

ÅRSBERETNING OG REGNSKAP 2002



VINMONOPOLET

Innhold

- 04 > Visjon
- 05 > Virksomhet og hovedpunkter
- 06 > Viktige datoer
- 07 > Nøkkeltall
- 08 > Styrets årsberetning
- 13 > "Hel ved" – adm. direktør
- 14 > Se
- 16 > Resultatregnskap
- 17 > Balanse
- 18 > Kontantstrømanalyse
- 19 > Noter til regnskapet
- 28 > Revisjonsberetning
- 29 > Rikt varesortiment
- 30 > Lukt
- 32 > Salget
- 34 > De 30 mest solgte produktene
- 35 > Priser og avgifter
- 36 > Butikkene
- 38 > Vinåret 2002
- 41 > Smak
- 46 > English summary
- 48 > Statistikk
- 58 > Spør
- 60 > Organisasjonen
- 62 > Oversikt butikker og adresser

Tidligere har Vinmonopolet lagt mest vekt på å gi informasjon om farene ved produktene vi selger. Nå vil vi også fokusere på de positive opplevelsene, for eksempel å nyte vin til god mat. Hensikten er imidlertid den samme, for ved å dreie forbruket over til alkoholsvake drikker som vin, vil det totale konsumet synke.

Visjon

Vinmonopolet – kvalitet og ansvar i kontakt med mennesker.

Kvalitetsaspektet gjelder alt fra vareutvalget i våre butikker, rådgivning og service til intern og eksternt kommunikasjon.

Answaret kjennetegnes ved fravær av kjøpepress, effektiv sosial kontroll, holdningsskapende tiltak og etisk adferd og effektiv drift.

Vår kontakt med mennesker omfatter foruten våre kunder også forretningsforbindelser, ansatte, eiere og opinionsdannere.

Vinmonopolets strategiske fokusområder

- Kunderelasjoner og samfunn/sosialt ansvar

I tillegg skal Vinmonopolet vektlegge områdene:

- Leverandørrelasjoner
- Eier/finansielle krav
- Medarbeidere og organisasjon

Våre overordnede mål

Vinmonopolet skal:

- Være Norges ledende faghandelskjede
- Styrke sin stilling i opinionen
- Sikre god varetilgang og effektivitet i verdikjeden fra produsent til kunde
- Gi rom for omstilling og lav avanse gjennom kostnadseffektiv drift
- Utvikle medarbeidere og organisasjon etter behov

Hovedpunkter

- Salgsvolumet økte med 8,7 prosent fra året før til totalt 58,9 mill. liter
- Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader, var driftsresultatet 46 mill. kroner, mot 56,7 mill. kroner i 2001
- Det ble etablert 21 nye butikker. Ved utgangen av året hadde vi 177 butikker fordelt rundt om i landet
- 71 av disse butikkene er selvbetjent
- Vinmonopolet etablerte i 2002 en nettbutikk, kundesenter og ny logistikk-løsning for fjernhandel
- Vareutvalget økte fra 5 600 til 6 000 produkter

Viktige datoer i 2002

2. januar: Vinmonopolets produkter blir billigere som følge av at alkoholavgiften for brennevin blir redusert med 15 prosent og for vin med 5 prosent.

1. mars: Nytt i marsutgaven av bestillingslisten er en oversikt over økologisk godkjente produkter.

4. mars: Det nye opplegget for Vinmonopolets fjernhandel settes i gang. Ny leveringsavtale med Posten settes i drift.

15. mars: EFTA-domstolen avsier dom i den såkalte rusbrus-saken. EFTA-domstolen slår fast at deler av det norske regelverket for omsetning av alkohol strider mot EØS-avtalen. Rusbrus kan selges i dagligvarebutikkene fra 1. januar 2003.

30. april: MMI slutfører nasjonal kundeundersøkelse for Vinmonopolet. Hele 82 prosent svarer at de er fornøyd med tilgjengeligheten på vin og brennevin.

3. juni: Ny organisasjonsmodell for hovedkontoret tar til å gjelde. Ny Logistikkavdeling opprettes. Sammenslåinger fører til at det blir en Økonomi- og HR -avdeling og en Markeds- og produktavdeling.

3. juni: Vinmonopolet åpner en egen nettbutikk hvor våre kunder kan handle, og betale direkte på internett.

1. september: En ny alderskontrollkampanje starter i alle Vinmonopolets butikker.

1. oktober: Mediene offentliggjør MMIs profilundersøkelse av de 115 største bedriftene i Norge: Vinmonopolet avanserer til 10. plass.

11. november: Vinmonopolet åpner Ekstranett for grossistene og bedrer med dette informasjonsservicen overfor leverandørene.

21. november: 2002 har vært Vinmonopolets mest ekspansive utbyggingsår. Tre nye butikker åpner samme dag: Arna, Kyrksæterøra og Geilo.

30. november: Vinmonopolet runder 80 år. Selskapet ble offisielt grunnlagt 30. november 1922.

1. desember: Vinmonopolets salg økte med 11,5 prosent i november 2002 sammenlignet med samme måned i 2001. En av årsakene kan være den store metanolsaken som denne høsten krevde 11 menneskeliv.

12. desember: Vinmonopolet arrangerer en internasjonal forskerkonferanse "Canadian Alcohol Experiences and Nordic Perspectives".

14. desember: Butikken Tveita, Oslo, blir den siste nye som åpner i 2002. Vinmonopolet er nå en butikkjede som består av 177 butikker, derav 71 selvbetjente.

Nøkkeltall

	2002	2001	2000	1999	1998
SALG (1 000 LITER)					
Svakvin	45 695	43 191	41 944	38 506	34 852
Sterkvin	1 200	1 224	1 308	1 204	1 221
Brennevin	11 188	9 020	9 114	8 905	8 555
Øvrige produkter	789	733	733	676	672
Total	58 872	54 168	53 099	49 291	45 300
INNTEKTER OG RESULTAT (MILL. KR)					
Brutto salgsinntekter	9 068,3	8 820,2	8 567,4	8 030,6	7 387,4
Driftsinntekter	7 320,0	7 117,3	6 990,9	6 552,5	6 058,2
Driftsresultat	46,0	56,7	98,8	65,5	163,9
Resultat før vinmonopolavgift	82,7	92,4	124,3	90,1	178,8
KAPITAL					
Total kapital (mill. kr)	1 547,7	1 500,8	1 567,5	1 478,6	1 180,2
Egenkapital (mill. kr)	497,6	481,2	436,3	379,6	325,0
Egenkapitalandel (%)	32,2	32,1	27,8	25,7	27,5
LØNNSOMHET (%)					
Bruttomargin ¹⁾	12,0	11,3	11,2	11,0	11,3
Resultatgrad ²⁾	1,2	1,3	1,8	1,5	3,0
Totalkapitalrentabilitet ³⁾	5,6	6,2	8,5	7,2	16,4
Egenkapitalrentabilitet ⁴⁾	16,9	20,1	30,5	25,6	63,8
LIKVIDITET					
Likviditetsgrad (%) ⁵⁾	121,0	126,4	121,8	118,6	123,1
Arbeidskapital (mill. kr) ⁶⁾	208,1	251,8	233,1	191,4	187,8
PERSONALE					
Antall fast ansatte pr. 31.12.	1 664	1 563	1 461	1 397	1 281
Herav: Heltidsansatte	645	602	576	542	508
Deltidsansatte	1 019	961	885	855	773
Antall årsverk	1 087	1 026	968	909	843
Antall butikker pr. 31.12.	177	156	139	130	120

Definisjoner:

1) Bruttomargin =	$\frac{\text{Driftsinntekt} - \text{vareforbruk}}{\text{Driftsinntekt}}$	x 100
2) Resultatgrad =	$\frac{\text{Resultat før vinmonopolavgift} + \text{finanskostnader}}{\text{Driftsinntekt}}$	x 100
3) Totalkapitalrentabilitet =	$\frac{\text{Resultat før vinmonopolavgift} + \text{finanskostnader}}{\text{Gjennomsnitt av total kapital 1.1. og 31.12.}}$	x 100
4) Egenkapitalrentabilitet =	$\frac{\text{Resultat før vinmonopolavgift}}{\text{Gjennomsnitt av egenkapital 1.1. og 31.12.}}$	x 100
5) Likviditetsgrad =	$\frac{\text{Omløpsmidler}}{\text{Kortsiktig gjeld}}$	x 100
6) Arbeidskapital =	Omløpsmidler – kortsiktig gjeld	

Et synlig alkoholpolitisk virkemiddel

Vinmonopolet er et aksjeselskap underlagt Sosialdepartementet. I 2002 kunne selskapet se tilbake på 80 års virksomhet under omskiftende samfunnsforhold og ulike rammebetingelser for virksomheten. Vinmonopolets enerett til detalj salg av vin, brennevin og sterkøl skal bidra til å begrense alkoholforbruket gjennom en hensiktsmessig regulering og kontroll med salget av alkohol. Vinmonopolet legger stor vekt på den sosiale kontrollen vi utfører og har igjennom året gjennomført flere alderskontrollkampanjer. I motsetning til annen handel stimulerer ikke Vinmonopolet til økt salg ut fra økonomiske motiver. Vinmonopolet har fokus på å fremme god drikkekultur og motvirke misbruk av alkohol gjennom vårt informasjonsarbeid og gjennom nøytralitet i kontakt med den enkelte kunde.

Vi opplever stadig press mot tradisjonsrik norsk alkoholpolitikk basert på avgifter, regulert tilgjengelighet og sosial kontroll. I 2002 avsa EFTA-domstolen en dom mot Norge om diskriminering i salgsformen av såkalt ”rusbrus” i forhold til øl. Dette fikk den konsekvensen at all alkoholholdig drikk med mindre enn 4,76 volumprosent alkohol fra 1. januar 2003 kan selges i dagligvarehandelen.

Vinmonopolet er i likhet med andre butikkjeder avhengig av effektiv drift i alle ledd i organisasjonen og i vårt landsdekkende butikknett. Styret legger stor vekt på å legge premissene for at selskapet skal kunne møte de mange utfordringer det står overfor. I dette ligger blant annet at investeringene i ny teknologi og i utbyggingene og ombyggingene av butikkene ikke skal svekke selskapets økonomiske resultat.

Etter en omfattende modernisering og utbygging av butikknettet de senere år, fremstår Vinmonopolet i dag som en moderne, kostnadseffektiv og fremtidsrettet kjede av faghandelsbutikker med et bredt spekter av produkter til samme pris over hele landet.

Salget

Vinmonopolet solgte totalt 58,9 mill. liter alkoholholdig drikkevare i 2002, en økning på 4,7 mill. liter eller 8,7 prosent fra 2001. En rekke faktorer påvirker salget vårt – faktorer som til dels har motsatt virkning. Avgiftsreduksjoner, nye butikker og overgangen til selvbetjening, metanolsaken og en generell inntektsøkning

bidrar til å forklare salgsøkningen. I motsatt retning trekker faktorer som økt grensehandel som følge av reduserte avgifter i Sverige og Danmark kombinert med en sterk norsk krone.

Salget av svakvin – som utgjør snaue 78 prosent av totalsalget – økte med 5,8 prosent eller 2,5 mill. liter til totalt 45,7 mill. liter. Det ble solgt 32,5 mill. liter rødvin mot 31,2 mill. liter i 2001 – en økning på 4,2 prosent. For hvitvin var den relative salgsøkningen 10,1 prosent. Totalt ble det solgt 10,4 mill. liter hvitvin i 2002.

