de sista stegen i produktionskedjan. Öltillverkare kan köpa in både korn och malt för vidare tillredning. Alla skulle dock anses vara alkoholtillverkning och skulle få tillåtelse att sälja alkoholdrycker om gårdsförsäljning infördes.

Vad gäller sprittillverkning kan processen också där vara såväl enkel och snabb som billig. Gårdsförsäljning öppnar upp möjligheten för de som snabbt vill dra igång storskalig tillverkning och försäljning av spritdrycker, då det inte krävs mycket startkapital. Detta eftersom tillverkare inte behöver producera själva alkoholen på egen hand, utan kan köpa in råsprit och endast ägna sig åt kryddning, blandning och paketering/buteljering.

Det står därmed klart att det knappast behövs ett stort startkapital, stort fabriksutrymme, eller en avancerad kemisk process för att inleda tillverkning av alkoholdrycker. Gårdsförsäljning skulle bjuda in till att en mängd aktörer kan börja tillverka alkohol, och inte minst sprit, till direktförsäljning, i jakt på en stor avkastning i förhållande till en liten investering. Det skulle också innebära att olämpliga, okunniga och oerfarna aktörer utan större hinder kan dra igång tillverkning och försäljning av alkoholdrycker. Tillsyn av åldersgränser, skatteinbetalningar och kvalitet som idag säkras av Systembolaget, skulle i och med gårdsförsäljning kraftigt försvagas.



5 Föreningen Svenskt Vin (2020)

SÅ ENKELT ÄR DET ATT TILLVERKA SPRIT

För att klassas som sprittillverkare är det enda kravet att man på något sätt behandlar råsprit. Till exempel genom spädning, filtrering, kryddning eller blandning.⁶ Det kan vara så enkelt som att blanda råsprit, vatten och tillsätta smakarom. Detta gäller för de flesta spritsorter, inklusive vodka, brännvin och gin. Många större tillverkare väljer dock ofta att också destillera den inköpta råspriten innan spädning. Men även detta tillvägagångssätt är enkelt och billigt, också för mindre tillverkare.

GIN

Drycken har inget behov av lagring, utan kan destilleras ena dagen och skeppas ut till butik dagen efter. Råsprit köps in billigt på bulk (ofta billigare än 10 kronor/liter), varpå kryddning och destillation sker och till slut buteljering. Det är enkelt, billigt och görbart att utföra processen, även för oerfarna tillverkare.⁷

Men även större spritproducenter av dyrare produkter använder samma tillverkningsprocess: till exempel företaget Hernö Gin. Bolaget omsätter idag 25 miljoner kronor, och går 8 miljoner kronor i vinst per år.⁸ I deras fabrik utanför Härnösand kryddas råsprit inköpt från Italien med enbär, koriander och lingon, destilleras sedan på kopparranna, och buteljeras slutligen för försäljning.⁹ Hernö Gin hade dryga 1 miljon kronor i startkapital 2012. De köpte in en kopparranna från Tyskland som kunde destillera 100 liter sprit åt gången. I och med att processen bara tar en natt så blev den årliga produktionskapaciteten direkt mycket stor. Hernö uppgav själva vid uppstarten att de var redo att producera 30 000 liter gin årligen, men att kopparrannan hade en kapacitet att producera det dubbla: 60 000 liter gin per år.¹⁰

VODKA

Destillation av vodka är ännu billigare än gin. Allt som behövs är en värmepanna samt en enkel kolonnapparat.¹¹ Kolonnen tar inte mycket plats: omkring 3 kubikmeter. Startkostnaden kan uppgå till under 100 000 kr. Tillsammans med värmepanna, rörmokeri och övrigt material som behövs för att dra igång produktion så kan totalkostnaden uppgå till några hundra tusen kronor. Utrustningen kan med lätthet installeras i en källare eller garage med tillgång till vatten och el. Det går att ansluta fler kolonner både billigt och enkelt för att skala upp produktionsvolymen. Detta relativt låga startkapital (där det tillkommer några enstaka tusenlappar per år i administration av tillstånd och hygienkontroll) och enkla installationsprocess kan åstadkomma en produktion på 100 000 liter vodka per år.¹²

Ett exempel på denna tillverkningsprocess är konceptet Our/Vodka där Absolut Company tillhandahåller råsprit till små destillerier i en rad städer: London, Amsterdam, Berlin, Los Angeles med mera. Absolut Company säljer råspriten till destillerierna och hjälper dem samtidigt med uppstartsfasen. Destillerierna själva står sedan för destillation, kryddning och buteljering.¹³

De stora råspritsproducenterna är redo

Så länge man får tag på råsprit så kan denna alltså enkelt omvandlas till vodka eller blandas och kryddas till gin. Stora råspritsproducenter finns både utomlands och i Sverige, till exempel The Absolut Company och Lantmännen Reppe. Efter att spriten har behandlats genom till exempel spädning, kryddning och destillation kan den sedan buteljeras genom enkla och snabba buteljeringstjänster.

6 Europaparlamentets och rådets förordning nr 110/2008

7 Folk o Folk (2020)

8 Aktiespararna (2020)

9 Vinbanken (2020)

10 Allehanda (2012)

11 Drinkkompaniet - vodka (2020)

12 Alibaba (2020)

13 Svenska Dagbladet (2020)



Två marknader kommer öppnas upp

Om gårdsförsäljning införs skulle en marknad växa fram av privata öl-, vin-, cider-, alkoholisk och spritförsäljare. Men det handlar faktiskt inte endast om en ny framväxande marknad, utan två. Vid sidan av detaljhandel av alkoholdrycker så skulle gårdsförsäljning också kraftigt öka efterfrågan på insatsvaror, såsom bulkvin eller råsprit. Detta eftersom mindre aktörer utan större startkapital eller avancerad utrustning med lätthet kan ge sig in i alkoholtillverkning. Det räcker att införskaffa råsprit eller bulkvin och enklare tillstånd. I vissa fall kan de få stark draghjälp av de stora alkoholbolagen, som i fallet med The Absolut Company och *Our/Vodka*.

De stora spritbolagen redo för dominans

Vinnarna på gårdsförsäljning blir de som står redo att dominera de två framväxande marknaderna. Det vill säga dels de som tillverkar alkoholdrycker, men också de bolag som kan producera bulkvaror, såsom råsprit, i stora mängder. Vilka handlar det om? Ett av svaren stavas The Absolut Company.

The Absolut Company och dess storsäljande produkt Absolut Vodka, ägs av världens näst största vin- och spritproducent, det franska börsnoterade företaget Pernod Ricard, som omsatte hela 99 miljarder kronor år 2019¹⁴.

The Absolut Company har i sin stora fabrik i Åhus redan en enorm kapacitet för råspritsproduktion. Detta manifesterades i mars 2020 då fabriken på någon enstaka vecka producerade 200 000 liter råsprit, som sedan skickades vidare för produktion av handsprit i Coronapandemins inledande skede.¹⁵ Det står med andra ord klart att The Absolut Company redan har all nödvändig infrastruktur på plats för att förse de nyetablerade sprittillverkarna med råsprit vid en ökning av efterfrågan vid införandet av gårdsförsäljning.

