

Farm sales and the alcohol industry

How do the industry operate in the farm sales question?

19th of November 2021

Emil Juslin
European Policy Officer
IOGT-NTO





Disposition

- Short background of yard sales
- The industry and yard sales – how does the industry act?
 - Framing and presentation
 - Building credibility and gaining support
- Summary
- Questions



What is farm sales?

- A proposal to let alcohol producers sell their own products at their production facility
 - The proposal therefore allows for another actor other than the monopoly to sell alcoholic beverages
- The question has appeared in all Nordic states with a monopoly (Iceland, Sweden, Finland & Norway)
- When it has been implemented it has usually been met with criticism from the EU-commission for being discriminatory



Farm sales in Sweden

- The issue of farm sales has existed in Sweden since the early 2000s and has already been inquired twice, in 2007 and in 2010.
- Both of these inquiries concluded that it is not possible to combine farm sales with the state monopoly.
- The main discussion has centered around EU legality of the proposal
- The third inquiry is set to be presented on the 8th of december 2021.



Farm sales

The Trojan Horse of the Alcohol Industry

- The report was produced in an effort to increase knowledge about Farm sales and its implications on society as a whole.
- The issue of farm sales might sound harmless but is in fact a much larger liberalisation of swedish alcohol policy than many assume.
- The report also closer studies the proponents for the issue.

Conclusion:

Farm sales is a smart bluff by the alcohol industry

**Why is the Alcohol
industry interested
in Farm sales?**





Why is the Alcohol industry interested in Farm sales?

1. It gives them an opportunity to expand their brand
2. It opens up for new business opportunities
3. It undermines the monopoly which, in the future, strenghten the possibility for private sales.

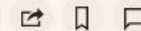
Svenskar öppnar vodkafabriker runt om i världen

Lokalt, men ändå globalt. Ett startupbolag som ägs av en jätte. Svenska Our/Vodka har hakat på mikrodestilleringstrenden. Nu öppnar bolaget sitt femte vodkadestilleri i östra London.

Charlotta Buxton

Publicerad 2016-01-04 06.06

[Följ skribent](#)



Åsa Caap, Kalle Söderquist och Mattias Nyström öppnar sitt femte destilleri, den här gången i London. Foto: Åsa Westerlund

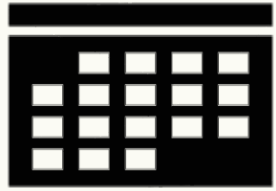


Why is the Alcohol industry interested in Farm sales?

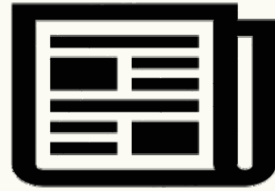
1. It gives them an opportunity to expand their brand
2. It opens up for new business opportunities
3. It undermines the monopoly which, in the future, strenghten the possibility for private sales.

**What strategies do
the alcohol industry
use to promote Farm
sales?**





Control the ground



Spin the media



Engineer a following



Buy in credibility



Consult your critics



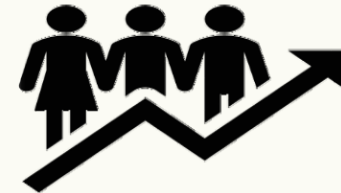
Neutralize the opposition



Control the web



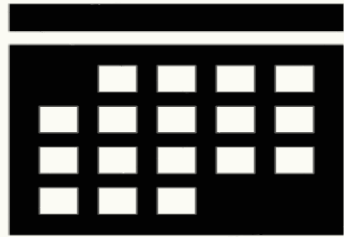
Sponsor a thinktank



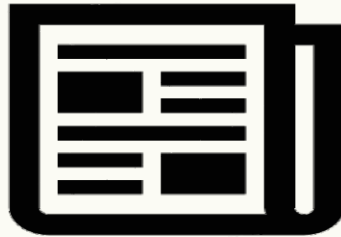
Open the door



Use revolving doors



Control the ground



Spin the media



Engineer a following



Buy in credibility



Control the ground & Spin the media



Common arguments for farm sales to strengthen its framing:

- a) How it will benefit the country-side as well as Swedish tourism
- b) How it will promote & strengthen Swedish beverage culture
- c) How the change is of a very limited character and therefore has no health implications
- d) That it can be combined with the monopoly
- e) Very rarely discusses the details of the proposal



Control the ground



Spin the media



Engineer a following



Buy in credibility



How has the framing affected?

→ This framing has made the question focused on its commercial implications rather than its public health

→ It strengthens the idea of alcohol production as important for rural development

→ It has created a diffusion on who it would benefit and what a alcohol producer is.

→ Most Swedish producers are not located in on the country-side but in the cities – notable when discussed in the inquiry as well



Control the ground



Spin the media



Engineer a following



Buy in credibility



The consultancy group – a good example of successful lobbying



4 from the industry: LRF, Visita, Swedish wine och The association of swedish smaller breweries



2 from civil society: CAN och IOGT-NTO



2 organisations with public health goals: The Swedish health authority and Systembolaget (The swedish monopoly)



2 organisations with commerical goals: The swedish competition authority and the swedish agency for trade



How has the framing affected?