Salget av brennevin inneholdende mer enn 7 volumprosent alkohol økte fra 8,9 mill. liter i 2001 til 9,8 mill. liter i 2002 – en økning på 10 prosent eller 0,9 mill. liter. At salget av brennevin øker er et brudd med senere års utvikling. Siden 1980 – da Vinmonopolet solgte 19 mill. liter brennevin – har salget falt til et bunnivå rundt 8 mill. liter de seneste årene. Grunnet bl.a. avgiftsreduksjonen på brennevin fra 1. januar 2002 synes nå denne trenden å være snudd.

Salget av annen brennevinsbasert drikk, tilhørende kategorien alkopops (såkalt rusbrus), økte fra 90 000 liter i 2001 til nesten 1,4 mill. liter i 2002, en økning på nesten 1,3 mill. liter.

Salget av sterkvin er relativt stabilt rundt 1,2 mill. liter årlig, mens salget av sterkøl økte med 8,1 prosent til drøyt 700 000 liter i 2002. Alkoholfrie festdrikker utgjør en nesten ubetydelig andel av salget med 80 000 liter.

Regnskapet

Vinmonopolets omsetning (eks. mva.) var 7 320,0 mill. kroner, hvorav 4 096,4 mill. kroner var alkoholavgifter. Dette er en omsetningsøkning på 202,7 mill. kroner fra 2001. Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader, var driftsresultatet 46,0 mill. kroner. Driftsresultatet var 10,7 mill. kroner lavere enn i 2001. Resultatnedgangen skyldes i hovedsak økte kostnader i forbindelse med etablering av 21 nye butikker, samt ombygging av 30 butikker til selvbetjening. Resultat før vinmonopolavgift var 82,7 mill. kroner, som er 9,7 mill. kroner lavere enn i 2001. Vinmonopolavgiften, som betales til staten istedenfor ordinær skatt, er for 2002 beregnet til 17,3 mill. kroner. Stortinget har fastsatt at 75 prosent av overskuddet etter vinmonopolavgift skal tilfalle staten.

Dette utgjør 49,1 mill. kroner. Årets resultat etter vinmonopolavgift og statens overskuddsandel utgjør 16,4 mill. kroner, og foreslås overført til annen egenkapital. Kontantstrømmene var 81,7 mill. kroner fra operasjonelle aktiviteter, og 123,9 mill. kroner ble benyttet til investeringsaktiviteter. Samlet beholdning av kontanter og kontantekvivalenter per 31.12.2002 var 872,9 mill. kroner, i forhold til 915,1 mill. kroner ved forrige årsskifte. Totalkapitalen i selskapet utgjorde 1 547,7 mill. kroner per 31.12.2002. Bokført egenkapital per 31.12.2002 var 497,6 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 32,2. Til sammenligning var egenkapitalen per 31.12.2001 på 481,2 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 32,1. Årsregnskapet er avlagt under forutsetning om fortsatt drift.

Butikkene

Vinmonopolet har igjennom året åpnet 21 nye butikker, av disse er alle så nær som én åpnet som selvbetjent butikk. Vinmonopolet har ved utløpet av 2002 177 butikker rundt om i hele landet. Av disse er 71 selvbetjente butikker. Vinmonopolet fortsetter å endre driftsformen fra disk- til selvbetjente butikker. Positive tilbakemeldinger fra kunder og medarbeidere støtter et slikt strategivalg. Ambisjonene er derfor å bygge om de fleste diskbutikker innen utløpet av 2005.

Disse forbedringene i tilgjengeligheten er nødvendig for å videreføre en effektiv alkoholpolitikk. Bare ved å utvikle Vinmonopolet i takt med befolkningens forventninger kan monopolordningen oppnå nødvendig oppslutning og legitimitet – også i tiden som kommer.

Fjernhandel

Vinmonopolet etablerte i 2002 en nettbutikk, kundesenter og ny logistikkløsning for fjernhandel. Dette er et multikanaltilbud der bestilling kan gjøres via e-post, telefaks, telefon eller selvbetjening gjennom nettbutikk.

Målet ved etablering av fjernhandel er å øke tilgjengeligheten, spesielt i utkantstrøk. I nettbutikken tilbys et lagerført sortiment på opptil 2 500 varianter. I tillegg gir nettbutikken gode søkemuligheter etter vareinformasjon. Kundesenterets rolle er å veilede kunder i forbindelse med bestilling, samt generell varefaglig rådgivning.

Samfunnsansvar

Vinmonopolordningens regulering av tilgjengeligheten til alkohol og fraværet av kjøpepress medfører lavere salg enn om vin og brennevin hadde vært mer tilgjengelig. Forskning viser at reduksjon i totalkonsumet gir færre alkoholrelaterte skader og ulykker. En annen viktig begrunnelse for Vinmonopolet er den sosiale kontrollen som kontinuerlig utføres i våre butikker. I 2002 ble drøyt 19 000 personer avvist som mindreårige eller synlig berusete, mot 11 400 i 2001. Styret ser oppgangen i sammenheng med flere forhold: Gjennom nyåpnede butikker og ombygging til selvbetjening betjener Vinmonopolet en stadig voksende kundemasse. Samtidig er økningen et uttrykk for fokuset på den løpende kontrollen vi utfører i våre butikker. Den sosiale kontrollen er en av våre høyest prioriterte arbeidsoppgaver, og vi gjennomførte i 2002 – som tidligere år – flere alderskampanjer, både i butikkene og media.

Grossister

Ved utgangen av året har 91 grossister leveringsavtale med selskapet, en økning på syv fra året før. De ti største grossistene representerer en markedsandel på 66 prosent, noe som er en nedgang på 10 prosentpoeng fra 2001. For levering til våre butikker benytter grossistene seg av distribusjonsfirmaer. Det er inngått detaljerte avtaler om den praktiske gjennomføringen av vareleveransen til butikkene.

Vinmonopolet lanserte i november Ekstranett mot grossistene. Ekstranett er i første omgang salgsinformasjon rettet mot grossistene. Dette innebærer at alle grossistene kan gå inn på Internett og hente ut detaljerte salgstall om egne og andres produkter. Målet er at Ekstranett skal bli selskapets hovedkanal mot grossistene.

Ved å etablere en egen logistikkavdeling har selskapet satt sterkere fokus på videreutviklingen av grossist- og distributørrelasjoner. Vinmonopolet og grossistene har etablert en gruppe som arbeider med strategiske forbedringsområder som skal gi bedre effektivitet hos Vinmonopolet, grossistene og distributørene.

Produktkontroll

Det er gjennomført kjemisk og sensorisk kontroll innen alle sortimenter og varegrupper. Kontrollen er tettest for produkter utvalgt av Vinmonopolet. I 2002 er det

gjennomført kjemisk kontroll av ca. 1 000 produkter. Ved kjemisk kontroll basert på stikkprøver er det funnet feil ved 9 prosent av kontrollerte varer. Feilene har ikke vært av alvorlig karakter. Sensorisk mottakskontroll av nye produkter innkjøpt av Vinmonopolet førte til at syv produkter ble stoppet før lansering. For disse produktene var det ikke samsvar mellom tilbud og levert vareparti. Alle produktene var innen varegruppen svakvin. I 2002 har det vært fokusert spesielt på korrekt merking av produktene for å kvalitetssikre sporingsmuligheter ved produktfeil.

Organisasjonen og de ansatte

Vinmonopolets administrasjon har i løpet av året gjennomført en organisasjonsendring. Den nye organisasjonen er delt i fem avdelinger; Økonomi- og HR-avdelingen, Logistikkavdelingen, Markeds- og produktavdelingen, Salgsavdelingen og IT-avdelingen. Den nye organisasjonsstrukturen vil være et godt virkemiddel til å kunne imøtekomme de faktiske utfordringene og arbeidsoppgavene på en fleksibel, effektiv og fremtidsorientert måte.

Kvinneandelen på direktørnivå er ved utgangen av året 33,3 prosent mot 0 prosent året før. På seksjonssjefnivå er kvinneandelen 26,7 prosent, mens kvinneandelen blant butikksjefene er 36,5 prosent. I styret er fire av ni medlemmer kvinner, noe som gir en kvinneandel på 44,4 prosent.

Høyt tempo på etablering av nye butikker samt økt omsetning, førte til økning i bemanningen i 2002. Antall ansatte økte med 101, slik at det totale antall ansatte ved utgangen av året er 1 664. Til sammen utgjør dette 1 087 årsverk, en økning på 61 fra året før. Fordelingen mellom heltids- og deltidsansatte er henholdsvis 645/1 019. Dette viser at forholdet har økt i favør av heltidsansatte, men ser vi på utviklingen for deltidsansatte i butikk isolert, opprettholdes tendensen fra i fjor med en forskyvning mot kortere arbeidsavtaler. Årsaken er at de fleste nyåpningene er små butikker.

Ressursbruken på intern opplæring har vært betydelig, med fokus på faglig utvikling av de butikkansatte.

Selskapet inngikk avtale med de ansattes organisasjoner om deltakelse i prosjektet "Inkluderende arbeidsliv", og det skal framlegges en handlingsplan tidlig på nyåret 2003. I 2002 var sykefraværet i selskapet 23 652 dager. Dette utgjør 9,1 prosent av mulige dagsverk mot 8,4 prosent i 2001.

Informasjonsteknologi

Bruk av informasjonsteknologi har en stadig økende betydning for å realisere de mål som er satt for virksomheten.

Selskapet har styrket bemanningen for videreutvikling av datavarehus som er et viktig verktøy for rapportering og analyse generelt, samt oppfølging av butikkene gjennom en balansert målstyringsfunksjon. Det planlegges en utvidelse av balansert målstyring til også å gjelde de administrative funksjonene.

Det ytre miljø

Det er våre grossister som har ansvaret for distribusjonen av varene til selskapets butikker rundt i landet. Selskapets påvirkning av det ytre miljø gjelder i stor grad avfall i form av plast, papp, glass og trevirke som har emballert varene. Alt avfall kildesorteres før det sendes til resirkulering. I april inngikk Vinmonopolet en landsdekkende avtale med et transport- og miljøsekskap som henter kildesortert avfall i alle butikkene og frakter det til de ulike miljøstasjonene rundt i landet. Selskapets kildesorteringsgrad på plast, papp, glass og trevirke gjennom transport- og miljøsekskapet er på 99,7 prosent. Også usortert produksjonsavfall hentes av samme selskap. I forhold til det som kan resirkuleres per i dag, kildesorterer Vinmonopolet opp imot 100 prosent av avfallet.

Det er ikke pantesystem for vin- eller brennevinsflasker. Vinmonopolet oppfordrer kundene til å bruke kommunenes returigloer, men butikkene tar også imot flasker om kunden ønsker det. Alt glass i Vinmonopolet gjenvinnes. Selskapet mottar også prøveflasker i forbindelse med tilbud. For å håndtere glassavfallet har selskapet en egen glassknuser, og glassavfallet sendes til gjenvinning.

Alt av papp og plast presses og sendes til gjenvinning. Varene kommer i all hovedsak på EUR-pall. Selskapet stiller krav om dette overfor leverandørene. For leverte og godkjente EUR-paller gjelder palleutvekslingsordningen av 1. januar 2000, slik at disse gjenbrukes. Det er inngått en landsdekkende avtale for henting av trevirke til gjenvinning. Dette gjelder først og fremst engangs kvart-paller i trevirke, men også annet trevirke som gamle ukurante EUR-paller.