The Absolut Company skulle således ha goda möjligheter att snabbt ta kontroll över två framväxande marknader, mer eller mindre ostört. Företaget kan genom i sammanhanget försumbara summor förvärva mindre konkurrenter och snabbt ta över stora marknadsandelar, så fort gårdsförsäljning införs.

SMÅPRODUCENTER STORA FÖRLORARE PÅ EN PRIVATISERAD MARKNAD

Om gårdsförsäljning införs kommer de största öl-, vin-, cider-, alkoholisk och spritbolagen ta över hyllplatserna i de nya privata butikerna. Det är nämligen så det fungerar på en privat marknad.¹⁶ Detta är idag svårt hos Systembolaget som använder sig av jämlika spelregler för samtliga producenter, stora som små. Men livsmedelsbutiker, restauranger och barer fungerar annorlunda. Det har exempelvis funnits fall där krögare fått lån av ölbryggerier, och där återbetalningen av lånet har skett genom ölförsäljning. Krögaren har då fått stora ekonomiska incitament att endast sälja öl från ett specifikt bryggeri, med syftet att återbetala sin skuld så snabbt som möjligt.¹⁷ De privata öl-, vin- och spritbutiker som skulle öppnas upp i och med gårdsförsäljning skulle fungera på ett liknande sätt som barer och restauranger på den öppna marknaden, med allt vad det innebär.

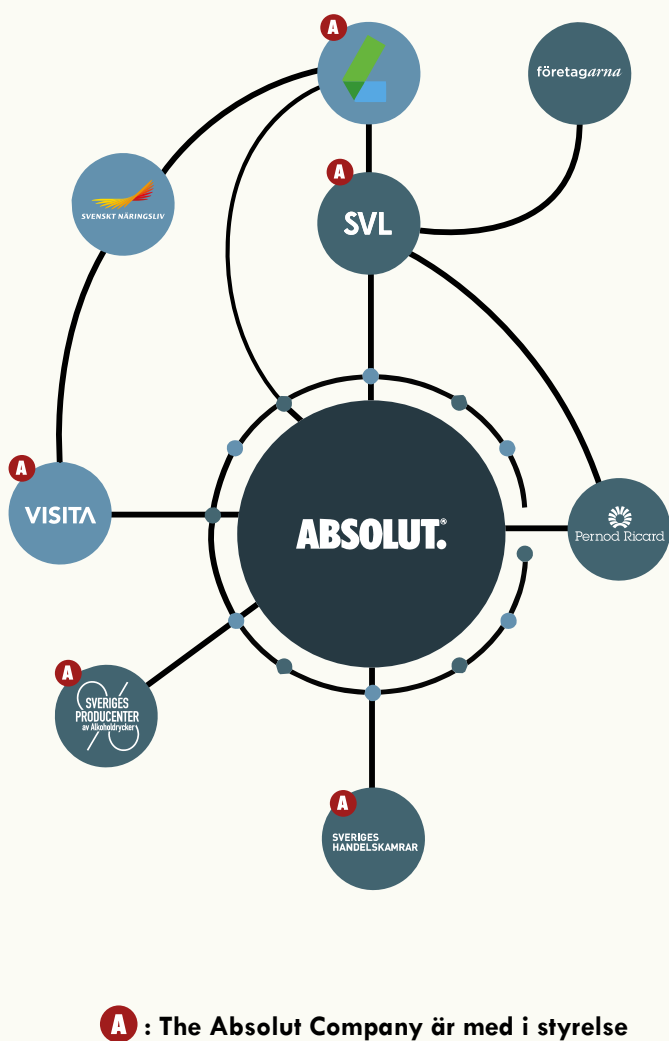
14 Svenska Dagbladet (2019)

15 Aftonbladet (2020)

16 Vox (2016)

17 Accent Magasin (2011)

The Absolut Companys olika påverkans- och lobbyingkanaler.



Svenskt Näringsliv:

Arbetsgivarnas och företagens centralorganisation. Arbetar för ett politiskt förverkligande av sina medlemmars intressen. Innehar goda politiska kontakter och starkt politiskt inflytande.



Sprit & Vinleverantörsföreningen (SVL):

Branschorganisation för importörer och tillverkare av vin och sprit.



Livsmedelsföretagen:

Branch- och arbetsgivarorganisation för livsmedelsföretag.

företagarna

Företagarna:

Intresseorganisation för 60,000 företagare i Sverige. Driver opinion och politisk påverkan för ett "förbättrat företagsklimat".

VISITA

Visita:

Branschorganisation för hotell, restauranger och besöksnäring.



Sveriges producenter av alkoholdrycker:

Ny lobbyorganisation där Absolut Company dominerar. Bolaget är överlägset störst bland medlemmarna, och innehar ordförandeposten. Opinionsbildar och pressar på för ett införande av gårdsförsäljning.

SVERIGES HANDELSKAMRAR

Handelskammare:

Driver opinionsbildning och politisk påverkan på nationell och regional nivå.

ABSOLUT.

The Absolut Company:

Producerar både räsprit och alkoholdrycker – däribland vodka. Redo att ta över gårdsförsäljningens två framväxande marknader, med mångmiljonvinster som följd.



Pernod Ricard

Pernod Ricard:

Världens näst största vin- och spritbolag. Äger The Absolut Company.

Figur 1. The Absolut Companys olika påverkans- och lobbyingkanaler.

The Absolut Companys flerfrontslobbyism

Det är föga överraskande att The Absolut Company är positiva till gårdsförsäljning då de kan se fram emot mångmiljonvinster om det införs. Bolaget arbetar hårt för ett politiskt förverkligande, och har organiserat sig i många olika kanaler.

The Absolut Company och Pernod Ricard är, tillsammans med många andra stora spritbolag, medlemmar i branschorganisationen Sprit och Vinleverantörsföreningen (SVL)¹⁸. SVL, som försvarar sina medlemmars intressen, är i sin tur medlem i bransch- och arbetsgivarorganisationen Livsmedelsföretagen¹⁹.

The Absolut Company är också medlem i Livsmedelsföretagen, där de även har en ledamotsplats i styrelsen. Livsmedelsföretagen är sin tur medlem i Svenskt Näringsliv som har stora resurser och stort politiskt inflytande. Svenskt Näringsliv finansierar bland annat tankesmedjan Timbro och kampanjstrukturen Näringslivets Medieservice som båda för opinionsbildning mot den svenska alkoholpolitiken och Systembolagets monopol.

Vidare har SVL nyligen offentliggjort ett samarbete med Företagarna, som driver opinionsbildning och politisk påverkan för ett ”bättre företagsklimat”. Detta innebär i klarspråk att försvara och driva frågor som är av intresse för deras medlemmar.²⁰ The Absolut Company tar också varje år fram den så kallade *Dryckesbranschrapporten*, som förespråkar gårdsförsäljning tillsammans med bland andra Lantbrukarnas Riksförbund (LRF).²¹

The Absolut Company är även medlem i branschorganisationen Visita (som i sin tur också är medlem i Svenskt Näringsliv)²², vars medlemmar bland annat består av hotell och restauranger.

