

HÖGSTA DOMSTOLENS DOM

meddelad i Stockholm den 7 juli 2023

Mål nr

T 4709-22

PARTER

Klagande

Systembolaget Aktiebolag, 556059-9473

103 84 Stockholm

Ombud: Advokat Karin Cederlund

Sandart & Partners Advokatbyrå KB

Box 7131

103 87 Stockholm

Ombud: Advokat Jacob Melander

Melander Sundbom Advokatfirma AB

Box 55609

102 14 Stockholm

Motparter

1. Winefinder AB, 556678-3238

Box 14017

167 14 Bromma

2. Winefinder ApS, 502065-4231

Gentoftegade 54

2820 Gentofte

Danmark

Ombud för 1 och 2: Advokaterna Oscar Björkman Possne, Robin Oldenstam
och juristen Mikael Löwnertz

Mannheimer Swartling Advokatbyrå AB

Box 1711

111 87 Stockholm

Ombud för 1 och 2: Advokat Stefan Perván Lindeborg

Mannheimer Swartling Advokatbyrå AB

Rue Gachard 88 Boite 4

BE-1050 BRYSEL

Belgien

SAKEN

Marknadsföring av alkoholdryck

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolens dom 2022-06-14 i mål

PMT 13055-20

Patent- och marknadsöverdomstolens dom

se Bilaga

DOMSLUT

Högsta domstolen – som inte hämtar in förhandsavgörande från EU-domstolen – fastställer Patent- och marknadsöverdomstolens domslut.

Högsta domstolen förpliktar Systembolaget Aktiebolag att ersätta Winefinder AB:s rättegångskostnad i Högsta domstolen med 92 686 kr, avseende ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen från dagen för Högsta domstolens dom.

Högsta domstolen förpliktar Systembolaget Aktiebolag att ersätta Winefinder ApS:s rättegångskostnad i Högsta domstolen med 834 174 kr, avseende ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen från dagen för Högsta domstolens dom.

YRKANDEN I HÖGSTA DOMSTOLEN

Systembolaget Aktiebolag har yrkat att Högsta domstolen, med ändring av Patent- och marknadsöverdomstolens domslut under punkten 1 a), ska förbjuda var och en av Winefinder AB och Winefinder ApS vid vite att marknadsföra alkoholdrycker för försäljning till konsument i Sverige i enlighet med punkt 1 i Patent- och marknadsdomstolens domslut.

Systembolaget har yrkat ersättning för rättegångskostnader i samtliga instanser och befrielse från skyldigheten att ersätta Winefinder AB:s och Winefinder ApS:s rättegångskostnader.

Winefinder AB och Winefinder ApS har motsatt sig att Patent- och marknadsöverdomstolens dom ändras och yrkat ersättning för rättegångskostnad i Högsta domstolen.

Winefinder AB och Winefinder ApS har väckt frågan om det ska hämtas in ett förhandsavgörande från EU-domstolen. Systembolaget har motsatt sig att förhandsavgörande hämtas in.

DOMSKÄL

Bakgrund

Winefinderbolagens verksamhet

1. Winefinder ApS är ett danskt bolag som bedriver e-handel genom försäljning av bl.a. vin till konsumenter. Winefinder ApS ägs helt av det svenska bolaget Winefinder AB. Bolagen har haft samma personer i styrelserna. De har alla varit bosatta i Sverige.
2. Winefinder ApS:s försäljning av vin sker i huvudsak genom en för bolagen gemensam hemsida. Kunderna, som främst är konsumenter i Sverige, kan i samband med beställning välja hemleverans via transportörer som Winefinder ApS har ingått ramavtal med. Winefinder ApS betalar transportörerna och tar ut en fast avgift av kunderna. Transportörerna levererar vinet antingen direkt hem till konsumenten eller till ett särskilt utlämningsställe.
3. Winefinder ApS köper in vin från tillverkare och grossister. Vinerna tas emot och lagras vid företagets distributionscentral i Danmark. Packning och hantering av det beställda vinet görs i distributionscentralen och sköts huvudsakligen av logistikföretag som Winefinder ApS anlitar. Bolaget har också åtminstone en anställd i Danmark som arbetar med beställningarna. Winefinder ApS har köpt tjänster avseende ekonomi, marknadsföring, kundtjänst och it av Winefinder AB.
4. Winefinder ApS betalar svensk alkohol- och mervärdesskatt för de viner som kunderna i Sverige köper. Winefinder AB har, enligt tidigare