I forbindelse med innkjøp av kontormateriell, inventar og lignende anskaffelser følges anerkjente miljøstandarder. Alle trykksaker og prislisters lages på miljøvennlig papir, så som svanemerket eller EMAS. Ved utsendelse til butikkene pakkes det meste i papp og noe i plast, som vi har resirkulasjonsavtale for. Vinmonopolet er medlem av returselskapet for næringselektronikk, Renas AS. Som medlem av Renas tilfredsstillers selskapet kravene til importør/produsent vedrørende innsamling, forsvarlig behandling og rapportering av elektrisk og elektronisk avfall. Selskapet har en resirkuleringsordning for tonerkassetter, og er medlem av Materialretur AS for resirkulering av gaveesker i kartong.

Fremtidsutsikter

På grunnlag av det arbeidet som er gjort i 2002 vil styret fremheve følgende oppgaver i 2003:

Selskapet vil fortsette å sette kunden i fokus i tråd med selskapets visjon "Vinmonopolet – kvalitet og ansvar i kontakt med mennesker". Den sosiale kontrollen med salget skal tydeliggjøres og forbedres. I overensstemmelse med dette vil formidling av god drikkkultur også stå sentralt. I den videre utviklingen av virksomheten skal fortsatt god kundeservice bygge opp under selskapets alkoholpolitiske rolle. De fordeler som dette gir vil bli stadig tydeligere i kommunikasjonen med våre kunder.

På grunn av mangel på egnede butikklokaler måtte 5 butikketableringer som skulle vært gjennomført i 2002, utsettes til 2003. I tillegg er det for 2003 planlagt 10 nye butikker. Med disse etableringene vil antallet butikker ved utgangen av 2003 øke til 192. Et tyvetalls eksisterende butikker vil bli bygget om til selvbetjening, slik at halvparten av butikkene blir selvbetjent i løpet av 2003. Forbedringene av butikknettets er en løpende oppgave som kommer kunden til gode.

Basert på retningslinjer fra Sosialdepartementet skal de 10 butikketableringene i 2003 være 6 ordinære butikker og en forsøksordning med 4 minipol.

Minipol skal være små butikker med redusert driftskonsept for å redusere driftskostnadene tilpasset lav omsetning i små distriktsbutikker. Forsøksordningen med minipol skal gi svar på hva begrenset åpningstid, bredden på sortimentet, avstanden fra minipolet til nærmeste ordinære butikk og lokale forhold betyr for hvor kundene velger å handle. Samtidig skal forsøket teste ut aktuelle driftsformer relatert til butikkutforming, arbeidstid, sikkerhet for ansatte, arbeidsmiljø, filialdrift og bedriftsøkonomisk lønnsomhet. Driftsformen utredes nå med sikte på å gjennomføre etableringene som et forsøk i 2003 med en ny vurdering av erfaringene med driftsformen etter et år. Forsøksordningen har bakgrunn i anmodningsvedtak fra Stortinget.

Styret ser det som viktig at nye butikketableringer foretas ut fra en balanse mellom økonomiske kriterier og ønsket om økt tilgjengelighet. Hensikten er å vinne erfaring med virkningene av det store antallet nye butikketableringer de senere år og den nye fjernhandelsløsningen som blant annet legger til rette for kjøp via Vinmonopolets butikk på Internett. Det fremstår for styret som usikkert om små butikker med forholdsvis lite vareutvalg og korte åpningstider vil være den beste løsningen. Spørsmålet er for det første om de økonomiske besparelsene vil stå i forhold til begrensningsene i konseptet, og ikke minst om kundene vil finne tilbudet attraktivt nok til at de lar være å reise til en mer fjerntliggende ordinær butikk. Forsøket vil vise hvilke erfaringer man får. Hvis erfaringene ikke er positive, er et mulig utfall av evalueringen at de 4 forsøksbutikkene avvikles.

En av målsetningene for 2003 er forbedring av den økonomiske kostnadseffektiviteten. Kostnadene ved virksomheten skal reduseres. Dette gjelder for hele virksomheten, det være seg administrasjon så vel som butikk. Selskapet har gjennom etablering av en egen logistikkavdeling satt spesielt fokus på effektivitetsgevinster i vareflytkjeden.

Målet er at Vinmonopolet skal være Norges ledende faghandelskjede. Ved fortsatt styrking og foredling av butikknettet i form av utbygging av nettet, ombygging til selvbetjening, attraktiv lokalisering og utvikling av behovstilpassede butikkkonsepter for distrikter og større byer legges det til rette for kundeservice som bygger opp under Vinmonopolets alkoholpolitiske rolle. Servicegraden skal stadig forbedres med aktiv og målrettet bruk av varefaglig kompetanse i tjenestetilbudet til kundene, profilerende kundekommunikasjon og butikkdesign, og et vareutvalg som fremhever selskapets kvalitetsprofil.

Denne fokus på kundeservice og videreføring av den sosiale kontrollen vil gi resultater som støtter opp under Vinmonopolet som en serviceorientert faghandelskjede, og understreke visjonen om kvalitet og ansvar i kontakt med mennesker.

Styret takker medarbeiderne for at de gjennom en kombinasjon av vilje til nyorientering og engasjert innsats har vært med på å videreutvikle selskapet gjennom året.

Oslo, 19. mars 2003



Harald Arnkvern
Harald Arnkvern
Styreleder



Tone Skogen
Tone Skogen
Nestleder



Lise Christoffersen
Lise Christoffersen



Arnfinn Holten
Arnfinn Holten



Ingvild Strømsheim Wold
Ingvild Strømsheim Wold



Jan Blomseth
Jan Blomseth



Elianne Ingebrigtsen
Elianne Ingebrigtsen



Helge Storvik
Helge Storvik



Juul Lyseggen
Juul Lyseggen



Knut Grøholt
Knut Grøholt
Adm. direktør

”Hel ved”

Uttrykket ”hel ved” brukes til å beskrive mennesker som er til å stole på i enhver sammenheng. Det er en krevende betegnelse, en hedersbetegnelse. Det er derfor et svært ambisiøst mål at alle som arbeider i Vinmonopolet skal leve opp til denne betegnelsen.

Dette innebærer bl.a. at vi er lojale og forvalter bedriftens ressurser som om de var våre egne, og det gjelder overfor våre arbeidskolleger – at vi viser dem respekt og omtanke. Det siste skal vi utvikle gjennom vår medvirkning i programmet for inkluderende arbeidsliv.

Jeg vil at Vinmonopolet skal fremstå i folks bevissthet som leverandør av kvalitet. Det gjelder selvfølgelig våre produkter, men minst like mye vår kundebehandling. Vi skal ta våre kunder på alvor og vise dem respekt med vennlig og god service. Det vi vil få tilbake er tillit, ja mer enn det: begeistring for hva vi står for og hva vi yter!

En indikasjon på at vi lykkes er en flott 10. plass i Markeds- og mediainstituttets siste profilundersøkelse av 115 store norske bedrifter. Men vel så viktig for oss er de utallige positive tilbakemeldinger vi får direkte fra fornøyde kunder.

Vinmonopolets videre utvikling må baseres på at myndigheter og kundene har tillit til vår virksomhet. Dette forutsetter bl.a. at vår forretningsmoral er høy. Et statlig handelsmonopol er underlagt spesielt strenge regler om korrekt opptreden, likebehandling av leverandører og merkenøytralitet. Enhver kontakt mellom våre medarbeidere og våre leverandører skal ha sin basis i disse forutsetningene.

Vårt ønske er å ha så klare regler som mulig på dette området. Derfor har vi utarbeidet skriftlige retningslinjer for leverandørkontakt. Disse er viktige for å få fokus på god forretningsskikk mellom Vinmonopolet og grossistene, sikre våre kunders interesser og beskytte våre ansattes integritet.

Verdiene som ligger bak uttrykket ”hel ved” er de samme som ligger til grunn for Vinmonopolets visjon: Kvalitet og ansvar i kontakt med mennesker.

Knut Grøholt

Adm. direktør
Knut Grøholt

Se

Med litt øvelse kan vinens utseende fortelle mye. Men også helt uten trening kan man ha glede av å beundre fargen, og for eksempel oppdage at det ikke er så stor forskjell mellom gamle røde og gamle hvite viner.



1 år gammel Riesling
(Tysk)



4 år gammel Chardonnay
(Amerikansk)



3 år gammel Muscat
(Fransk)



5 år gammel Sauternes
(Fransk)



62 år gammel Bordeaux
(Fransk)



62 år gammel Sauternes
(Fransk)



23 år gammel Rioja
(Spansk)



20 år gammel Garrafeira
(Portugisisk)



2 år gammel Pinot Noir
(Fransk)



4 år gammel Sangiovese
(Italiensk)



4 år gammel Tannat
(Fransk)



2 år gammel Madiran
(Fransk)

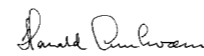
Resultatregnskap

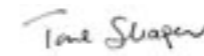
1.1. - 31.12. (mill. kr)	Note	2002	2001
Salgsinntekter	2	7 311,9	7 115,8
Andre inntekter	12	8,1	1,5
Driftsinntekter		7 320,0	7 117,3
Vareforbruk	3	6 439,2	6 311,9
Lønn og andre personalkostnader	4, 18	503,1	450,9
Avskrivninger varige driftsmidler	12	71,9	60,0
Nedskrivninger varige driftsmidler	12	1,9	0,0
Andre driftskostnader	5	257,9	237,8
Driftskostnader		7 274,0	7 060,6
Driftsresultat		46,0	56,7
Finansinntekter	6	39,4	38,2
Finanskostnader	6	2,7	2,5
Finansposter		36,7	35,7
Resultat før vinmonopolavgift		82,7	92,4
Vinmonopolavgift	13	17,3	17,6
Årets resultat		65,5	74,8
Overføringer og disponeringer			
Til overskuddsandel og utbytte	14	49,1	29,9
Til annen egenkapital		16,4	44,9
Sum		65,5	74,8


Balanse

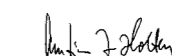
Per 31.12. (mill. kr)	Note	2002	2001
EIENDELER			
Utsatt skattefordel	13	16,5	21,7
Varige driftsmidler	12	324,2	267,1
Langsiktige fordringer	11	6,3	6,3
Anleggsmidler		347,0	295,1
Varebeholdning		308,4	277,4
Kundefordringer	9	8,0	4,8
Andre kortsiktige fordringer	10,20	11,4	8,4
Finansielle investeringer	8	239,8	233,0
Kontanter, bankinnskudd	7	633,1	682,1
Omløpsmidler		1 200,7	1 205,7
Sum eiendeler		1 547,7	1 500,8
GJELD OG EGENKAPITAL			
Innskutt kapital			
Aksjekapital	16	-	-
Opptjent kapital			
Annen egenkapital	17	497,6	481,2
Egenkapital		497,6	481,2
Pensjonsforpliktelser	18	57,5	65,7
Langsiktig gjeld		57,5	65,7
Leverandørgjeld		713,7	686,2
Vinmonopolavgift	13	35,8	55,1
Skyldig offentlige avgifter		81,0	76,7
Overskuddsandel og utbytte	14	49,1	29,9
Annen kortsiktig gjeld	15	113,0	106,0
Kortsiktig gjeld		992,6	953,9
Sum gjeld og egenkapital		1 547,7	1 500,8