Vidare är The Absolut Company medlem i Stockholms Handelskammare och styrelseledamot i Sydsvenska Handelskammaren²³. Dessa arbetar med främjande, opinionsbildning, och politisk påverkan på regional nivå. Såväl Visita som Stockholms Handelskammare propagerar för införandet av gårdsförsäljning.

Som om inte detta vore nog så har The Absolut Company ytterligare lobbyingkanaler där de pressar på för införandet av gårdsförsäljning. Vid sidan av SVL har de skapat en helt ny lobbyorganisation för syftet: Sveriges Producenter av Alkoholdrycker. Organisationen är registrerad med c/o-adress på The Absolut Companys huvudkontor i Stockholm, och grundad av sju spritproducenter där The Absolut Company har ordförandeposten. Övriga bolag, däribland Hernö Gin och Purity Distillery, är inte tillnärmelsevis lika stora som The Absolut Company (se diagrammet över bolagens omsättning nedan). Den nybildade organisationen har bland annat krävt att få ha en representant i regeringens expertgrupp kopplad till Januariavtalets utredning om gårdsförsäljning.²⁴

18 Sprit och Vinleverantörsföreningen (2020)

19 Livsmedelsföretagen (2020)

20 Företagarna - My News Desk (2020)

21 Livsmedelsföretagen (2019)

22 Svenskt Näringsliv (2020)

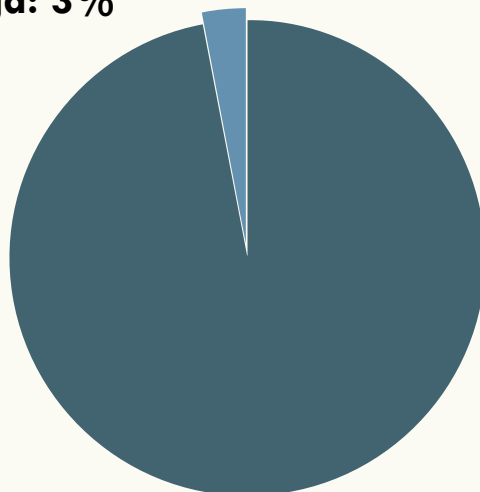
23 Handelskammaren – My News Desk (2020)

24 IOGT-NTO (2020)



Andel av "Sveriges Producenter av Alkoholdrycker", Omsättning, Medlemmar 20 juni 2020

Övriga: 3%



The Absolut Company: 97%

Figur 2. Andelar av "Sveriges Producenter av Alkoholdrycker",
Omsättning, Medlemmar 20 Juni 2020.

Lantmännen Reppe – en spritproducent med mäktiga kontakter

En ytterligare stor svensk spritproducent är Lantmännen Reppe som står för storproduktion av flera led i spritproduktionskedjan: vete, etanol och vodka.²⁵ Bolaget producerar därmed såväl råsprit, som färdiga spritdrycker. Det handlar exempelvis om vodka producerad tillsammans med spritbolaget Mackmyra, där de sistnämnda står för buteljering och distribution.²⁶ Lantmännen Reppe kan se framför sig många miljoners tillskott i kassan om gårdsförsäljning tillåts.

Lantmännen Reppe är företagsmedlem i Lantmännen, som vid sidan av Lantmännen Reppe har engagemang i andra spritbolag, exempelvis som delägare i Mackmyra 2002–2017²⁷. Lantmännen utgör en av 25 organisationsmedlemmar hos intresseorganisationen Lantbrukarnas Riksförbund (LRF)²⁸.

Det är därför knappast en slump att LRF har drivit på för gårdsförsäljning²⁹, då de har flera medlemmar med tydliga ekonomiska intressen av ett införande.

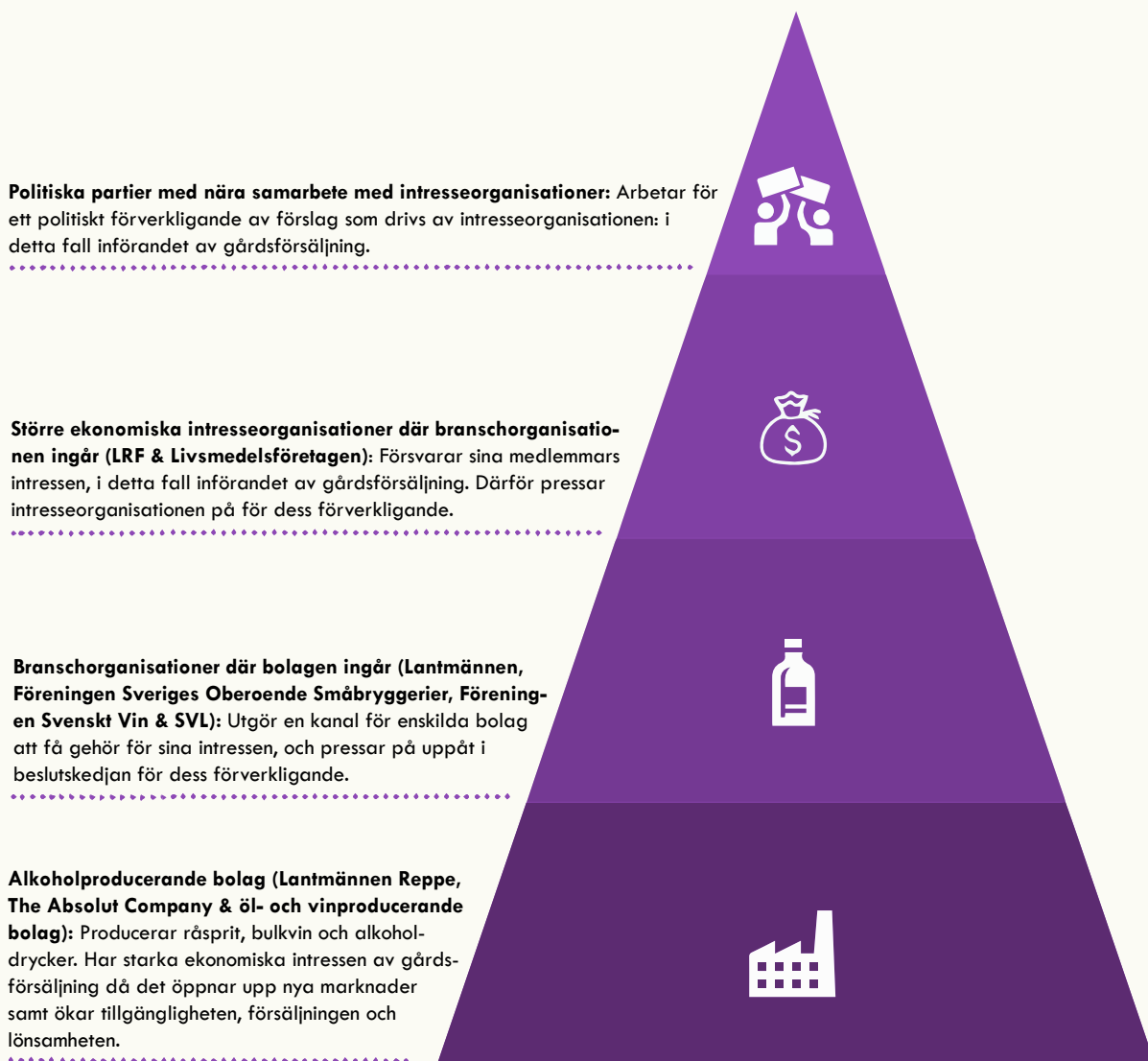
25 Lantmännen Reppe (2020)

26 Mackmyra (2019)

27 Mackmyra (2019)

28 Lantbrukarnas Riksförbund (2020a)

29 Lantbrukarnas Riksförbund (2019)



Figur 3. Påverkanskanaler för alkoholföretag. Bolagens vinstintresse översätts till politisk påverkan och opinionsbildning för gårdsförsäljning av intresseorganisationerna där de är medlemmar.