→ This framing has made the question focused on its commercial implications rather than its public health

→ That alcohol production and strengthening rural areas are connected

→ It has created a diffusion on who it would benefit and what an alcohol producer is.

→ Most Swedish producers are not located in on the country-side but in the cities – notable when discussed in the inquiry as well



Control the ground



Spin the media



Engineer a following



Buy in credibility



What do they want to propose?

- The proposed details differ from the communicated messages
- The industry wants:
 - No restrictions to different types of production
 - No restrictions on location
 - No restrictions on sales hours or other limitations



Control the ground



Spin the media



Engineer a following



Buy in credibility

Examples:



**LANTBRUKARNAS
RIKSFÖRBUND**

”Limitations regarding production methods, sales volumes or company sizes should not be included. All beverage categories should be included. (Translated from Swedish)

”To limit the proposal to craft production, rural areas or small producers will be hard” (Translated from Swedish)



LIVSMEDELSFÖRETAGEN

The Swedish Food Federation



What are the implications for industry?

The issue of farm sales has crowded out many other discussions on alcohol nationally

The question also strengthen the notion that alcohol harm is only limited to a small group of consumers.

It strengthens the idea of alcohol as a cultural product and not as a harming substance.

It further strengthens the view of the industry of being friends of the monopoly, a common strategy used in Sweden.



Control the ground



Spin the media



Engineer a following



Buy in credibility



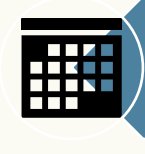
Following & Credibility

The question is fronted by smaller, local producers while larger producers are in the back

Further, the industry has heavily lobbied for larger interest organisations to support the question

→ Svensk Näringsliv, Företagarna, LRF, Visita

Also trying to make sure the industry looks united on the issue, even when there are plenty of critics among the producers themselves



Control the ground



Spin the media



Engineer a following



Buy in credibility

Politiska partier med nära samarbete med intresseorganisationer: Arbetar för ett politiskt förverkligande av förslag som drivs av intresseorganisationen: i detta fall införandet av gårdsförsäljning.



Större ekonomiska intresseorganisationer där branschorganisationen ingår (LRF & Livsmedelsföretagen): Försvavar sina medlemmars intressen, i detta fall införandet av gårdsförsäljning. Därför pressar intresseorganisationen på för dess förverkligande.



Branschorganisationer där bolagen ingår (Lantmännen, Föreningen Sveriges Oberoende Småbryggerier, Föreningen Svenskt Vin & SVL): Utgör en kanal för enskilda bolag att få gehör för sina intressen, och pressar på uppåt i beslutskedjan för dess förverkligande.



Alkoholproducerande bolag (Lantmännen Reppe, The Absolut Company & öl- och vinproducerande bolag): Producerar råsprit, bulkvin och alkoholdrycker. Har starka ekonomiska intressen av gårdsförsäljning då det öppnar upp nya marknader samt ökar tillgängligheten, försäljningen och lönsamheten.

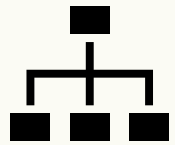




Following & Credibility



The question is fronted by smaller, local producers while larger producers are in the back



Further, the industry has heavily lobbied for larger interest organisations to support the question

→ Svensk Näringsliv, Företagarna, LRF, Visita



Control the ground



Spin the media

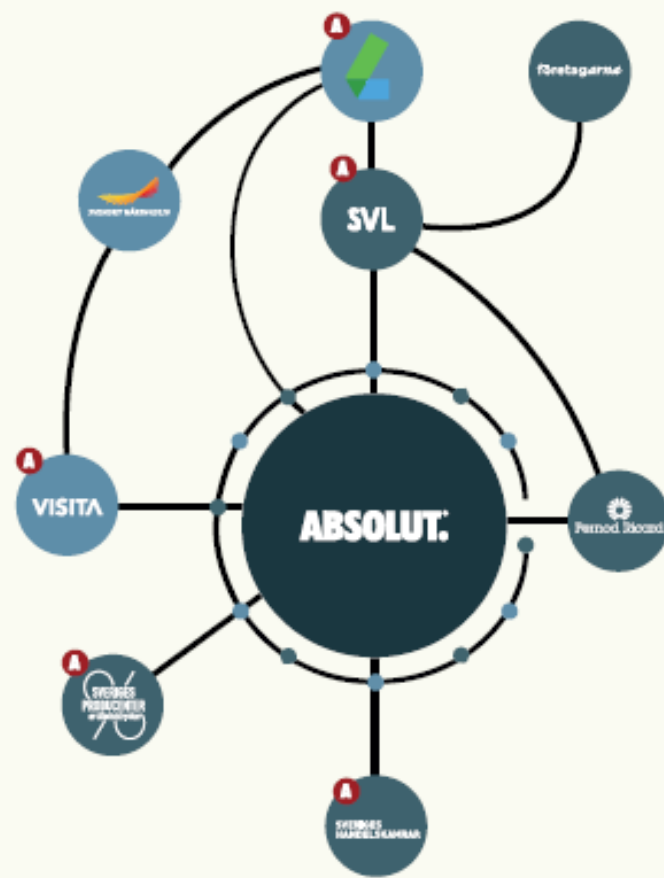


Engineer a following



Buy in credibility

The Absolut Companys olika påverkans- och lobbyingkanaler.