Oslo, 19. mars 2003


Harald Arnkværn
Styreleder



Tone Skogen
Nestleder


Lise Christoffersen



Arnfinn Holten

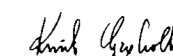

Ingvild Strømsheim Wold


Jan Blomseth


Elianne Ingebrigtsen


Helge Storvik


Juul Lyseggen


Knut Grøholt
Adm. direktør

Kontantstrømanalyse

(mill. kr)	2002	2001
LIKVIDER TILFØRT FRA VIRKSOMHETEN		
Tilført fra årets virksomhet *)	80,2	103,6
Endring leverandører	27,5	- 118,0
Endring i lager, debitorer	- 34,3	127,0
Endring andre kortsiktige poster	8,3	3,5
Netto likviditetsendring fra virksomheten	81,7	116,1
LIKVIDER BRUKT PÅ INVESTERINGER		
Investeringer i varige driftsmidler	- 132,9	- 88,0
Salg av varige driftsmidler	9,0	1,1
Netto likviditetsendring fra investeringer	-123,9	-86,9
LIKVIDER FRA FINANSIERING		
Endring andre langsiktige fordringer	0,0	2,0
Netto likviditetsendring fra finansiering	0,0	2,0
Netto endring i likvider gjennom året	- 42,2	31,2
Likviditetsreserve 1.1.	915,1	883,9
Likviditetsreserve 31.12.	872,9	915,1
SPESIFIKASJON LIKVIDITETSRESERVE 31.12.		
Kontanter	21,3	19,6
Bankinnskudd	611,8	662,5
Finansielle investeringer	239,8	233,0
	872,9	915,1
Resultat før vinmonopolavgift	82,7	92,4
Gevinst ved salg av driftsmidler	- 7,0	0,0
Ordinære av- og nedskrivninger	73,8	60,0
Betalbar vinmonopolavgift	- 12,0	- 23,8
Endring pensjonsavsetning	- 8,2	4,9
Overskuddsandel	- 49,1	- 29,9
*) Tilført fra årets virksomhet	80,2	103,6

Noter til regnskapet

1 Sammenheng av de viktigste regnskapsprinsippene

AS Vinmonopolet er underlagt Lov om Aktieselskapet Vinmonopolet og avlegger årsregnskap i samsvar med regnskapsloven av 1998 og god regnskapsskikk.

1.1 DRIFTSINNTEKTER

Salgsinntektene er presentert inklusive alle avgifter med fradrag for merverdiavgift. Inntektsføring finner sted ved levering av varer til kundene.

1.2 KLASSIFISERING OG VURDERING AV BALANSEPOSTER

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter poster som forfaller til betaling innen ett år etter anskaffelsestidspunktet, samt poster som knytter seg til varekretsløpet. Øvrige poster er klassifisert som anleggsmiddel/langsiktig gjeld.

Omløpsmidler vurderes til laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi. Kortsiktig gjeld balanseføres til nominelt beløp på opptakstidspunktet.

Anleggsmidler vurderes til anskaffelseskost, men nedskrives til virkelig verdi dersom verdifallet ikke forventes å være forbigående. Langsiktig gjeld balanseføres til nominelt beløp på etableringstidspunktet.

1.3 VAREBEHOLDNING

Varelageret er verdsatt til faktiske innkjøpspriser (inklusive alkoholavgift) for de ulike produktene.

1.4 KUNDEFORDRINGER OG ANDRE FORDRINGER

Kundefordringer og andre fordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap.

1.5 AKSJER

Aksjer er vurdert til laveste verdi av anskaffelseskost og markedsverdi.

1.6 KORTSIKTIGE INVESTERINGER

Kortsiktige investeringer (obligasjoner og sertifikater) vurderes til markedsverdi på balansedagen.

1.7 VARIGE DRIFTSMIDLER

Balanseførte driftsmidler omfatter investeringer som gir kapasitetsøkning eller vesentlig kvalitetsbedring. Disse er oppført i balansen til kostpris redusert for ordinære avskrivninger og nedskrivninger.

Direkte vedlikehold av driftsmidler kostnadsføres løpende under driftskostnader, mens påkostninger eller forbedringer tillegges driftsmidlets kostpris og avskrives i takt med driftsmidlet.

Tap ved salg av anleggsmidler er beregnet som differansen mellom salgssum og bokført verdi, og er presentert netto under øvrige driftskostnader. Gevinst ved salg av anleggsmidler, som er beregnet på tilsvarende måte, er presentert netto under andre inntekter.

1.8 VINMONOPOLAVGIFT

AS Vinmonopolet betaler ikke ordinære skatter, men vinmonopolavgift, som utgjør 28 prosent av resultatet. Beregningsgrunnlaget for vinmonopolavgift reduseres med fjorårets vinmonopolavgift.

Utsatt skatt er beregnet med 28 prosent på grunnlag av de midlertidige forskjeller som eksisterer ved utgangen av regnskapsåret mellom regnskapsmessige og skattemessige verdier. Negative midlertidige forskjeller og positive midlertidige forskjeller som reverseres eller kan reverseres i samme periode er utlignet.

1.9 PENSJONSFORPLIKTELSER

Vinmonopolets ansatte er delvis tilknyttet Statens Pensjonskasse (SPK) og delvis ordninger som ikke er dekket av pensjonskassen eller forsikringsordninger.

Nåverdien av pensjonsforpliktelsene som ikke er dekket gjennom SPK er vist som langsiktig gjeld i balansen, og årets endring i pensjonsforpliktelsen føres over resultatregnskapet som lønn og andre personalkostnader.

Pensjonsordningen i SPK er forsikringsteknisk oppbygd. Ordningen er imidlertid ikke fondsbasert. Utbetalingen av pensjonene er garantert av staten (pensjonsloven §1). Premiefastsettelse og beregning av pensjonsforpliktelsene skjer etter actuarielle prinsipper. Det blir simulert en avkastning av fondsmidler tilsvarende langsiktige statsobligasjoner. Avvik i den faktiske utviklingen fra de beregningsmessige forutsetninger vil kunne gi både en over- og underfinansiering av ordningen. Ved overgangen til forsikringsteknisk oppbygging i 1995 var pensjonsordningen i balanse, idet fondsmidler er satt til beregnet pensjonsforpliktelse på samme tidspunkt.

Vinmonopolet regnskapsfører pensjonsordningen i SPK i henhold til Norsk Regnskapsstandard om pensjonskostnader. Pensjonsordningen er i relasjon til standarden en ytelsesplan.

I 1997 ble det forhandlet frem avtalefestet førtidspensjon (AFP). Ordningen innebærer at ansatte kan gå av med pensjon ved fylte 62 år eller senere. Fra 62 år til fylte 64 år dekker arbeidsgiver 100 prosent av pensjonen, mens fra

fylte 64 år dekker staten 40 prosent. Ved fylte 67 år går arbeidstaker over på normal pensjon. Det betales ordinær premie til AFP i perioden. Den ordinære pensjonsforpliktelsen fra fylte 67 år kostnadsføres i perioden fram til antatt tidspunkt for førtidspensjonering (AFP). Ved beregning av AFP-forpliktelsene er det benyttet samme forutsetninger som for de ordinære pensjonsforpliktelsene, samt estimat for uttakstilbøveligheter.

2 Salgsinntekter

Fordeling hovedvaregrupper (mill. kr)	2002	2001
Svakvin	4 002,4	3 865,8
Sterkvin	142,5	145,0
Brennevin	3 102,5	3 047,5
Øvrige produkter	47,8	43,6
Andre salgsvarer	16,7	13,9
Sum	7 311,9	7 115,8

Av salgsinntektene utgjør 4 096,4 mill. kr alkoholavgifter (i 2001 4 205,7 mill. kr).

3 Vareforbruk

Vareforbruk i resultatregnskapet er fastsatt til verdien av varekjøp justert for beholdningsendringer i henhold til vareopptellinger.

4 Lønnskostnader, antall ansatte og godtgjørelser

(1 000 kr)	2002	2001
Lønn	393 507	349 309
Arbeidsgiveravgift	54 793	48 510
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	28 240	29 282
Innleid arbeidskraft	22 034	18 909
Andre godtgjørelser	4 541	4 890
Sum lønnskostnader	503 115	450 900

Gjennomsnittlig antall ansatte for 2002 er 1 613 (1 514 for 2001).

Lønn og andre ytelser adm. direktør (1 000 kr)	2002	2001
Lønn	1 006	881
Pensjonskostnad	137	34
Andre godtgjørelser	120	85
Sum	1 263	1 000

Samlet styrehonorar var i 2002 kr 604 000, herav til styrets leder kr 125 000 (i 2001 kr 562 000, herav kr 120 000 til styrets leder). Samlet honorar til bedriftsforsamlingen var kr 52 000 (i 2001 kr 69 000). Ordinært revisjonshonorar er beregnet til kr 600 000 for 2002. Honorar for annen bistand er kr 70 000.

5 Andre driftskostnader

Andre driftskostnader inkluderer følgende kostnader:

(1 000 kr)	2002	2001
Andre personalkostnader	17 523	14 655
Frakt og transport	9 614	8 732
Energi, brensel	7 752	5 800
Kostnader lokaler	93 542	82 156
Leie maskiner, inventar mv.	663	2 145
Inventar, driftsmaterialer, vedlikehold mv.	31 733	35 323
Eksterne tjenester	19 226	13 726
Kontorrekvisita, trykksaker mv.	7 565	6 307
Telefon, porto mv.	16 457	11 784
Kostnad transportmidler	178	152
Reisekostnader	12 421	11 445
Informasjons- og emballasjemateriell	21 484	28 901
Kontingenter og gaver	2 209	2 629
Forsikringer	2 742	1 848
Andre kostnader	14 775	12 151
Sum	257 884	237 754

6 Finansposter

Finansposter inneholder følgende inntekter og kostnader:

Finansinntekter (1 000 kr)	2002	2001
Renteinntekter bank	21 019	22 144
Avkastning obligasjoner/sertifikat	18 109	15 921
Andre finansinntekter	249	117
Sum finansinntekter	39 377	38 182

Finanskostnader (1 000 kr)	2002	2001
Rentekostnader bank	2 432	2 459
Andre finanskostnader	267	68
Sum finanskostnader	2 699	2 527

7 Kontanter og bankinnskudd

Per 31.12.2002 var 17,0 mill. kr av selskapets bankinnskudd avsatt til betaling av skattetrekk for ansatte (i 2001 14,7 mill. kr).

8 Finansielle investeringer

Vinmonopolets finansielle investeringer består av obligasjoner og sertifikat med fast rente innenfor stats-, kommune- og finanssektoren. Plasseringene hadde ved utgangen av 2002 en gjennomsnittlig durasjon på 3,0 år, og dersom investeringene ikke realiseres før ved forfall vil dette gi en gjennomsnittlig årlig avkastning på 6,7 prosent. Porteføljens gjennomsnittlige løpetid skal være fra 1 – 5 år. Investeringene er fordelt som følger:

(1 000 kr)	Kostpris	Markedsverdi	Bokført verdi
Statsobligasjoner	77 922	79 676	79 676
Kommuneobligasjoner	15 870	16 191	16 191
Finansobligasjoner	143 303	143 928	143 303
Sum	237 095	239 795	239 795

Gjennomsnittlig faktisk avkastning for 2002 utgjør 7,6 prosent p.a. De finansielle investeringene klassifiseres som omløpsmidler og inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg. Selskapet har inntektsført urealisert gevinst på 2,7 mill. kr per 31. desember 2002.

9 Kundefordringer

Kundefordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap på krav med kr 100 000 (i 2001 kr 100 000). Årets realiserede tap på fordringer er inkludert i andre driftskostnader og utgjør kr 63 979 (i 2001 kr 380 503).