Bland LRF:s intressemedlemmar ingår nämligen också både Föreningen Svenskt Vin och Föreningen Sveriges Oberoende Småbryggerier³⁰, som organiserar svenska vinproducenter respektive ölbryggerier³¹.

Roten till den politiska viljan att införa gårdsförsäljning, som drivs på flera nivåer och av flera aktörer, kan med andra ord tydligt kopplas till ekonomiska intressen hos enskilda större öl-, vin- och spritbolag. Processen är knappast unik, utan förmedlar en vanligt förekommande kedja för lobbyism och politisk påverkan. Modellen nedan illustrerar detta specifika exempel, men kan appliceras på många andra aktörer och intressen.

30 Lantbrukarnas Riksförbund (2020b)

31 Föreningen Sveriges Oberoende Småbryggerier (2020)

Störst är starkast

Det som händer om gårdsförsäljning införs är att marknadsmekanismer får verka fritt inom alkoholhandeln. Eftersom alkohol inte är en vara med effekter som alla andra har en hörnpelare i svensk politik varit att undanta alkoholförsäljningen från företagets vinstintresse. En oreglerad marknadsekonomi fungerar nämligen på ett tämligen förutsägbart sätt. Producenterna anpassar utbud efter efterfrågan för att öka försäljningen, och maximera vinsten till sina ägare. De mest framgångsrika producenterna växer sig starkare, och tar gradvis över större marknadsandelar genom konkurrens om kunder (större resurser för marknadsföring), fusioner och förvärv av mindre konkurrenter. Detta mönster känns igen ifrån i princip varje bransch där marknadsmekanismer verkar fritt. Nästan hälften av hela e-handelsmarknaden i USA kontrolleras exempelvis av Amazon³², och 70 procent av USA:s ölmarknad kontrolleras av två tidigare skilda bolag som nu har slagits ihop till samma koncern³³: SABMiller och AB InBev.³⁴

Det finns ingenting som tyder på att alkoholmarknaden i Sverige skulle fungera annorlunda. De stora aktörerna, det vill säga de största bolagen, är de som har mest resurser. Därför kommer dessa företag att ha bäst möjligheter att överleva i ett system som kommer att omdefiniera alkoholmarknaden och leda till att en kostsam och aggressiv marknadsföring och stora butiksnätverk blir ett måste för att locka kunder. Här kommer också de stora bolagen att köpa upp mindre tillverkare och konkurrenter. Småskaliga vinbönder eller mikrobryggerier kommer ha det mycket svårt att konkurrera emot enorma multinationella företag, precis som är fallet på varje avreglerad marknad. De stora alkoholbolagen känner såklart till detta faktum och väljer därför att finansiera lobbykampanjer för gårdsförsäljning.

Ekonomisk vinst driver spritbolagens lobbyintresse

Enligt vad som visats ovan är det förstäligt att Sprit och Vinleverantörsföreningen (SVL), Sveriges Producenter av Alkoholdrycker, Visita, Stockholms Handelskammare och Livsmedelsföretagen har uttryckt sig positiva till gårdsförsäljning, bland annat genom utlåtanden inför Januariavtalets statliga utredning. Trots att de säger sig vilja värna det svenska detaljhandelsmonopolet, så verkar de indirekt för dess avskaffande genom att pressa på för införande av gårdsförsäljning. Dessa aktörer ser det som sin huvuduppgift att försvara sina medlemmars intressen, och verka för dessas politiska förverkligande, precis som Lantbrukarnas Riksförbund (LRF), Lantmännen och Föreningen Sveriges Oberoende Småbryggerier.

Vidare är det varje enskilt öl-, vin- och spritbolags drivkraft att maximera vinst till sina ägare. Ett slopat detaljhandelsmonopol och avreglerad alkoholförsäljning, som gårdsförsäljning innebär, skulle tydligt gynna de största bolagen i ökad försäljning och vinst på de nya marknaderna som uppstår. Den politiska övertygelsen hos organisationer och partier att införa gårdsförsäljning, och den opinionsbildning som sker i massmedier, kan alltså härledas till ett starkt lobbytryck från ekonomiska intressen hos stora alkoholproducenter.

32 CNBC (2020)

33 AB InBev (2016)

34 Food & Water Watch (2020)



4. Vad händer om gårdsförsäljning införs?

Världshälsoorganisationen, WHO, har identifierat tre verktyg att använda för att begränsa alkoholkonsumtionens skadeverkningar på samhället. Det handlar om att reglera priset, tillgängligheten och marknadsföringen. Den svenska alkoholpolitiken använder samtliga tre verktyg, inte minst med hjälp av Systembolagets detaljhandelsmonopol och särskilda uppdrag.³⁵ En modell med detaljhandelsmonopol likt Sveriges är också något som WHO lyfter fram som ett effektivt instrument för att minska alkoholens skador på samhället.³⁶

Ett farväl till detaljhandelsmonopolet

I den rödgröna regeringens samarbetsavtal tillsammans med Centerpartiet och Liberalerna, Januariavtalet, lyder en av punkterna:

”En utredning om gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker ska genomföras. En förutsättning är att Systembolagets monopol säkras.”³⁷

Att kombinera dessa två motstridiga intressen är dock inte möjligt. Det går inte att å ena sidan öppna upp för en ordning där Systembolagets ensamrätt bevisligen konkurrensutsätts av alla som tillverkar alkoholdryck, och å andra sidan samtidigt värna Systembolagets monopol.