gällande regler om alkoholskatt, varit skatterättslig representant i Sverige för Winefinder ApS.

Marknadsföringslagen

5. Enligt marknadsföringslagen (2008:486) får en näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig förbjudas att fortsätta med denna eller med någon annan liknande åtgärd (se 23 §). Förbudet ska normalt förenas med vite (se 26 §). Marknadsföring är otillbörlig bl.a. om den anger eller på annat sätt skapar intryck av att det är lagligt att sälja en produkt när så inte är fallet (se t.ex. 4 § och punkt 9 i regeringens tillkännagivande enligt marknadsföringslagen, SFS 2008:487 och SFS 2022:648).

Tvisten

6. År 2019 väckte Systembolaget talan mot Winefinder ApS och Winefinder AB med yrkande om att bolagen vid vite skulle förbjudas att marknadsföra försäljning av alkoholdrycker till konsumenter i Sverige med transportörer som anlitas av eller förmedlas genom bolagen. Enligt Systembolaget ger marknadsföringen intrycket att försäljningen är laglig, trots att den strider mot detaljhandelsmonopolet enligt alkohollagen (2010:1622).

7. Winefinderbolagen motsatte sig yrkandet och gjorde bl.a. gällande att det är Winefinder ApS som bedriver handel med alkoholdrycker till konsumenter i Sverige, att leveranserna sker genom en oberoende transportör och att försäljningen inte utgör detaljhandel i Sverige utan i stället sådan privatinförsel som är tillåten enligt 4 kap. 4 § andra stycket 7 i alkohollagen.

8. Patent- och marknadsdomstolen biföll Systembolagets yrkande. Patent- och marknadsöverdomstolen ändrade domen och avslog yrkandet.

Frågan i Högsta domstolen

9. Målet gäller frågan om Winefinderbolagen vid vite ska förbjudas att marknadsföra försäljning av vin till konsumenter i Sverige som sker med transportörer som anlitas av eller förmedlas genom bolagen.

10. För att förbudsyrkandet ska bifallas måste flera förutsättningar vara uppfyllda, bl.a. att den försäljning av vin med leverans till kunder i Sverige som skett via hemsidan strider mot alkohollagen. Högsta domstolen prövar den frågan först.

Handel med och införsel av alkoholdrycker

11. Regler om bl.a. handel med och införsel av alkoholdrycker, såsom vin och starköl, finns i alkohollagen. Av lagen framgår, såvitt här är av intresse, följande.

12. Alkoholdrycker får inte säljas om det inte finns rätt till det enligt alkohollagen (3 kap. 1 §). Detaljhandel med bl.a. vin och starköl får bara bedrivas av ett särskilt för ändamålet bildat aktiebolag som ägs av staten, dvs. Systembolaget (5 kap. 1 och 2 §§). Med detaljhandel avses försäljning till konsument (1 kap. 11 §). Alkohollagen reglerar även parthandel, dvs. försäljning till annan än konsument (se 4 kap.). En parthandlare kan få sälja varor till t.ex. Systembolaget och restauranger med serveringstillstånd, men inte till konsumenter. Den som säljer alkohol i strid med alkohollagen kan dömas för brott (se t.ex. 11 kap. 3 §).