10 Andre kortsiktige fordringer

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

Fordringer (1 000 kr)	2002	2001
Påløpne renteinntekter	6 437	5 059
Forskuddsbetalte kostnader	770	1 421
Refusjon avgifter	970	891
Andre kortsiktige fordringer	3 179	1 055
Sum	11 356	8 426

Andre kortsiktige fordringer inneholder aksjer i Norsk GlassGjenvinning AS med kr 150 000 (stemme- og eierandel 15 prosent), bokført til pålydende. Aksjer i heleid datterselskap, Nordpolet AS er bokført med kr 100 000 (note 20).

11 Langsiktige fordringer

Langsiktige fordringer består av obligasjons- og pantelån i forbindelse med selskapets leieavtaler på 6,3 mill. kr (i 2001 6,3 mill. kr). Lånene er rentefrie og bundet inntil kontraktsutløp.

12 Varige driftsmidler

Driftsmidler (1 000 kr)	Anskaff. kost per 01.01.2002	Tilgang	Avgang/ utrange- ring	Anskaff. kost per 31.12.2002	Akkumulert av- og nedskrivn. per 31.12.2002	Bokført verdi 31.12.2002	Av- og ned- skrivning 2002
Inventar	174 311	69 658	12 041	231 928	101 179	130 749	26 047
EDB-utstyr m.v.	150 771	13 043	12 835	150 979	101 809	49 170	31 194
Spes.tilpasset programvare	29 117	9 699	0	38 816	14 462	24 354	5 091
Transportmidler	4 887	0	173	4 714	3 714	1 000	483
Forretningsbygg	101 403	5 546	3 019	103 930	55 788	48 142	2 917
Leide lokaler	59 978	34 759	422	94 315	32 965	61 351	8 065
Kunst	849	110	0	959	0	959	0
Tomter	9 084	45	648	8 481	0	8 481	0
Sum	530 399	132 859	29 136	634 123	309 917	324 206	73 797

Eksterne kostnader knyttet til utvikling av administrative systemer er aktivert under EDB-utstyr. Gevinst ved salg av driftsmidler utgjør 7,0 mill. kr. Ordinære avskrivninger beregnes på bakgrunn av økonomisk levetid for driftsmidlene og fordeles lineært etter følgende satser: Inventar: 15,0 – 20,0 % · EDB-utstyr: 20,0 – 33,0 % · Transportmidler: 20,0 % · Forretningsbygg: 1,5 – 5,0 % · Leide lokaler: Over kontraktstid

13 Vinmonopolavgift

Avsetning for betalbare skatter gjelder vinmonopolavgift for 2001 og 2002.

Nedenfor er gitt en spesifikasjon over forskjellen mellom det regnskapsmessige resultat før skattekostnad og årets skattegrunnlag.

(1 000 kr)	2002	2001
Resultat før skattekostnad	82 721	92 378
+/- Permanente forskjeller	2 656	1 659
- Vinmonopolavgift foregående år	- 23 735	- 31 320
+/- Endringer midlertidige forskjeller	- 18 632	22 050
Årets skattegrunnlag	43 010	84 767
Vinmonopolavgift	12 043	23 735

Nedenfor er det gitt en spesifikasjon av de midlertidige forskjellene samt beregning av utsatt skatt/skattefordel ved utgangen av regnskapsåret:

(1 000 kr)	31.12.2002	31.12.2001
Midlertidige forskjeller knyttet til:		
Kundefordringer	- 100	- 100
Varelager	- 300	- 300
Andre kortsiktige poster	2 700	- 11 226
Sum kortsiktige poster	2 300	-11 626
Avsetning til førtidspensjoner	- 1 814	- 5 077
Pensjonsforpliktelser	- 54 902	- 60 618
Anleggsmidler	- 4 579	-307
Sum langsiktige poster	- 61 295	- 66 002
Sum midlertidige forskjeller	- 58 995	- 77 628
Anvendt skattesats	28 %	28 %
Utsatt skattefordel	- 16 519	- 21 736

Spesifikasjon av regnskapsmessig vinmonopolavgift:

(1 000 kr)	2002	2001
Årets betalbare vinmonopolavgift	12 043	23 735
Endring utsatt skatt	5 217	- 6 174
Sum regnskapsmessig vinmonopolavgift	17 260	17 561

Forklaring til hvorfor regnskapsmessig vinmonopolavgift ikke utgjør 28 prosent av resultat før skatt:

(1 000 kr)	2002	2001
28 % av årets resultat	23 163	25 866
Permanente forskjeller (28 %)	743	464
Fjorårets vinmonopolavgift (28 %)	- 6 646	- 8 769
Sum regnskapsmessig vinmonopolavgift	17 260	17 561

14 Overskuddsandel

Det er beregnet 75 prosent overskuddsandel av resultatet etter vinmonopolavgift for 2002.

15 Annen kortsiktig gjeld

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

(1 000 kr)	2002	2001
Lån fra ansatte gjennom eget interessekontor	39 438	39 296
Gavekort	8 572	8 735
Andre påløpte kostnader	286	246
Skyldig lønn og feriepenger	64 677	57 718
Sum annen kortsiktig gjeld	112 973	105 995

16 Aksjekapital

Selskapets aksjekapital består av 100 aksjer à kr 500. Samtlige aksjer eies av staten.

17 Egenkapital

(1 000 kr)	Aksjekapital	Annen egenkapital	Totalt
Egenkapital 31.12.2001	50	481 176	481 226
Årets resultat	0	65 461	65 461
Overskuddsandel og utbytte	0	- 49 099	- 49 099
Egenkapital 31.12.2002	50	497 538	497 588

18 Pensjonsforpliktelser

AVSETNING TIL FØRTIDSPENSJONER

Stortinget har fattet følgende vedtak; jfr. St.prp. nr. 1 for 1993-94 side 72:

“Stortinget har samtykket i at AS Vinmonopolet i perioden 1994-96 kan tilby sine arbeidstakere over 60 år førtidspensjon”.

Kostnadene for ansatte som har tatt imot tilbudet per 31. desember 1996 er kapitalisert frem til 67 år basert på en kapitaliseringsfaktor på 5 prosent samt en årlig pensjonsstigning på 2 prosent. Totalt er det i balansen for 2002 avsatt 1,8 mill. kr (i 2001 5,1 mill. kr) for forpliktelsene inklusive arbeidsgiveravgift. Selskapet har kostnadsført 0,1 mill. kr i 2002. Ordningen omfatter 14 personer.

Pensjonskostnader og pensjonsmidler i Statens Pensjonskasse

Ved beregning av årets netto pensjonskostnad og netto pensjonsmidler (forpliktelser) er følgende forutsetninger lagt til grunn:

	2002	2001
Årlig diskonteringsrente	6,0 %	6,0 %
Lønnsregulering	3,3 %	3,3 %
Pensjonsregulering	2,9 %	2,9 %
Avkastning på pensjonsmidler	7,0 %	7,0 %
Årlig G-økning	2,9 %	2,9 %

Pensjonskostnadsberegning (1 000 kr)	2002	2001
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	23 633	21 103
Rentekostnad av påløpte pensjonsforpliktelser	32 593	28 086
Brutto pensjonskostnad	56 226	49 189
Avkastning av pensjonsmidlene	-30 173	- 27 252
Resultatført estimatavvik	5 151	1 929
Resultatført pensjonsplanendring	- 696	9 000
Netto pensjonskostnad	30 508	32 866
Risikopremie/administrasjon	561	408
Netto pensjonskostnad før arbeidsgiveravgift	31 069	33 274
Beregnet arbeidsgiveravgift	4 381	4 692
Årets pensjonskostnad inkl. arbeidsgiveravgift	35 450	37 966
Herav andel trukket i ansattes lønn	- 7 310	- 6 484
Pensjonskostnad belastet årets resultat	28 140	31 482

Pensjonsforpliktelser (1 000 kr)	2002	2001
Pensjonsforpliktelser brutto	- 565 636	- 490 940
Pensjonsmidler	468 374	420 452
Netto pensjonsforpliktelser	- 97 262	- 70 488
Ikke resultatført estimatavvik	48 312	17 361
Påløpt arbeidsgiveravgift (14 %)	- 6 885	- 7 491
Netto pensjonsforpliktelser inkl. arbeidsgiveravgift	- 55 835	- 60 618

Med virkning fra 1. januar 2001 ble det innført endringer i reglene om etterlattepensjon. Selskapet kostnadsførte hele effekten av pensjonsplanendringen på 2,0 mill. kr i 2001. Selskapet hadde i samarbeid med Statens Pensjonskasse gjennomgått grunnlaget for pensjongivende inntekt for deltidsansatte i perioden 1994 - 2000, og funnet at timer utover kontraktsfestet arbeidstid ikke hadde vært hensyntatt i tidligere beregninger av netto pensjonsforpliktelser. Registerne hos Statens Pensjonskasse ble i 2001 oppdatert, og akkumulert effekt på 7,0 mill. kr av tidligere manglende registrert pensjongivende inntekt ble resultatført i 2001. Timer utover kontraktsfestet arbeidstid for 1994 er i 2002 tilbakeført fra Statens Pensjonskasse til Vinmonpolet, og har medført en inntektsføring på 2,0 mill. kr i 2002 under resultatført pensjonsplanendring. Selskapet har i 2002 innført en pensjonsordning for lønn over 12 G, og selskapet har kostnadsført hele effekten av pensjonsplanendringen på 1,3 mill. kr i 2002. Selskapet har kostnadsført beregnede estimatavvik over gjenværende opptjeningstid (10 år).

19 Leieforpliktelser

Ved utgangen av året hadde selskapet kontraktsfestede leieforpliktelser som vil kunne medføre følgende utbetalinger i de nærmeste år:

Leieforpliktelser (1 000 kr)	2003	2004	2005	2006	2007
Butikker og kontorer	87 708	78 195	61 195	50 744	28 143

20 Nordpolet AS

AS Vinmonpolet overtok 01.01.1999 driften av Nordpolet AS på Svalbard. Innskutt aksjekapital utgjør kr 100 000. Nordpolets overskudd skal tilbakeføres lokalsamfunnet på Svalbard gjennom Longyearbyen lokalstyre.

Datterselskapet vurderes etter kostmetoden i selskapsregnskapet. Investeringen har en bokført verdi på kr 100 000, og er presentert under andre kortsiktige fordringer.

Resultatregnskap 1.1. – 31.12. (1 000 kr)	2002	2001
Salgsinntekter	18 749	19 599
Vareforbruk	10 619	11 347
Ordinære avskrivninger	79	72
Andre driftskostnader	2 599	2 438
Driftsresultat	5 452	5 742
Finansposter	99	- 62
Årets resultat	5 551	5 680
Disponering årets resultat:		
Til annen egenkapital	0	1 680
Til Longyearbyen lokalstyre	5 551	4 000

Balanse per 31.12. (1 000 kr)	2002	2001
Anleggsmidler	163	205
Omløpsmidler	10 223	11 960
Sum eiendeler	10 386	12 165
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	6 006	7 785
Sum gjeld og egenkapital	10 386	12 165

Revisjonsberetning



Kontrollkomiteens innstilling

Kontrollkomiteen har gjennomgått det avsluttede og reviderte årsoppgjør samt revisjonsberetningen. Styrets forslag til disposisjon av overskuddet kr 65 500 000 har kontrollkomiteen ingen merknader til. Kontrollkomiteen anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2002.

Oslo, 31. mars 2003

Tor Nymo (leder) Ranja Hauglid Petter Thomassen

Bedriftsforsamlingens uttalelse

I samsvar med revisjonsberetningen for 2002 og kontrollkomiteens innstilling, anbefaler bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2002, slik det fremtrer etter styrets vedtak av 19. mars 2003, blir fastsatt som selskapets regnskap for 2002. Likeledes anbefaler bedriftsforsamlingen at styrets beretning for 2002 godkjennes.