Efter att Sverige anslöt sig till EU har den svenska modellen skyddats av det så kallade *Franzénmålet* i EU-domstolen 1997. Systembolagets monopolställning har accepterats av EU eftersom utländska producenter inte diskrimineras. Oavsett vad som sagts i debatten så är detta inte ett särskilt undantag, utan direkt tillåtet i EU-länder så länge icke-diskrimineringen upprätthålls. Om gårdsförsäljning införs skulle Systembolagets detaljhandelsmonopol falla i EU-domstolen. Detta då modellen enligt EU:s direktiv skulle verka i diskriminerande riktning för utländska producenter, som fortsatt främst kan sälja sina produkter via Systembolaget och inte får samma tillgång till den nya marknaden som öppnas upp. Vidare skulle två huvudprinciper med den svenska restriktiva alkoholpolitiken gå förlorade. För det första, den så kallade desintresseringsprincipen där de privata vinstintressena begränsas inom detaljhandeln med alkohol. Och för det andra, principen om att minska tillgängligheten till alkohol. Dessa konsekvenser av införandet av gårdsförsäljning har bekräftats av en rad experter och forskare.³⁸

Det är alltså inte möjligt att kombinera gårdsförsäljning, Systembolagets monopolställning och EU:s grundfördrag. Detta har också slagits fast i två statliga utredningar. Den första av dessa från 2009 slog fast att tillåtelse av detaljhandel vid sidan av detaljhandelsmonopolet strider mot EU-rätten. Den andra utredningen från 2010 menade även den att gårdsförsäljning i dess ursprungliga form strider mot EU-rätten och gick därför vidare med ett bredare begrepp där grundförutsättningarna bestod i att lösa upp reglerna kring vilka produkter som säljs (där andra inhemska och europeiska produkter också måste erbjudas) samt var försäljningen bedrivs (ej nödvändigtvis vid tillverkningsplatsen).

Inte ens med denna bredare innebörd av gårdsförsäljning sade sig dock utredningen

35 Systembolaget (2020)

36 WHO (2020)

37 Liberalerna (2019)

38 Bernitz, Ulf (2019)

vara säker på att det som kvarstod av Systembolagets detaljhandelsmonopol skulle överleva en rättslig prövning.³⁹

Ökad tillgänglighet av alkohol

Det nuvarande systemet, där det ingår i Systembolagets uppdrag att begränsa tillgängligheten genom försäljningsställen och öppettider, skulle utmanas i grunden om gårdsförsäljning infördes. Alkoholförsäljning skulle ske på en rad olika platser, inte minst i städer och tätorter.

På varje marknad anpassar producenterna sitt utbud efter efterfrågan. Detsamma kommer gälla alkohol om gårdsförsäljning införs. Efterfrågan är i särklass störst i storstäder. Det är därför där butikstätheten av alkoholförsäljning skulle öka som mest. Mönstret har redan visat sig tydligt vad gäller mikrobryggerier av öl. Trots att produktionen ofta blir dyrare i storstäder genom dyrare lokalhyror är efterfrågan där som störst och det är där flest tillverkare finns. Enligt Livsmedelsverket är redan idag 6 av 10 mikrobryggerier belägna i storstäder.⁴⁰ Även om de nya alkoholförsäljarna skulle vara skyldiga att följa samma öppettider och ha samma åldersgräns som Systembolaget, skulle det bli mycket svårt och kostsamt med granskning och tillsyn av vartenda försäljningsställe i hela landet. Det skulle krävas stora resurser från staten och kommunerna för att kunna garantera att försäljare efterföljer regler och öppettider. Samtidigt skulle ett enormt tryck uppstå från intresseorganisationer och lobbygrupper för att lätta på regler och tillsyn.

Sämre tillsyn, ålderskontroll och prisreglering

Införandet av gårdsförsäljning, och avskaffandet av detaljhandelsmonopolet, skulle innebära att den statliga alkoholsortimentsnämnden har spelat ut sin roll. Det system som idag hindrar butiksförsäljning av 5-litersdunkar med starksprit, som kontrast till dagens begränsning i Systembolagets butikssortiment till högst en-litersförpackningar för starksprit, skulle försvagas. Riskerna med en sådan utveckling är oundvikliga.

Gårdsförsäljning innebär att det mycket viktiga ansvaret kring prissättning och ålderskontroll läggs på varje enskild försäljare.

Alla nya privata alkoholförsäljare kommer ställas inför en intressekonflikt: å ena sidan maximera försäljningen (och därmed den ekonomiska vinsten), å andra sidan sköta försäljningen ansvarsfullt (följa regler och krav samt betala skatt). Det kommer finnas många exempel på försäljare som prioriterar det förstnämnda intresset och det kommer vara mycket svårt och kostsamt för ansvarig tillsynsmyndighet eller kommun att upptäcka de som fuskas. Folkhälsomyndighetens statistik visar hur nästan 4000 restauranger och krogar, en fjärdedel av alla tillståndshavare med serveringstillstånd för alkohol i Sverige, aldrig fick något tillsynsbesök av kommunen under 2018.⁴¹

Resultatet kommer synas i en ökning av oskattad alkohol eller försäljning till minderåriga. Detta samband bekräftas av dagens situation där undersökningar har visat att Systembolaget begär legitimation i 95 procent av fallen när kunderna varit strax över 20 år medan livsmedelsbutikerna i sin försäljning av folköl inte alls har samma ålderskontroll. Fall rapporteras ständigt där minderåriga tillåts köpa folköl,

39 SOU 2010:98 & SOU: 2009:22

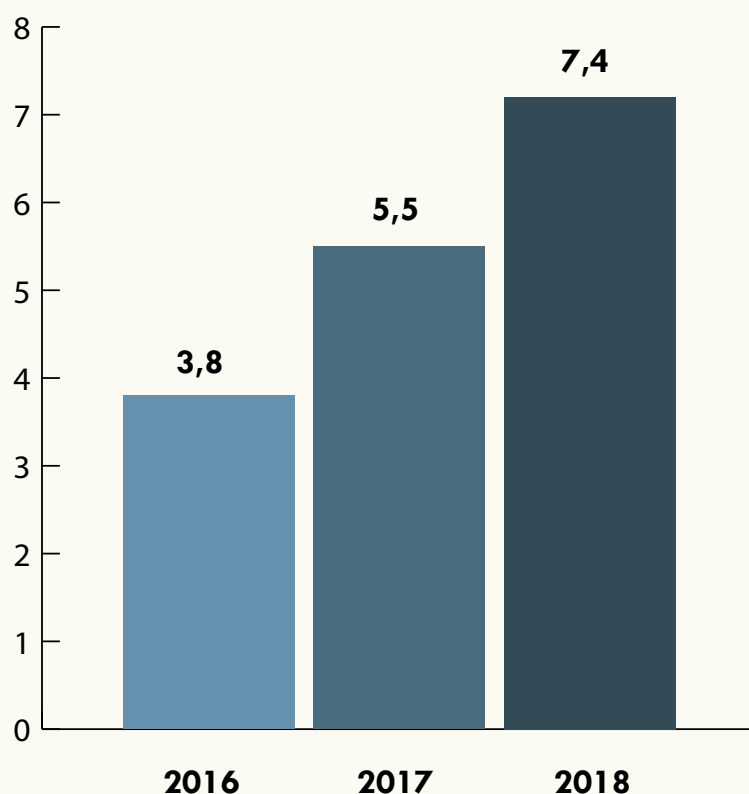
40 Gårdförsäljning.info (2020)

41 Folkhälsomyndigheten (2020)

trots att de är under 18 år.⁴² Det här är en naturlig konsekvens av marknadsmekanismer såsom fri konkurrens och strävan efter maximal vinst. Om detta inte regleras, som i den svenska modellen med detaljhandelsmonopolet, så blir ökad försäljning till minderåriga en naturlig konsekvens.