A : The Absolut Company är med i styrelse



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:

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



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.



Handelskammare:

Driver opinionsbildning och politisk påverkan på nationell och regional nivå.



The Absolut Company:

Producerar både råsprit 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.

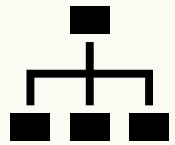
Figur 1. The Absolut Companys olika påverkans- och lobbyingkanaler.



Following & Credibility



The question is fronted by smaller, local producers while larger producers are in the back



Further, the industry has heavily lobbied for larger interest organisations to support the question

→ Svensk Näringsliv, Företagarna, LRF, Visita



Control the ground



Spin the media



Engineer a following



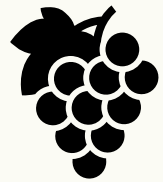
Buy in credibility



Following & Credibility



Several small producers are worried



Many are dependent on the monopoly, and especially assortments that support local producers



If the monopoly would fall it would greatly impact these producers



Johnny Warg på Baringbo bryggeri är orolig för att en eventuell gårdsförsäljning kan slå tillbaka på mikrobryggerierna. FOTO DENNIS PETTERSSON

Småbryggerier oroliga över gårdsförsäljning

GOTLAND
Utredningen om gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker är igång – igen. Ett positivt utfall borde vara just positivt kan man tycka, men småbryggerierna är oroliga.

Du kommer inte många kilometer i dag utan att köra förbi ett småbryggeri. På Gotland finns ett tjugotal, producenter och många lokalproducerade drycker har gjort succé på Systembolagets hyllor. Och så vill man att det ska förbli. Risken, enligt föreningen Sveriges oberoende småbryggerier, och lokala producenter på Gotland, är att ett positivt utfall kommer innebära att all försäljning i fortsättningen ska ske i porten.

– Om Systembolaget i Sverige inte kan ha kvar monopol så finns det heller inget incitament för dem att behålla sortimentet med småskaligt producerade drycker. Systembolaget skulle spara hur mycket energi och kraft som helst på att slippa alla dessa mikrobryggerier, säger Johnny Warg vid Baringbo bryggeri.

– Det är inte så att vi principiellt är emot gårdsförsäljning, men vi vill värna om Systembolagets monopol och det utbud vi kan få ge

nom dem. Vårt bryggeri hade inte varit där vi är i dag om det inte vore för Systembolaget. Och jag är säker på att de arbetsmiljöerna som finns i dag vid alla småbryggerier skulle marginaliseras om allt vi kan sälja ska ske genom gårdsförsäljning. I dag säljer vi runt en halv miljon flaskor, det kommer vi inte göra om vi bara får sälja via porten, säger Johnny Warg.

Utredningen om gårdsförsäljning skulle enligt januariuppgörelsen komma igång under 2020. En utredare är tillsatt och i utredningen står:

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

En debattartikel skriver Sveriges oberoende småbryggerier: Det är precis så vi vill ha det. Att bryggerier får sälja sina stank-



På Gotland finns det gott om småöbryggerier. FOTO: SANDRA NORDIN

ger i Silte ser man gärna att gårdsförsäljning blir verklighet. – Som småproducent har vi egentligen två ben att stå på, det ensa är försäljning via Systembolaget, och det andra är restaurangerna. Nu under coronan är det extra tydligt då restaurangbranschen fått ben undandagna för sig, och därmed även ett av våra ben. Som komplement tror jag

er ner vår försäljningskanal så tror jag inte att ett enda bryggeri skulle vilja ha gårdsförsäljning. Det går att förena båda, det funkar i Finland som exempel. Det går ju att lösa så att de produkter som säljs på Systembolaget inte säljs här. Dessutom tror jag att alla småbryggerier skulle vara väldigt nogga med att reglerna efterföljs, så någon försäljning till mindreåriga



Control the ground



Spin the media



Engineer a following



Buy in credibility

Summary

The industry has been very active in both promoting farm sales, as well as framing it

While the industry supports the issue, they are relying on other actors to spread the message.

While farm sales in itself would be a significant victory for the industry, just having the question on the table gives them value by:

- a) Including them in what is seen as grassroot-companies
- b) Conveying messages of alcohol being a cultural commodity instead of a harmful one.



Questions?

Emil Juslin
emil.juslin@iogt.se