Oslo, 1. april 2003

Dagny Gärtner Hovig
Bedriftsforsamlingens leder

Rikt varesortiment

Ved utgangen av år 2002 besto Vinmonopolets totale vareutvalg av ca. 6 000 produkter. Vinmonopolets store mangfold av produkter skiller seg sterkt fra situasjonen i norsk dagligvarehandel, som er preget av et begrenset utvalg.

Vinmonopolets vareutvalg inneholder et vidt spekter av produkter innen alle kvalitetsområder.

For å gjøre det enklere for våre kunder å finne frem, har vi delt våre butikker inn i tre kategorier: Grunnsortiment, Hovedsortiment og Fullsortiment. Hver kategori har et definert utvalg av produkter med en tilhørende prislister. Dessuten har hver butikk sin lokale tilleggsliste med andre produkter for å dekke lokal etterspørsel.

Sortimentene

Grunnsortimentet inneholder de ca. 360 mest solgte produktene samt ca. 100 supplerende varianter (f.eks. halvflasker). Hovedsortimentet inneholder grunnsortimentet pluss de ca. 380 nest mest solgte produktene, til sammen ca. 740. Fullsortimentet inneholder ca. 1 200 produkter. I tillegg kan ca. 4 500 merker leveres på bestilling i løpet av noen få dager.

Innkjøp

Vinmonopolet gjør alle sine innkjøp fra grossister med engrosbevilling. Bevillingsordningen forvaltes av Sosial- og helsedirektoratet, Avdeling for rusmidler. Bevillingen gir rett til å selge alkoholholdige produkter til Vinmonopolet og serveringsnæringen. Ved utgangen av år 2002 hadde 198 bedrifter fått ordinær engrosbevilling fra Sosial- og helsedirektoratet. Vinmonopolet hadde inngått avtale om innkjøp fra 91 av disse.

Vinmonopolet utarbeider hvert halvår en Markeds- og produktplan som distribueres til grossister, tilvirkere og til andre interesserte på forespørsel. I planen redegjør Vinmonopolet for sine innkjøpsplaner. På bakgrunn av planen sendes det ut tilbudsforespørsler til grossistene. For lansering i 2002 sendte Vinmonopolet ut 194 slike forespørsler som til sammen resulterte i 3 443 tilbud. Av til sammen 186 foretatte kjøp ble 168 vurdert av Vinmonopolets sensoriske prøveinstans, noe som innebar at 3 094 produktprøver ble vurdert. Sosialdepartementet har oppnevnt en egen nemnd som behandler Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv. Retningslinjene for nemndas virksomhet er gitt i forskrift av 16. januar 1996. I 2002 mottok nemnda 11 klager, hvorav 1 fikk medhold.

Salgsprisen

Vinmonopolet har full åpenhet rundt sin kalkyle for beregning av avanse. Kalkylen tar utgangspunkt i at det enkelte produkt skal bære sine egne kostnader og gi Vinmonopolet en rimelig fortjeneste. Kalkylen skal både ta hensyn til håndteringskostnadene i butikkene og andre faktorer som påvirker ressursforbruket.

Kalkylen kan uttrykkes ved følgende formel:

Avanse = Fast påslag + Verdipåslag

Det faste påslaget, som skal dekke Vinmonopolets variable kostnader knyttet til håndtering av produktene, er fastsatt til 4 kroner per liter for brennevin og 5 kroner per liter for øvrige produkter. Det faste påslaget er mindre for brennevin enn for øvrige produkter, fordi brennevinsprodukter medfører 20-30 prosent mindre ressursforbruk i butikkene. Verdipåslaget, som skal dekke selskapets faste kostnader og i tillegg sikre et økonomisk resultat av driften, er fastsatt til 28 prosent av innkjøpspris eksklusive avgifter. Procentsatsen reduseres gradvis når avansen overstiger 30 kroner. Avansen vil maksimalt kunne utgjøre 75 kroner per enhet.



Lukt

Det som gjør vinsmaking så komplisert, er nesen. For mens tungen bare kan skille mellom søtt, salt, surt og bittert, kan luktesansen skille mellom flere tusen aromaer. Og skape assosiasjoner til alt fra tobakk til tjære, hest, blomst, fersken og lakris.

Salget

Vinmonopolets salg økte med 8,7 prosent i 2002. Salget av svakvin – som nå står for 78 prosent av Vinmonopolets omsetning – økte mest. Det har aldri vært solgt mer svakvin i Norge enn i 2002.

Kroner og liter

Både omsetningen i kroner og liter økte fra 2001 til 2002. Bruttoomsetningen var på 9,1 mrd. kroner, en økning på 2,7 prosent. Til sammen ble det solgt 58,9 mill. liter drikkevarer. Dette tilsvarer en volumøkning fra forrige år på 8,7 prosent. Målt i liter ren alkohol var økningen på 8,1 prosent. At omsetningen i kroner øker mindre enn omsetningen målt i liter skyldes først og fremst reduksjonen i alkoholavgiftene – henholdsvis 15 prosent for brennevin og 5 prosent for svakvin – fra 1. januar 2002. At salget målt i ren alkohol øker mindre enn salget målt i vareliter viser at det fortsatt er en dreining i favør av alkoholsvake produkter.

Utvikling i salget:	
Økning i omsetning (kroner)	2,7 %
Økning i volum (totalt antall liter)	8,7 %
Økning i liter ren alkohol	8,1 %

Vi ser salgsøkningen i sammenheng med flere årsaker: Reduserte alkoholavgifter fra 1. januar 2002, åpning av 21 nye butikker, omlegging til selvbetjening i 30 butikker samt høy kjøpekraft i befolkningen. Høsten 2002 rammet dessuten metanolsaken – dødelig smuglersprit ble solgt på det svarte markedet. 11 døde og mange innlagt på sykehus gjorde folk engstelige. Vinmonopolets salg av brennevin økte, særlig i østlige områder av landet.

Samtidig ser vi at salgsutviklingen varierer fra fylke til fylke. Det er størst økning for de fylkene som ikke rammes noe særlig av grensehandel; der vi har åpnet flest butikker; eller bygd om til selvbetjening; eller der salget pr. innbygger var lavest i utgangspunktet.

Vinmonopolets andel av totalsalget

Omregnet til ren alkohol har Vinmonopolet henholdsvis 86 og 93 prosent av den registrerte omsetningen av vin og brennevin. Det resterende volumet selges gjennom serveringsnæringen. Serveringsnæringen foretar størstedelen av sine innkjøp direkte fra grossist, men Vinmonopolet har også noe videresalg til serveringsnæringen.

Svakvin

Som svakvin defineres rødvin, hvitvin, rosévin, musserende vin, fruktvin, annen druevin, annen aromatisert svakvin og alkoholsvak vin. Salget av svakvin økte med 5,8 prosent til 45,7 mill. liter i 2002 – tidenes høyeste svakvinssalg i Norge. Salget av vin i 3 liter bag-in-box fortsetter å øke, og utgjorde i 2002 om lag 39 prosent av svakvinsmarkedet. I alt ble det solgt svakvin til en verdi av 4,97 mrd. kroner. Dette tilsvarer en økning på 3,6 prosent. Årsaken til at tallene i kroner og øre øker mindre enn litersalget er først og fremst reduserte vinavgifter fra 1. januar samt at hvitvin – som har en lavere gjennomsnittspris enn rødvin – utgjør en stadig større andel av svakvinssalget.

Markedet for svakvin domineres klart av rødvin, som har en særstilling her til lands. I Norge er forholdet mellom rødvin og hvitvin 3:1, mot 1:1 i England og 3:2 i Sverige. I 2002 solgte Vinmonopolet 32,5 mill. liter rødvin til en verdi av 3,57 mrd. kroner. Dette representerte en volumøkning på 4,2 prosent og en omsetningsøkning på 1,5 prosent. Aldri tidligere har Vinmonopolet solgt så mye rødvin i løpet av et år. Salget av rødvin utgjorde i 2002 71 prosent av svakvinssalget (eller 55,1 prosent av totalsalget). Frankrike befester sin posisjon som ledende rødvinsleverandør og slår alle tidligere salgsrekorder med 9,7 mill. liter. Dette er en oppgang på 1,3 mill. liter eller 15,3 prosent fra 2001. Aldri før har Vinmonopolet solgt så mye rødvin fra et land i løpet av ett år. Også italiensk rødvin har oppgang. Det ble solgt snaue 6,8 mill. liter mot 6,1 mill. i 2001. Med en salgsøkning på 12,7 prosent til 5,8 mill. liter erobret spansk rødvin tredje-plassen på rødvinslisten på bekostning av Chile. Chilensk rødvin, som så sent som i perioden 1997 – 1999 var markedsledende, opplever en svipt i omsetningen. Salget sank med snaue 1 mill. liter eller 16,6 prosent til 4,8 mill. liter i 2002. Nevnte fire land står for over 83,5 prosent av det totale rødvinsalget i Norge.

Salget av hvitvin økte – relativt sett – mer enn det dobbelte av rødvin og endte til slutt på 10,4 mill. liter, etter en økning på 950 000 liter eller 10,1 prosent. Det er første gang i historien at det er solgt mer enn 10 mill. liter hvitvin i løpet av et år i Norge. At salget av hvitvin øker raskere enn rødvin kan ha flere årsaker: For det første satses det mer aktivt på hvitvin enn tidligere, for det andre utgjør hvitvin tradisjonelt en større andel av totalsalget i nyåpnede butikker (21 nyåpninger i 2002), mens det for det tredje var en unik, lang og varm augustmåned med sammenfallende økning i hvitvinssalget (økning på 350 000 liter i august). Det ble solgt hvitvin for 1,08 mrd. kroner i 2002.

På tross av en moderat salgsøkning på drøye 4 prosent er tysk hvitvin fortsatt markedsledende med 3,6 mill. liter. Fransk hvitvin, som økte med 0,5 mill. liter, står for drøyt halvparten av den totale økningen av hvitvin. Italienske og ungarske hvitviner bidrar også sterkt til økningen. Totalt ble det solgt 838 000 liter italiensk hvitvin etter en økning på 15,2 prosent, mens ungarske viner økte med 54,3 prosent til et totalvolum på 687 000 liter. Disse fire landene står for 82 prosent av hvitvinssalget i Norge.

Salget av musserende vin økte med 5,7 prosent til 1,138 mill. liter. Verdien av salget var 165 mill. kroner. Det er fortsatt de spanske merkene som dominerer kategorien, med Italia og Frankrike på de to neste plassene. Mens salget av spansk musserende sank med 2,7 prosent økte salget av både italienske og franske musserende viner med 6,5 prosent. Disse tre landene står for 90 prosent av salget av musserende i Norge.

Sterkvin

Varegruppen omfatter bl.a. vermut, sherry, portvin og madeira. Det ble solgt nøyaktig 1,2 mill. liter sterkvin til en verdi av 177 mill. kroner i 2002. Dette innebærer en nedgang i salgsvolum på 2 prosent, og en reduksjon i omsetningen på 1,8 prosent. Etter en midlertidig økning i sterkvinssalget i 2000 som følge av avgiftsreduksjonen fra 1. januar 2000, synker igjen salget av sterkvin. Dette er helt i tråd med utviklingen for varekategorien de siste ti årene. Vermut utgjør den største delen av sterkvinssalget med 791 000 liter.