Ökad alkoholreklam och marknadsföring

Något annat än en kraftig ökning av marknadsföring av alkoholdrycker som en följd av gårdsförsäljning vore i det närmaste otänkbara. Precis som med den begränsade tillgängligheten så har den svenska alkoholpolitiken burits upp av principen att marknadskrafter inte ska styra, och att konkurrens och vinstintresse inte ska ha någon plats i alkoholförsäljningen. Denna princip skulle försvinna i ett slag om gårdsförsäljning införs. Med en uppsjö av nya privata aktörer inom vin-, öl- och spritförsäljning som gårdsförsäljning skulle innebära, så skapas kraftiga ekonomiska incitament för att bedriva aggressiv marknadsföring för att locka till sig kunder. Om gårdsförsäljning införs kommer flera nya marknadsföringskanaler att upprättas.⁴³ Det går att se framför sig en liknande utveckling av synlig alkoholreklam som har bevitnats vad gäller spel- och casinoreklam.



Figur 4. Investeringar i spel- och casinoreklam under åren 2016-2018, miljarder kronor. Källa: Kantar Sifo

42 Dagens Nyheter (2019)

43 Bernitz, Ulf (2019)

Finland – inte en modell att inspireras av

I debatten om gårdsförsäljning lyfter ibland förespråkarna fram Finlands system, som de menar tolereras av EU. Jämförelsen med vårt grannland haltar dock betänkligt. I Finland är till att börja med inte gårdsförsäljning av vin eller sprit tillåtet. Däremot har gårdsförsäljning bedrivits av frukt- och bärvin. Denna dryck produceras och konsumeras endast i Finland och argumentet har varit att den inte konkurrerar med utländska producenter. Finland har därför haft tillåtelse att bedriva gårdsförsäljning specifikt av denna dryck, så länge råvarorna har vuxit norr om den 60:e breddgraden (i Sverige motsvarande norr om Uppsala). Även om det finländska systemet hittills har tolererats passivt av EU, så har den inte godkänts av EU-domstolen. Vidare har EU-kommissionen flera gånger kritiserat Finland för att ha ett system där inhemska drycker gynnas framför utländska, vilket därmed strider mot den fria rörligheten av varor och den fria konkurrensen. Den statliga utredningen om gårdsförsäljning från 2010, som inkluderade ett studiebesök till Finland, slog fast att "den finländska ordningen för gårdsförsäljning vilar på en osäker grund".⁴⁴ När Finland ville utöka sin gårdsförsäljning till att också inkludera frukt- och bärlikörer och anmälde detta till EU-kommissionen tvingades landet backa då det skulle innebära diskriminering mot liknade produkter som såldes i andra EU-länder.⁴⁵

Parallellt med detta har en bredare liberalisering av alkoholpolitiken ägt rum i Finland. Sedan 2018 tillåts försäljning av både starköl och alkoholisk i vanliga livsmedelsbutiker.⁴⁶ När förespråkare för införandet av gårdsförsäljning i Sverige hämtar inspiration ifrån vårt grannland, så ska vi med andra ord vara väldigt försiktiga. Landet hade också redan innan uppluckringen en betydligt högre genomsnittlig alkoholkonsumtion än Sverige.⁴⁷

Att blicka mot Finland och införa ett liknande system i Sverige skulle med andra ord göra att viktiga framgångar från den svenska alkoholpolitiken skulle gå förlorade, och Sverige skulle slå in på en väg med avreglerad alkoholförsäljning, ökad konsumtion samt tilltagande hälsoproblem i samhället.

5. Vilka är förlorarna på gårdsförsäljning?

Som visats ovan skulle vinnarna på gårdsförsäljning vara de större bolag som producerar alkoholdrycker. Men vilka är då förlorarna? I korthet återfinns förlorarna bland människor i samhället, men gårdsförsäljning skulle också ge negativa effekter för näringslivet och enskilda företag. Införandet av gårdsförsäljning sker nämligen till priset av ett avskaffande av det svenska detaljhandelsmonopolet med ökad sjukdomsburda, våld och dödsfall och med stegrande sociala- och ekonomiska konsekvenser som följd. Inte minst för redan utsatta grupper i samhället: högkonsumenter, unga och barn i ottrygga hem.

Försämrad folkhälsa

En omedelbar konsekvens av ökad tillgänglighet av alkohol är ökad alkoholkonsumtion. Forskare och experter inom folkhälsa har slagit fast i en rad studier att uppluckring av alkoholmonopol, och öppnande för privat alkoholförsäljning, leder till kraftigt ökad konsumtion. I en sammanslagning av 18 studier kunde medianökningen av alkoholkonsumtion uppmätas till hela 44,4 procent, efter avskaffat alkoholmonopol.⁴⁸ Detta för med sig en rad negativa hälsokonsekvenser hos befolkningen.

44 SOU 2010:98, sid 88

45 Communication from the Commission – SG (2010), D/50724

46 Bernitz, Ulf (2019)

47 Sveriges Radio (2017)

48 The Community Guide (2020)



Fler dödsfall, skador och brott

Alkohol är den största riskfaktorn som orsakar sjukdom och död i åldersgruppen 15 och 49 år i Sverige. Det är den näst största orsaken till sjukdom och död i cancer i Sverige och den största riskfaktorn för självmord.⁴⁹ När alkoholkonsumtionen går upp ökar antalet människor med missbruksproblem och beroende, antalet barn som far illa av vuxnas konsumtion, antalet människor som blir sjuka i cancer och alla andra sjukdomar som alkoholen orsakar.

I 20–25 procent av alla dödsolyckor med motorfordon i Sverige har minst en av förarna varit rattfull.⁵⁰ Det finns en stark koppling mellan alkohol och brott. Över 70 procent av manliga förövare av misshandelsfall i Sverige är berusade vid tillfället, vid sexualbrott 59 procent och vid hot och rån nästan 60 procent.⁵¹

Tio procent av Sveriges vuxna befolkning, cirka 700 000 människor, är beroende eller har ett missbruk av alkohol.⁵² Tre procent av barn i Sverige har växt upp i familjer där minst en av föräldrarna hade en diagnos för missbruk. De här barnen har mångdubbelt högre risk att i ung vuxen ålder utveckla ett missbruk, tre gånger högre risk att dö före 35 år ålder och fyra gånger mer stöd från socialtjänst än andra barn.⁵³