13. Regler om införsel finns i 4 kap. Som utgångspunkt får vin och starköl bara föras in i landet av parthandlare och i vissa fall av Systembolaget. I 4 kap. 4 § anges ett antal situationer när bl.a. vin och starköl får föras in i landet av andra. Vissa av dessa situationer avser införsel av enskilda personer

för dennes eller familjens personliga bruk, s.k. privatinförsel (se vidare p. 18–23). Den som utan att ha rätt till det för in vin eller starköl i landet kan dömas för brott (se lagen, 2000:1225, om straff för smuggling).

14. I lagen om alkoholskatt (numera 2022:156) finns särskilda regler om distansförsäljning, dvs. när t.ex. vin köps av någon som inte bedriver självständig ekonomisk verksamhet, och som avsänds eller transporteras direkt eller indirekt hit från ett annat EU-land av en avsändare – normalt en säljare – som bedriver en självständig ekonomisk verksamhet eller av någon annan för dennes räkning. Vid distansförsäljning är säljaren som huvudregel skyldig att betala alkohol- och mervärdesskatt för varorna när de förs in i landet. Tidigare skulle säljaren även företrädas av en skatterättslig representant i Sverige.

Detaljhandel i Sverige

15. Detaljhandelsmonopolet framgår alltså huvudsakligen av 3 kap. 1 § och 5 kap. 1 och 2 §§ alkohollagen. Enligt ordalydelsen förbjuds detaljhandel med bl.a. vin och starköl som bedrivs av annan än Systembolaget utan att det anges någon geografisk begränsning. Inte heller av förarbetena framgår någon geografisk avgränsning. Det är dock uppenbart att regleringen av detaljhandel i alkohollagen inte avser handel utomlands. Varken lagtext eller förarbeten anger vad som närmare kan anses vara detaljhandel i Sverige.

16. Ändamålen med detaljhandelsmonopolet är att det allmänna ska få kontroll över tillgängligheten till alkoholdrycker i syfte att minska alkoholens medicinska och sociala skadeverkningar (se t.ex. prop. 1993/94:136 s. 9 f. och prop. 2009/10:125 s. 56 f.). Ändamålet talar för att monopolet skulle omfatta all försäljning på den svenska marknaden (jfr rättsfallet ”Läkemedelshandeln på internet” NJA 2008 s. 1135).

17. Frågan om detaljhandelsmonopolets geografiska omfattning måste dock bedömas mot bakgrund av alkohollagens allmänna uppbyggnad och särskilt med beaktande av de typer av införsel av alkoholdrycker som är tillåtna enligt lagen.

Privatinförsel

18. Den svenska alkohollagen ändrades 2008 till följd av EU-domstolens domar i målen Rosengren, C-170/04, EU:C:2007:313, och Kommissionen mot Sverige, C-186/05, EU:C:2007:571. Ändringarna innebär att alkoholdrycker får föras in av ”en enskild person som har fyllt 20 år genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand, om införseln sker från ett annat land inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet och dryckerna är avsedda för dennes eller dennes familjs personliga bruk” (se 4 kap. 4 § andra stycket 7). Med yrkesmässig befordran avses postbefordran eller annan liknande befordran, t.ex. genom transportföretag. I förarbetena angavs att uttrycket ”annan oberoende mellanhand” hämtats från domen Kommissionen mot Sverige och att även införsel genom andra oberoende mellanhänder än yrkesmässiga sådana borde tillåtas för att svensk rätt skulle stå i överensstämmelse med unionsrätten. (Se prop. 2007/08:119 s. 36 f.)

19. För att det ska röra sig om privatinförsel enligt 4 kap. 4 § andra stycket 7 alkohollagen fordras enligt lagtexten att transporten utförs av en mellanhand – en oberoende transportör – mellan säljaren i utlandet och konsumenten i Sverige. Det saknar enligt lagtexten betydelse om det är säljaren eller köparen som anlitat transportören. Om det däremot är säljaren själv som för in alkoholdrycken i landet är införseln inte tillåten enligt 4 kap. 4 § (jfr dock prop. 2007/08:119 s. 44 där det antyds att bestämmelsen är tillämplig också när varan transporteras av säljaren).