Brennevin

Salget av brennevin inneholdende mer enn 22 volumprosent alkohol økte med 9 prosent fra drøyt 8 mill. liter til snaut 8,8 mill. Verdien av dette salget var på drøyt 3,5 mrd. kroner, en nedgang på 85 mill. kroner fra 2001. At inntektene fra salget går ned mens salget øker skyldes reduksjonen i alkoholavgiften for brennevinsprodukter over 22 volumprosent med 15 prosent fra 1. januar 2002. Selv om vodka er den mestselgende brennevinskategorien – opp 10,4 prosent til snaut 3 mill. liter – domineres fortsatt brennevinsmarkedet i Norge av brune brenneviner, fortrinnsvis druebrennevin som det – etter en oppgang på 9,4 prosent – ble solgt snaut 2,5 mill. liter av i 2002. Av druebrennevinene er særlig cognac populært. Salget av cognac økte med 16,8 prosent til 1,6 mill. liter. Også akevitt seiler i medvind. Salget av vårt tradisjonelle, norske brennevin økte med 74 000 liter til 0,9 mill. liter, den største økningen siden 1994. Avgiftsreduksjonen medførte også

at salget av whisky, som har hatt en kontinuerlig negativ salgsutvikling siden 1994, økte med 4,1 prosent til 1,1 mill. liter i 2002.

Brennevinsbaserte produkter inneholdende mellom 7 og 22 volumprosent økte med 19,7 prosent til 1 070 mill. liter. Segmentet teller først og fremst en rekke likører.

Alkopops og alkoholsvak vin

Kategorien omfatter drikkevarer inneholdende mellom 2,75 og 7 volumprosent alkohol som ikke er øl. Vinmonopolet solgte snaut 3 millioner liter alkopops og alkoholsvak vin til en verdi av 254 mill. kroner i 2002. I 2001 ble det omsatt 1,53 mill. liter alkoholsvak vin til en verdi av 126 mill. kroner. Salget av alkopops ble med dette tilnærmet fordoblet i 2002. Alkopopsmarkedet preges av moter og raske svingninger. For 2002 gjaldt dette særlig kategorien brennevinsbasert alkopops som det ble omsatt 1,35 mill. liter av i 2002, mot 87 000 liter i 2001. Økningen skyldes at det nesten ikke var produkter innen denne kategorien på markedet i 2001, mens det i 2002 ble lansert flere merkevarer – Bacardi Breezers og Smirnoff Ice – som raskt fikk grep om markedet. Nevnte to produkter stod for 97 prosent av økningen for denne varekategorien. Totalt ble det solgt brennevinsbaserte alkopops for drøye 120 mill. kroner i 2002. Salget av vinbasert alkopops og annen alkoholsvak vin økte med snaut 200 000 liter til 1,6 mill. liter. Cider utgjør halvparten av dette salget.

Sterkøl

Salget av sterkøl hadde for fjerde år på rad en økning i 2002. Det ble solgt 708 000 liter sterkøl i 2002, mot 655 000 liter i 2001. Samlet salgsverdi var 51 mill. kroner. Mesteparten av sterkølsalget var juleøl.

Lettvin og alkoholfrie drikker

Vinmonopolet tilbyr et visst utvalg av alkoholfrie produkter, samt lettvin med alkoholstyrke mellom 0,7 og 2,75 volumprosent. Salget av alkoholfritt og lettvin økte med 3,7 prosent og endte tilslutt opp på 81 000 liter i 2002. Verdien av dette salget var drøyt 7 mill. kroner.

Prisgrupper

For de fleste grupper av Vinmonopolets produkter er den største andelen av etterspørselen rettet mot de rimeligste produktene. Vin under 100 kroner per helflaske utgjør 90 prosent av svakvinssalget, mens viner over 150 kroner bare står for halvannen prosent av vinsalget.

De 30 mest solgte produktene

Nr	Bestselgere, 1 000 liter	Land	Liter	2002 Andel vin	Andel brennevin	Liter	2001 Andel vin	Andel brennevin
1	Gato Negro Cabernet Sauvignon 2001/2002	Chile	1 496	3,3 %		1 754	4,1 %	
2	La Boisélière	Frankrike	1 236	2,7 %		1 082	2,5 %	
3	Bohème	Italia	1 059	2,3 %		581	1,3 %	
4	JP Chenet Cabernet Syrah	Frankrike	938	2,1 %		138	0,3 %	
5	Smirnoff Ice	Italia	912		8,2 %	-		
6	Campuget Cuvée Jean-Lin Dalle	Frankrike	901	2,0 %		1 389	3,2 %	
7	Cappella	Italia	860	1,9 %		1 610	3,7 %	
8	Tariquet	Frankrike	762	1,7 %		761	1,8 %	
9	La Vida Cabernet Sauvignon	Chile	705	1,5 %		936	2,2 %	
10	Viña Maipo Cabernet Sauvignon 2002	Chile	593	1,3 %		485	1,1 %	
11	La Buvette Cabernet Sauvignon	Frankrike	539	1,2 %		743	1,7 %	
12	Black Tower 2001	Tyskland	521	1,1 %		532	1,2 %	
13	Kimberly Cabernet Sauvignon 2000/2002	Sør-Afrika	492	1,1 %		558	1,3 %	
14	Dunavár Chardonnay 2001	Ungarn	489	1,1 %		333	0,8 %	
15	Amigo	Spania	486	1,1 %		341	0,8 %	
16	Smirnoff	USA	481		4,3 %	433		4,8 %
17	Cuvée Chantal 2000	Frankrike	473	1,0 %		-		
18	Ésprit de Gaubert Syrah-Mourvèdre 2000	Frankrike	443	1,0 %		252	0,6 %	
19	Koskenkorva	Finland	428		3,8 %	395		4,4 %
20	Bache-Gabrielsen 3 kors	Frankrike	424		3,8 %	442		4,9 %
21	Absolut Vodka	Sverige	392		3,5 %	350		3,9 %
22	Canepa Estate Cabernet Sauvignon 2000/2001	Chile	388	0,8 %		482	1,1 %	
23	Chenet Cabernet-Syrah 1999/2001	Frankrike	383	0,8 %		269	0,6 %	
24	Bailey's Original Irish Cream	Irland	368		3,3 %	324		3,6 %
25	Sir Philip	Australia	355	0,8 %		413	1,0 %	
26	Mezzomondo Negromaro 2000	Italia	354	0,8 %		113	0,3 %	
27	Marqués de Cáceres Vendimia Seleccionada	Spania	351	0,8 %		321	0,7 %	
28	Terra Vecchia 2001	Frankrike	350	0,8 %		383	0,9 %	
29	Arcus Rødvin		338	0,7 %		520	1,2 %	
30	Jacob's Creek Shiraz Cabernet 2000	Australia	335	0,7 %		412	1,0 %	
Sum mest solgte			17 852	32,5 %	26,9 %	16 350	33,4 %	21,5 %
Øvrige merker			41 019	67,5 %	73,1 %	37 817	66,6 %	78,5 %
Totalt			58 871	100,0 %	100,0 %	54 167	100,0 %	100,0 %

Priser og avgifter per 1. januar 2003

Her er noen eksempler på hvordan prisen fordeler seg på grossistens nettopris til Vinmonopolet, Vinmonopolets avanse (bruttofortjeneste) og samlede offentlige avgifter. Offentlige avgifter består av alkoholavgift, emballasjeavgift samt merverdiavgift.

Emballasjeavgift for 2003

Emballasjeavgiften er todelt og består av en grunnavgift og en variabel miljøavgift. Grunnavgiften er på kr 0,87 for all engangsemballasje. Den variable miljøavgiften er på kr 4,28 for glass.

Norsk Glassgjenvinning administrerer en godkjent returordning for glass. Den variable miljøavgiften reduseres tilsvarende med en beregnet prosentvis returandel. For tiden er returandelen på 85 prosent og det svares derfor for 15 prosent av avgiften. Per 1.1.2003 utgjør den variable miljøavgiften kr 0,64. Den samlede emballasjeavgiften utgjør for glass kr 1,51. For plast og BiB produkter er den samlede emballasjeavgiften kr 3,45. Det svares merverdiavgift av emballasjeavgiften.

Varemerke	Smirnoff	La Frontera Amontillado Superior	Rødvin	Aass Gulløl
Grossistens nettopris	37,86	28,02	16,62	5,93
Vinmonopolets avanse	13,40	11,58	8,40	4,00
Avgifter	191,24	77,40	44,18	10,37
Pant				1,00
Pris til kunde	242,50	117,00	69,20	21,10

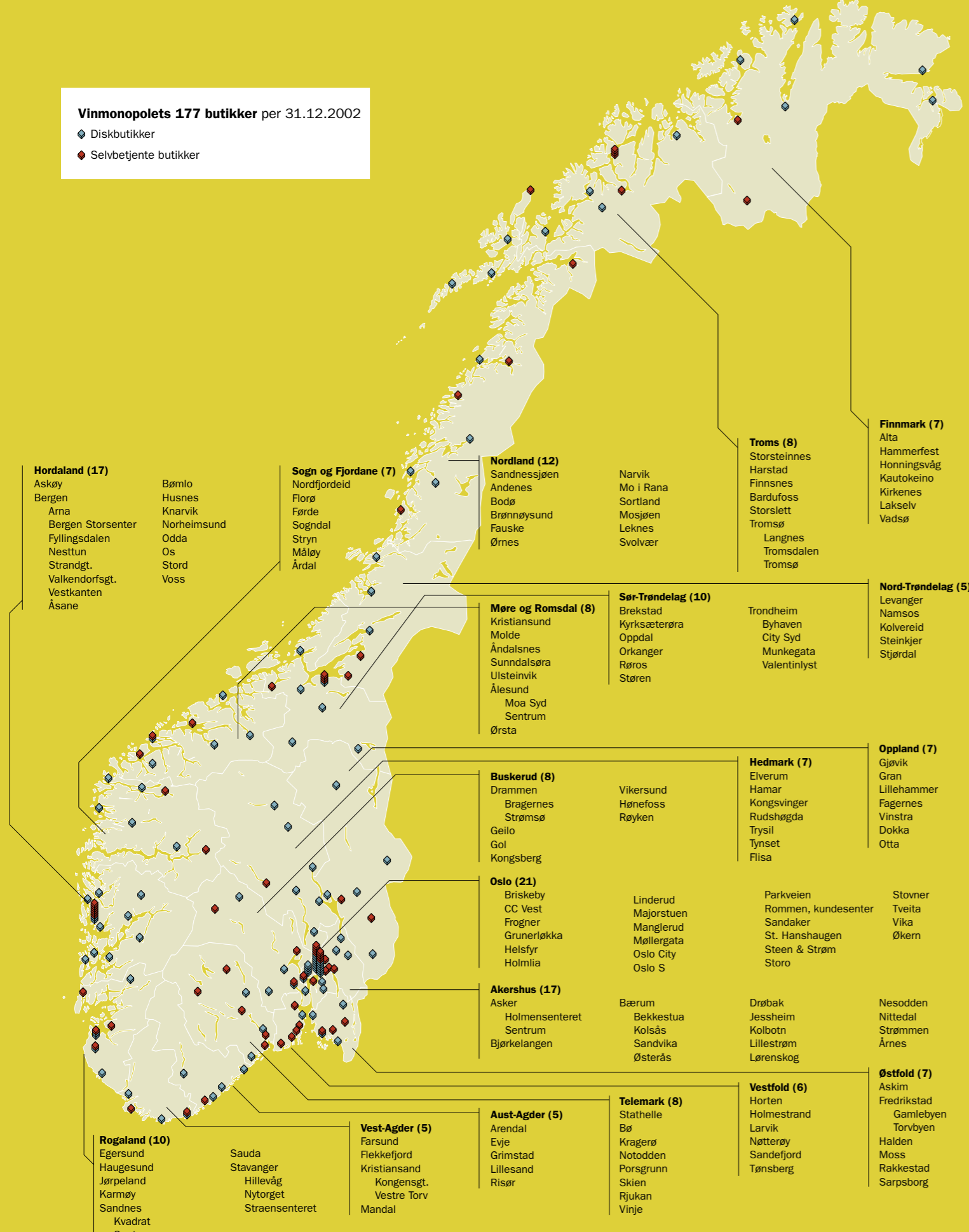
Avgifter på alkohol per 1. januar 2003

Stortinget vedtok 2. desember 2002 endrede alkoholavgifter for alkoholholdig drikk for 2003.