Ökad alkoholförsäljning till minderåriga

Precis som fastslagits i tidigare avsnitt så skulle gårdsförsäljning sannolikt leda till ökad alkoholförsäljning till minderåriga, i och med att Systembolagets ålderskontroll skulle läggas ut på enskilda privata försäljare. Detta skulle potentiellt få förödande konsekvenser då ungdomar både är medicinskt och socialt känsligare för alkoholens effekter än vuxna. Forskning har också slagit fast att ungdomar som börjar dricka alkohol tidigt i livet får ökad risk för en rad sjukdomar, samt ökad risk för alkoholberoende längre fram i livet. Dessa faktorer: ökad konsumtion både bland vuxna och minderåriga med ökade dödsfall, sjukdomsfall, och sociala problem är några av konsekvenserna av gårdsförsäljning enligt flera framstående medicinska- och folkhälsoforskare från bland annat Karolinska Institutet. På grund av att det skulle luckra upp Systembolagets monopolställning, öka alkoholkonsumtionen och därmed leda till dödsfall och skador i det svenska samhället, så ställer sig forskarna mycket kritiska till gårdsförsäljning.⁵⁴

Ökat missbruk och ökade återfall

Med ökad tillgänglighet till alkohol och ökad marknadsföring som en följd av gårdsförsäljning, skulle också situationen för personer med pågående eller tidigare alkoholberoende försvåras. Det är brett belagt att människor med missbruksproblematik påverkas starkt av såväl tillgänglighet som marknadsföring.⁵⁵ En uppluckring av dessa delar, som idag är starkt reglerade, skulle därför leda till tilltagande konsumtion hos de som redan konsumerar mycket och en högre risk för återfall hos de som lyckats komma ur ett beroende, med sociala problem och ekonomiska

49 Institute for Health Metrics and Evaluation (2020)

50 Alkohol, droger och trafik (2014)

51 Brottsförebygganderådet (2015)

52 SOU 2011:6 - Missbruksutredningens forskningsbilaga

53 Hjern A, Arat A, Vinnerljung B. (2014)

54 Dagens Nyheter (2019)

55 SOU 2017:113



konsekvenser som följd. Här handlar det inte enbart om personerna själva utan också deras anhöriga. Studier visar att 15 procent av alla svenska barn har påverkats negativt i sin uppväxt, som följd av att ha minst en förälder med alkoholproblem.⁵⁶ Den ökade alkoholkonsumtionen som följd av den ökade tillgängligheten och marknadsföringen kommer med stor sannolikhet därför påverka ännu fler barn negativt än vad som är fallet idag.

Större socioekonomiska klyftor

En rad studier, bland annat från Folkhälsomyndigheten, har slagit fast att alkoholberoende, missbruk och övriga särskilt skadliga alkoholmönster är betydligt mer utbrett bland socioekonomiskt svaga grupper.⁵⁷ Riskbruk och beroende av alkohol för med sig både stora hälsorisker samt hög belastning av privatekonomin. Då alkoholens skador redan idag är betydligt mer utbredda bland socioekonomiskt svaga och utsatta grupper, kommer hälsoklyftan och den ekonomiska klyftan gentemot socioekonomiskt starkare grupper öka än mer om gårdsförsäljning införs. Alkoholens starkt cancerframkallande effekter är en annan faktor som kan öka hälsoklyftorna. I dagsläget identifieras 3 800 cancerfall och 600 cancerdödsfall om året som följd av alkoholkonsumtion.⁵⁸ Samtidigt har det slagits fast i flera studier att socioekonomiskt svaga grupper har en betydligt högre risk att dö i cancer, än välbeställda grupper.⁵⁹

Eftersom gårdsförsäljning skulle leda till ökad tillgänglighet, samtidigt som både öppettider, paketeringar och priser blir mindre reglerade, och konsumtionen därför sticker i höjden, så är det socioekonomiskt svaga grupper som kommer drabbas värst av dess konsekvenser.

Mer våld

Ett annat fastslaget samband är det mellan alkoholkonsumtion och våld. Både gatuvåld, som i regel sker i direkt anslutning till platser där alkohol säljs och konsumeras, och våld i hemmet sker mycket ofta i kombination med alkohol. Exempelvis involverar hälften av alla misshandelsbrott alkohol⁶⁰. Det står klart att desto högre alkoholkonsumtionen är, desto mer våld sker i ett samhälle. I Sveriges fall slår studier fast att en konsumtionsökning av 1 liter alkohol per person om året leder till 7 procents ökning i misshandelsfall.⁶¹ Beräkningar visar att om Systembolagets monopol skulle försvinna så skulle det leda till 29 000 nya misshandelsfall per år.⁶²

Försämrad samhällsekonomi

Vid sidan av hälso- och brottskonsekvenserna som ökad alkoholkonsumtion för med sig finns det också stora ekonomiska förluster för samhället. Redan idag uppgår kostnaden för alkoholrelaterad sjukvård till hela 7,4 miljarder kronor per år. Det motsvarar lönekostnaden för 14 500 sjuksköterskor. Samhällskostnaderna för alkoholrelaterad brottslighet uppgår till cirka 10 miljarder kronor per år. Det motsvarar ungefär en fjärdedel av det årliga anslaget till rättsväsendet: polis,

56 Centralförbundet alkohol- och narkotikaupplysning (2019)

57 Folkhälsomyndigheten (2018)

58 Cancerfonden (2020a)

59 Cancerfonden (2020b)

60 Proposition 1994/95:89: förslag till alkohollag, avsnitt 8.1

61 IOGT-NTO (2017)

62 Stockwell, T. (2018)



kriminalvård, domstol etcetera. Som de olika scenarierna i föregående avsnitt visade så skulle dessa siffror sticka i höjden om gårdsförsäljning infördes. Vidare medför alkoholkonsumtion med sig ett bortfall i produktivitet i samhället, som idag uppgår till cirka 35 miljarder kronor per år. Det handlar exempelvis om 32 000 produktiva arbetstimmar som försvinner varje vecka i Sverige på grund av minskad prestation och effektivitet orsakad av bland annat bakfylla. Men också 625 000 alkoholrelaterade sjukskrivningsdagar som tas ut varje år, vilket minskar produktiviteten, den ekonomiska tillväxten och i förlängningen samhällets välbefinnande.⁶³

Vid ett införande av gårdsförsäljning och den ökade alkoholkonsumtion som följer därav, kommer samtliga av dessa kostnader sticka i höjden. Notan skickas till företag och medborgare över skattesen.

Små företag är betydligt mer sårbara för dessa effekter än stora företag. Detta då de inte har samma resurser och möjligheter att med kort varsel ersätta tillfälliga bortfall i arbetskraften och hålla produktiviteten konstant, exempelvis genom timvikarier eller automatiserade processer. Gårdsförsäljning skulle med andra ord därför innebära ett hårdare slag för mindre företag och organisationer än stora.

63 Ramboll (2020)

Referenser

AB InBev (2016)

https://www.ab-inbev.com/content/dam/universaltemplate/ab-inbev/investors/releases/10October2016/Announcement_of_Completion_of_the_Belgian_Merger.pdf

Accent Magasin (2011)

<https://accentmagasin.se/politik/bryggerilan-pres-sar-krogare-att-salja-mer/>

Aftonbladet (2020)

<https://www.aftonbladet.se/minekonomi/a/kJO5JX/absolut-tillverkar-sprit-till-varden>

Aktiespararna (2020)

<https://www.aktiespararna.se/nyheter/sa-lyckas-du-som-ginvesterare-intressanta-mojligheter>

Alibaba (2020)

Sökning "Distillation Column"

Alkohol, droger och trafik, 2014

utg 4, Trafikverket

Allehanda (2012)

<https://www.allehanda.se/artikel/forsta-spriddropparna-i-dala>

Bernitz, Ulf (2019)

<https://www.di.se/debatt/gardsforsaljning-ar-slutet-for-systembolaget>

Brottsförebygganderådet. (2015).