20. I samband med lagändringen 2008 övervägdes om möjligheten till införsel skulle omfatta distansförsäljning, när en utländsk säljare anordnar transporten. I förarbetena noterades att denna försäljningsform hade ökat efter Rosengrendomen och att en regel som hindrade distansförsäljning fanns i Finland (se SOU 2007:113 s. 32 ff.). Lagstiftaren stannade dock för att inte föreslå någon sådan regel. I stället framhölls det i författningskommentaren till (numera) 4 kap. 4 § andra stycket 7 att det för rätten till införsel saknar betydelse om den bakomliggande transaktionen är en distansförsäljning, enligt den definition som ges i lagen om alkoholskatt (prop. 2007/08:119 s. 44).

21. Bestämmelsen överfördes oförändrad till 2010 års alkohollag. Förarbetena bygger på förutsättningen att reglerna om privatinförsel leder till att köp via distansförsäljning i princip är tillåtet (se prop. 2009/10:125 s. 59).

22. I förarbetena kan det läsas ut flera skäl till att något förbud mot distansförsäljning inte har införts. Ett skäl var osäkerheten om ett förbud mot distansförsäljning skulle vara förenligt med unionsrätten, men det angavs även att det skulle vara svårt att dra en gräns för vad som enligt alkohollagen skulle vara tillåtet eller inte vid privatinförsel, eftersom det är ganska lätt att arrangera inköpen så att de blir tillåtna. Det uttrycktes också att konsekvenserna för folkhälsan av denna typ av försäljning fick antas vara begränsade, med beaktande bl.a. av att punktskatter och transporter gör varorna dyra. (Se a. prop. s. 59 och SOU 2007:113 s. 37.)

23. Frågan om reglerna avseende privatinförsel och distansförsäljning bör ändras har därefter utretts flera gånger utan att någon ändring genomförts (se SOU 2013:50, SOU 2014:58 och Ds 2016:33 s. 20).

Tillåten distansförsäljning

24. Av det föregående framgår att lagstiftaren avsett att distansförsäljning, där alkoholdryckerna vid köpet finns i annan EU- eller EES-stat och därefter

transporteras till Sverige av en transportör som anlåtats av säljaren ska vara tillåten enligt alkohollagen. Lagtekniskt åstadkoms detta genom att införsel av alkoholdrycker blev tillåten på sätt som framgår av 4 kap. 4 § andra stycket 7 alkohollagen.

25. Att detta slag av gränsöverskridande köp är tillåtna, med stöd av bestämmelserna om införsel, måste som regel innebära att den motsvarande försäljningen inte samtidigt ska anses utgöra detaljhandel i strid med alkohollagen och därmed vara otillåten. Detta kan emellertid inte så förstås att försäljningen är tillåten under alla förhållanden.

26. För att distansförsäljningen inte ska ses som detaljhandel i strid med alkohollagen måste det bl.a. krävas att säljaren inte är etablerad i Sverige; en säljare som är etablerad här och som säljer alkoholdrycker direkt till konsumenter i Sverige bryter alltså mot svensk lag, även om dryckerna förs in i landet efter köpet (jfr Jörgen Hettne, Näthandel med alkohol – lagligt eller olagligt i Birgitta Nyström m.fl., Modern affärsrätt, 2017, s. 108).

27. Vidare måste det förutsättas att någon försäljningsverksamhet inte äger rum på plats i Sverige, t.ex. genom en handelsagent eller motsvarande. Om säljaren exempelvis är etablerad i ett annat EU- eller EES-land och säljer varor via en webbplats på internet så innebär inte det förhållandet att webbplatsen är tillgänglig från Sverige eller att utrustningen för webbplatsen finns här, att försäljningen ska anses äga rum här i landet (jfr skäl 19 i e-handelsdirektivet¹).

28. Vid tydliga tecken på rent formella eller konstlade upplägg kan det finnas anledning att pröva om en påstådd etablering eller försäljning verkligen återspeglar de rätta förhållandena.

¹ Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster.

Bedömningen i detta fall

29. Av utredningen, som bl.a. består av köpevillkor och orderbekräftelser, framgår att det är Winefinder ApS som framträder som säljare och har ingått köpeavtalen med kunderna. Det är inte visat att Winefinder ApS skulle ha träffat avtalen för annans räkning.

30. Av utredningen framgår att Winefinder ApS har varit registrerat och haft sitt säte i Danmark sedan 2005. De viner som beställts har förvarats på ett lager i Danmark och bolaget har betalat skatt och haft personal där. Det finns mot bakgrund härav inte stöd i utredningen för att etableringen skulle vara fiktiv.

31. Winefinder ApS har köpt tjänster från Winefinder AB rörande bl.a. ekonomi, marknadsföring, kundtjänst och it. Detta medger inte slutsatsen att försäljningsverksamheten bedrivs i Sverige eller att tjänsterna är sådana att Winefinder AB ska ses som säljare. Det har inte heller framkommit att vare sig Winefinder AB eller Winefinder ApS skulle ha vidtagit konkreta försäljningsåtgärder på plats i Sverige. Att reklamationer hanterats av Winefinder AB i Sverige ändrar inte den bedömningen.

32. Winefinder ApS har anlitat oberoende transportfirmor för att frakta vinet till konsumenter i Sverige. Eftersom sådan distansförsäljning är tillåten saknar det betydelse att Winefinder ApS:s erbjudande till konsumenter innefattade att Winefinder ApS anlitade transportören.

33. Sammantaget ger inte utredningen stöd för någonting annat än att Winefinder ApS ensamt har bedrivit försäljningsverksamheten från Danmark. Högsta domstolens slutsats – grundad på utredningen i detta mål – är alltså att försäljningen av vin med leverans till kunder i Sverige som skett via hemsidan inte strider mot detaljhandelsförbudet i den svenska alkohollagen.

34. Marknadsföringen är därmed inte otillbörlig av det skälet att försäljningen skulle strida mot detaljhandelsförbudet och Systembolagets talan ska därför avslås. Det har för att avgöra målet inte varit nödvändigt att tolka någon unionsrätt, och förhandsavgörande från EU-domstolen behöver därför inte hämtas in (se artikel 267 fördraget om Europeiska unionens funktionssätt).

35. Vid denna utgång har Winefinder AB och Winefinder ApS rätt till ersättning för sina rättegångskostnader. De belopp som Winefinder AB och Winefinder ApS yrkat i Patent- och marknadsöverdomstolen får anses skäliga. Även Winefinderbolagens yrkande om rättegångskostnader i Högsta domstolen ska bifallas.

I avgörandet har deltagit justitieråden Gudmund Toijer, Agneta Bäcklund, Petter Asp, Cecilia Renfors och Jonas Malmberg (referent, tillägg)
Föredragande har varit justitiesekreteraren Cecilia Andgren

TILLÄGG

Referenten, justitierådet Jonas Malmberg tillägger för egen del:

För att fullt förstå bakgrunden till bestämmelsen i 4 kap. 4 § andra stycket 7 alkohollagen, kan det finnas skäl att kort redovisa hur den svenska alkoholregleringen successivt anpassats till unionsrätten i fråga om privatinförsel.

Sverige har sedan länge haft en restriktiv alkohollagstiftning som bygger på att bl.a. tillgänglighet och pris har betydelse för totalkonsumtionen och alkoholskadornas omfattning. Som de viktigaste alkoholpolitiska verktygen brukar nämnas detaljhandelsmonopolet och alkoholskatten. Genom detaljhandelsmonopolet får samhället kontroll över tillgängligheten av alkoholdrycker och det privata vinstintresset på den svenska detaljhandelsmarknaden kan begränsas i syfte att hålla nere alkoholkonsumtionen. (Se t.ex. prop. 1993/94:136 s. 9 f. och prop. 2009/10:125 s. 56 f.)