Kortanalys – Alkohol- och drogpåverkan vid misshandel, hot, personrån och sexualbrott.

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning (2019)

<https://www.can.se/publikationer/hur-manga-barn-vaxer-upp-med-foraldrar-som-har-alkoholproblem/>

Cancerfonden (2020a)

<https://www.cancerfonden.se/minska-risken/alkohol>

Cancerfonden (2020b)

<https://www.cancerfonden.se/cancerfondsrapporten/utbildningsniva-paverkar-risken-att-do-i-cancer>

CNBC (2020)

<https://www.cnbc.com/2020/05/15/this-breakdown-of-retail-sales-data-shows-why-amazon-is-leading-the-stock-market.html>

Communication from the Commission – SG (2010), D/50724

Dagens Nyheter (2019)

<https://www.dn.se/debatt/gardsforsaljning-kan-leda-till-1400-fler-alkoholdoda-per-ar>

Drinkkompaniet - vodka (2020)

<http://www.drinkkompaniet.se/se/intro-to-spirits/other/>

Europaparlamentets och rådets förordning nr 110/2008

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/HTML/?uri=CELEX:32008R0110&from=EN>

Folk o Folk (2020)

<https://folkofolk.se/tid-gin>

Folkhälsomyndigheten (2018)

<https://www.folkhalsomyndigheten.se/contentassets/de63201127d5474db82ef5a8b-20102d4/18094-faktablad-socioekonomiska-skillnader-ant.pdf>

Folkhälsomyndigheten (2020)

<http://www.andtuppfoljning.se/indikatorlabbet/>

Food & Water Watch (2020)

<https://www.foodandwaterwatch.org/impact/70-percent-us-beer-controlled-two-companies-want-merge>

Föreningen Svenskt Vin (2020)

Inspel till Socialdepartementet från Föreningen Svenskt Vin angående januariavtalets överenskommelse om att utreda möjligheterna för gårdsförsäljning av alkohol.

Föreningen Sveriges Oberoende Småbryggerier (2020)

<https://www.sverigessmabryggerier.se/startside/>

Företagarna - My News Desk (2020)

<http://www.mynewsdesk.com/se/foretagarna/pressreleases/foeretagarna-och-sprit-and-vinleverantorsfoereningen-inleder-samarbete-3015171>

Gårdförsäljning.info (2020)

<https://gardsforsaljning.info/om-gardsforsaljning/>

Handelskammaren – My News Desk (2020)

<https://www.mynewsdesk.com/se/sydsvenskahan-delskammaren/pressreleases/kerstin-lindell-foereslaas-som-ny-ordfoerande-i-handelskammaren-3002240>

Hjern A, Arat A, Vinnerljung B. (2014).

Att växa upp med föräldrar som har missbruksproblem eller psykisk sjukdom – hur ser livet ut i ung vuxen ålder? Nationellt kompetenscentrum anhöriga, Barn om anhöriga 2014:4.



IOGT-NTO (2020)

<https://www.iogt.se/vodkajatten-the-absolut-compagnys-nya-frontorganisation-for-gardsforsaljning/>

IOGT-NTO (2017)

<https://www.iogt.se/vad-vi-gor/forskning-och-samverkan/forskningsrapporter/alkohol-och-vald/>

Jämlikhetskommissionen (2020)

<https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/2020/08/sou-202046/>

Lantbrukarnas Riksförbund (2020a)

<https://www.lrf.se/om-lrf/organisation/lrfs-organisationsmedlemmar/organisationsmedlemmar/>

Lantbrukarnas Riksförbund (2020b)

<https://www.lrf.se/om-lrf/organisation/lrfs-intressemedlemmar/intressemedlemmar/>

Lantbrukarnas Riksförbund (2019)

<https://www.lrf.se/om-lrf/organisation/branschavdelningar/lrf-lokal-mat-och-dryck/gardsforsaljning-av-mat-och-dryck/>

Lantmännen Reppe (2020)

<https://www.lantmannenreppe.com/about-reppe/>

Liberalerna (2019)

<https://www.liberalerna.se/wp-content/uploads/utkast-till-sakpolitisk-occ88k-s-c-l-mp.pdf>

Livsmedelsföretagen (2020)

<https://www.livsmedelsforetagen.se/om-livsmedelsforetagen/delbranschforeningar/>

Livsmedelsföretagen (2019)

<https://www.livsmedelsforetagen.se/app/uploads/2019/04/dryckesbranschrapporten-2019.pdf>

Mackmyra (2019)

<https://mackmyra.se/wp-content/uploads/arsredovisning2019-1.pdf>

Our/Vodka (2020)

<https://www.ourvodka.com/article/about>

Proposition 1994/95:89: förslag till alkohollag.

SOU 2010:98

<https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/2010/12/sou-201098/>

Ramboll (2020)

<https://bit.ly/3hFA89f>

SOU 2009:22

<https://bit.ly/3gEzrvZ>

SOU 2017:113

https://www.regeringen.se/48e366/contentassets/f6a0242e10e441e4a84e00411d1ad922/alkoholreklam-i-sociala-medier-med-mera-sou-2017_113.pdf

Sveriges Radio (2017)

<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=185&artikel=6663627>

Svenska Dagbladet (2019)

<https://www.svd.se/torsten-efter-absolut-vodka-minskar-globalt>

Svenska Dagbladet (2020)

<https://www.svd.se/svenskar-oppnar-vodkafabriker-runt-om-i-varlden>

Svenskt Näringsliv (2020)

<https://www.svensknaringsliv.se/medlemsorganisationer/>

SOU 2011:6, Missbruket, Kunskapen, Vården

Missbruksutredningens forskningsbilaga 2

Sprit och Vinleverantörsföreningen (2020)

<https://www.svl.se/medlem/medlemmar/>

Stockwell, T., Sherk, A., Norström, T., Angus, C., Ramstedt, M., Andréasson, S. & Mäkelä, P. (2018)

Estimating the public health impact of disbanding a government alcohol monopoly: application of new methods to the case of Sweden. BMC public health, 18(1), 1400.

Systembolaget (2020)

<https://www.omsystembolaget.se/globalassets/pdf/om-systembolaget/agarmal.pdf>

The Community Guide (2020)

<https://www.thecommunityguide.org/content/task-force-recommends-against-privatizing-retail-alcohol-sales>

Vinbanken (2020)

<https://vinbanken.se/2017/09/03/herno-branner-ekologisk-gin-i-varldsklass/>

Vox (2016)

<https://www.vox.com/2016/11/22/13707022/grocery-store-slotting-fees-slotting-allowances>

WHO (2020)

https://www.who.int/substance_abuse/safer/s/en/