Redan två år efter EU-inträdet prövade EU-domstolen den svenska alkoholregleringens förenlighet med unionsrätten (se Franzén, C-189/95, EU:C:1997:504). EU-domstolen fann att det svenska detaljhandelsmonopolet skulle bedömas enligt fördragets regler om handelsmonopol (numera artikel 37 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, FEUF). Handelsmonopol är enligt fördraget tillåtna om de inte är diskriminerande mellan medlemsstaternas medborgare avseende anskaffnings- och saluföringsvillkor. EU-domstolen ansåg att detaljhandelsmonopolet inte stred mot unionsrätten.

I Franzén-domen prövade EU-domstolen även vissa av alkohollagens dåvarande regler om införsel. Domstolen ansåg att dessa inte rörde monolets funktionssätt, och att frågan om reglerna var tillåtna därför skulle prövas enligt fördragets regler om kvantitativa importrestriktioner (Se numera

artikel 34 FEUF). För att sådana restriktioner ska vara tillåtna krävs att de grundas på vissa allmänna hänsyn och att restriktionerna står i proportion till syftet. Regleringen får inte heller vara diskriminerande. (Se numera artikel 36 FEUF.) EU-domstolen ansåg att alkohollagens dåvarande regler om införsel till viss del stred mot unionsrätten.

Efter Franzén-domen ifrågasatte Europeiska kommissionen i en formell underrättelse vissa delar av den svenska alkohollagstiftningen, vilket föranledde riksdagen att år 1999 ändra alkohollagens regler om införsel av alkoholdrycker i vissa avseenden (se prop. 1998/99:134). I det lagstiftningsärendet diskuterades om distansförsäljning av sprit, vin och starköl till Sverige från andra länder borde tillåtas. Med distansförsäljning avsågs direktförsäljning från annat land till privatperson för konsumtion i Sverige, t.ex. via postorder eller internet. Det framhölls att sådan försäljning inte var tillåten och att detta författningstekniskt uppnåddes genom att det i reglerna om införsel i alkohollagen inte tilläts kommersiella försändelser till enskilda. Regeringen uttalade att denna försäljningsform skulle kunna bli ett realistiskt alternativ till inköp på Systembolaget som kunde undergräva den alkoholpolitiska regleringen och på sikt göra det svårt att upprätthålla detaljhandelsmonopolet. Regeringen ansåg därför att distansförsäljning av alkoholdrycker till Sverige från andra länder inte skulle tillåtas. (Se a. prop. s. 104 f.)

År 1999 utgick således lagstiftaren från att det var reglerna om införsel – och inte detaljhandelsmonopolet – som hindrade försäljning från annat land till konsument i Sverige via postorder eller internet.

År 2007 bedömdes alkohollagens regler om införsel i två domar från EU-domstolen.

I målet Rosengren, C-170/04, EU:C:2007:313 hade ett antal privatpersoner beställt vin från Spanien dels via en svenskspråkig dansk hemsida, dels direkt

från producenten. Frakten av vinet hade beställts av en fristående transportör genom en annan hemsida. Betalning för beställningen och transporten hade gjorts till två svenska postgironummer (se begäran om förhandsavgörande i NJA 2004 s. 137). Sådan privatinförsel av vin var vid tiden inte tillåten enligt den svenska alkohollagen. Däremot var det tillåtet för privatpersoner som köpt vin i utlandet att själva föra in vinet i Sverige.

EU-domstolen framhöll att detaljhandelsmonopolets särskilda funktion enligt alkohollagen bestod i en ensamrätt för Systembolaget att sälja alkoholdrycker till konsumenter i Sverige, men att den ensamrätten inte omfattade import av sådana drycker. EU-domstolen ansåg därför att det dåvarande svenska privatinförselförbudet – till skillnad från det svenska detaljhandelsmonopolet i målet Franzén – inte skulle prövas mot fördragets bestämmelse om handelsmonopol, utan mot bestämmelsen om kvantitativa importrestriktioner. EU-domstolen fann att de dåvarande reglerna om införselförbud i alkohollagen stod i strid med unionsrätten.

Parallellt med detta mål hade Europeiska kommissionen väckt talan mot Sverige om fördragsbrott och yrkat att domstolen skulle fastställa att Sverige genom alkohollagens regler om privatinförsel åsidosatte fördragets regler om kvantitativa importrestriktioner. Domstolen utgick i sin bedömning från Rosengrensdomen och angav, i den svenska språkversionen, att Sverige åsidosatt sina skyldigheter genom att förbjuda ”att privatpersoner importerar alkoholhaltiga drycker genom oberoende mellanhand eller yrkesmässig befordran”. Enligt den franska språkversionen av samma domslut har Sverige i stället överträtt sina skyldigheter genom att förbjuda privatpersoner att importera alkoholhaltiga drycker *genom en av dem anlita*d oberoende mellanhand eller yrkesmässig transportör. De danska, engelska och tyska översättningarna av domslutet har samma innebörd som den franska. (Se Kommissionen mot Sverige, C-186/05, EU:C:2007:571.)

Det kan här konstateras att EU-domstolen i dessa mål haft att utgå från att köparen förvärvat vinet utomlands och själv ombesörjt transporten, och ansett att en nationell reglering som begränsar sådan införsel ska bedömas som en kvantitativ importrestriktion. Det går inte av domarna att dra slutsatsen att en nationell reglering som hindrar distansförsäljning, där säljaren är etablerad i en annan EU- eller EES-stat och varan transporteras till Sverige av säljaren eller annan för säljarens räkning, ska bedömas som en kvantitativ importrestriktion. Å andra sidan ger domarna inte heller något klart stöd för att regler som hindrar sådan distansförsäljning ska prövas mot fördragets bestämmelse om handelsmonopol.

Frågan kom att beröras 2015 i EU-domstolens dom i mål Visnapuu, C-198/14, EU:C:2015:751. Målet gällde bl.a. en regel i finsk lag enligt vilken en säljare som är etablerad i en annan medlemsstat måste ha detaljhandelstillstånd för import av alkoholdrycker som är avsedda för detaljhandelsförsäljning till konsumenter som bor i Finland, när säljaren utför transporten av dessa drycker eller anlitar tredje man för denna transport. När det gällde drycker som det finska monopolföretaget – Alko – hade ensamrätt att sälja, uttalade EU-domstolen att tillåtligheten av kravet på detaljhandelstillstånd skulle prövas enligt fördragets bestämmelse om handelsmonopol (p. 93–95). Av domen framgår att det förhöll sig annorlunda när det gällde detaljhandel med starköl och viss gårdsförsäljning, som även andra företag än Alko enligt finsk lag kunde få tillstånd att bedriva. Eftersom Alko inte hade monopol på den typen av försäljning kunde kravet på detaljhandelstillstånd i denna del inte sägas röra Alkos funktionssätt och ensamrätt. Kravet på detaljhandelstillstånd skulle därför enligt EU-domstolen prövas som en kvantitativ importrestriktion.

Som framgår av Högsta domstolens dom i detta mål (p. 20–22) övervägde lagstiftaren efter domarna i målen Rosengren och Kommissionen mot Sverige att utforma alkohollagen så att distansförsäljning genom t.ex. e-handel skulle

vara förbjuden, men avstod från att göra det. Skälet till ställningstagande synes främst ha varit att det i vart fall före Visnapuu-domen bedömdes vara osäkert om ett förbud mot distansförsäljning via t.ex. internet skulle vara förenligt med unionsrätten. Ett annat skäl synes ha varit att konsekvenserna för folkhälsan av denna typ av försäljning antogs vara begränsade. Frågan om reglerna avseende privatinförsel och distansförsäljning borde ändras har – såväl före som efter Visnapuu-domen – utretts utan att lagen ändrats (se SOU 2013:50, SOU 2014:58 och Ds 2016:33).