Alkoholholdig drikk med alkoholstyrke	Avgift på brennevin, vin og sterkøl
Over 22 volumprosent	kr 5,44 per volumprosent og liter
Mellom 4,75 og 22 volumprosent	kr 3,55 per volumprosent og liter
Mellom 3,75 og 4,75 volumprosent	kr 15,89 per liter
Mellom 2,75 og 3,75 volumprosent	kr 9,18 per liter
Mellom 0,70 og 2,75 volumprosent	kr 2,43 per liter
Mellom 0,00 og 0,70 volumprosent	kr 1,55 per liter

Vinmonopolets 177 butikker per 31.12.2002

- ◆ Diskbutikker
- ◆ Selvbetjente butikker



Butikkene

Ved utgangen av året hadde Vinmonopolet 177 butikker. Disse er spredt over hele landet fra Mandal i sør til Honningsvåg i nord. Butikkenes omsetning varierer fra 11,7 til 257,9 mill. kroner (for detaljer om butikkenes omsetning, se tabell 6 i statistikkdelen). Ved åpning av nye butikker, er det de små butikkene som dominerer, i enkelte områder til god avlastning for de store. Tilgjengeligheten for kundene blir stadig forbedret. I 2002 ble det åpnet 21 nye butikker. Av disse er 20 selvbetjent. Totalt ble 30 butikker omgjort fra disk til selvbetjent i 2002. De selvbetjente butikkene har vært en suksess både for kunder og ansatte. Tilbakemeldingene fra kundene viser at de trives med å gå rundt i lokalene for å se og plukke varer selv. Samtidig spares de ansatte for henting og bæring av varer. Selv på travle dager er det relativt lite kø i selvbetjente butikker. Disse butikkene har vært et vesentlig bidrag for å redusere køer, spesielt i storbyene.

Antall kunder i 2002

Vinmonopolets butikker hadde om lag 24,1 mill. kundebesøk i 2002. Med et totalsalg på 58,9 mill. liter, gir det et gjennomsnitt på om lag 2,4 liter per kunde.

Fjernhandel

Vinmonopolets fjernhandel er et multikanaltilbud som er et supplement til våre butikker. Bestillinger kan gjøres per e-post, telefaks, brev, telefon eller virtuell selvbetjening gjennom nettbutikk. Målet med fjernhandel er å øke tilgjengelighet, spesielt i distrikter uten god butikkdekning, å tilby et mer rettferdig tilbud innenfor rammen av begrenset tilgjengelighet samt tilby større produktbredde for å tilfredsstille behovene blant vin-entusiaster.

Nettbutikken finnes på www.vinmonopolet.no og ble lansert i juni. I nettbutikken vil det tilbys et sortiment på opptil 2 500 varianter. Enkelt personer og bedrifter kan her søke etter vareinformasjon, legge varer i handlekurv og få varer tilsendt. Nettstedet fungerer også som utstillingsvindu for butikkene våre hvor det vises hvilke varer du finner i butikken sitt sortiment.

Kundesenterets rolle er å veilede kunder som ønsker å handle eller som har handlet i nettbutikk. I tillegg håndterer kundesenteret alle anrop der våre kunder ønsker varefaglig rådgivning eller bestille varer.

Bestillinger plukkes og pakkes på lageret og pakker distribueres rett til kunde. Det finnes tre distribusjonsformer; direkte hjem (foreløpig et tilbud i Oslo og Akershus), som postpakke eller varene kan hentes i valgt vinmonopolbutikk. Den organisatoriske enheten fjernhandel består av ansatte på kundesenteret og lageret samt salgssjef og teller 24 årsverk.

Oversikt over butikker etablert i 2002

Sted	Åpningsdato
Nesodden	7. mars
Lillesand	30. mai
Bjørkelangen	13. juni
Stathelle	17. juni
Flisa	27. juni
Farsund	4. juli
Surnadal	18. juli
Storsteines	19. september
Stryn	3. oktober
Årdal	29. oktober
Jørpeland	31. oktober
Vinje	31. oktober
Bergen, Arna	21. november
Kyrksæterøra	21. november
Geilo	21. november
Ørnes	28. november
Bømlo*	3. desember
Kautokeino	5. desember
Rakkestad	5. desember
Andenes	9. desember
Oslo, Tveita	14. desember

* Diskbutikk

Fylkesvis fordeling av butikkene

Fylke	Antall 31.12.2002	Planlagt 2003	Antall 2003
Østfold	7		7
Akershus	18		18
Oslo	21	Oslo	22
Hedmark	7	Stange og Rena	9
Oppland	7	Dombås	8
Buskerud	8	Nedre Eiker	9
Vestfold	6		6
Telemark	8		8
Aust-Agder	5	Tvedestrand	6
Vest-Agder	5		5
Rogaland	10	Time (Bryne)	11
Hordaland	17	Fjell	18
Sogn og Fjordane	7		7
Møre og Romsdal	9	Stranda	11
Sør-Trøndelag	10	Trondheim og Hitra	11
Nord-Trøndelag	5	Grong	6
Nordland	12	Rognan	13
Troms	8	Skjervøy	9
Finnmark	7	Båtsfjord	8
Sum	177	15	192

Vinåret 2002

Som de fleste vil huske var siste års sommer preget av store nedbørmengder i midtre, nordlige og østre Europa. Allikevel er det ingen grunn til å forkaste årgangen som totalt ubrukelig. Enkelte distrikter unngikk de store nedbørmengdene og kan faktisk rapportere om ganske god vin. Faren for at årgangen generelt vil få et negativt stempel, er imidlertid stor. Fra de oversjøiske landene er rapportene bedre. Riktignok har lave temperaturer gjennom vekstsesongen redusert avkastningen både på det amerikanske kontinentet og i Oceania, men kvalitetene ligger godt over gjennomsnittet.



Frankrike

Den regnfylte høsten, spesielt i sør, resulterte i lav avkastning. 53 millioner hl er 11 prosent mindre enn de siste 4 års gjennomsnitt. Det forekommer imidlertid distrikter som har positive rapporter å presentere, spesielt gjelder dette Alsace, Loire og delvis Champagne.

Bordeaux

En kjølig vår og forsommer med mye regn ga beskjeden fruktsetting med hyppig forekommende plantesykdom. Sommeren var kaldere enn vanlig, og forventningene til årgangen svært lave. September førte imidlertid med seg et radikalt værskifte til det bedre slik at sluttresultatet synes å ha blitt bedre enn først antatt. Sammenlignet med en gjennomsnittsårgang ble imidlertid høsten redusert med nesten 1,5 millioner hl som gjør den til den minste på mange år. Blant de røde er Merlot'ene best, de tørre hvite er de mest vellykkede og de søte, hvite forekommer med botrytis-karakter i noen få tilfelle.

Burgund

Vår og forsommer brakte gunstigere vær enn i vest, men ettersommeren var fuktig og vekslende. Mesteparten tørket opp i september og ga druer med god modenhet. Vinene blir derfor av akseptabel kvalitet uten å nå de store høyder. Beaujolais-vinene ble noe lettere enn vanlig, men hadde friskhet og god fruktighet. Mengdemessig ble avkastningen som i 2001.

Alsace

Som lengre sør i den østlige delen av landet var det god fruktsetting. Det gode vår- og forsummerværet ble etterfulgt av en varm høst med beskjeden nedbør. Avkastningen ble noe mindre enn de siste årene, men kvaliteten blir bra, spesielt gjelder dette Gewurztraminer-vinene. Søtligere varianter i form av Vendange Tardive og Selection de Grains Nobles ble laget i større omfang enn vanlig.

Champagne

En værmessig noe blandet vår og sommer ble etterfulgt av en varm og tørr høst som ga forholdsvis bra vin. Spesielt lyktes Chardonnay-druene godt. Kvaliteten ble såvidt bra at vintage-andelen forventes å bli større enn i 2001.

Loire

Både vår og sommer hadde vekslende vær som førte til redusert fruktsetting og dystre utsikter for høsten. September og oktober ga imidlertid strålende vær, og enkelte rapporter er usedvanlig positive både for de hvite og de røde vinene.

Languedoc – Roussillon

En blanding av høye og lave temperaturer, av tørke og oversvømmelse pluss en usedvanlig kraftig storm i begynnelsen av september førte til den laveste høsten på mange år. Mange produsenter fant det ikke engang bryet verdt å høste inn druene. Kvaliteten er gjennomgående lav, og avkastningen flere steder bare 50 prosent av det normale.

Rhône

Med tanke på de enorme regnskyllene som satt store deler av Châteauneuf-du-Papes vinmarker under vann like før innhøstningen skulle begynne, kan det virke overraskende at produsentene generelt er fornøyd i Côtes-du-Rhône. Noe varierende riktignok, men året har både gitt sjarmerende viner som vil kunne drikkes svært unge og viner som vil vise seg mer holdbare. Mye avhenger av når den enkelte produsent startet innhøstningen, eller hvor lenge han ventet etter at flomvannet var borte. Temperatur og værforhold for øvrig var svært vekslende i området som ga viner som neppe vil bli betegnet som fremragende, men allikevel atskillig bedre enn ventet.

Italia

Dårlige værforhold i hele Italia resulterte i den minste høsten på mer enn 50 år. 41,8 millioner hl betyr mer enn 20 prosent reduksjon av et gjennomsnittsår. Lav avkastning betød heller ikke automatisk høyverdig kvalitet, men i enkelte områder forekom det, selv om årgangen utvilsomt vil gå inn i historien som mindreverdige. Alle de mest berømte regionene fikk redusert høsten med opptil 30 prosent fra 2001. Best gikk det med Toscana som bare gikk ned 10 prosent. Årgangsrapportene fra Italia representerer trist lesing. Kjente produsenter kunngjør at de vil deklassere vinen sin eller la være å selge årgangsvin fra 2002. Et lite lyspunkt står druesortene Aglianico og Nero d'Avola for. Helt i sør har de gitt vin av høy kvalitet.

Spania

Det gikk bedre med Spania enn Italia, men året vil heller ikke her få noe spesielt godt ettermæle. I Rioja skapte vårfrost i april og mye regn i mai og juni problemer i form av dårlig fruktsetting. Vanskelige værforhold i juli og august ga druene ujevn vekst. Høsten ble snaue 25 prosent lavere enn året før, hvilket også var tilfellet i Penedes. Ribera del Duero rapporterer om bedre resultat.

Tyskland

Tyskland er et av de ytterst få landene med produksjonsoppgang fra 2001. 11,5 millioner hl betyr 27 prosent større høst enn året før. Kvalitetsutsiktene var lenge de aller beste, men mye regn i juli og spesielt oktober økte kvantiteten og reduserte kvaliteten. Vinene ble imidlertid ikke dårlige, og bra kvaliteter innen Kabinett- og Spätlese- gruppene vil forekomme. Men det kunne vært enda bedre.... Blant de forskjellige distriktene er det ingen som skiller seg spesielt ut i noen retning.



Portugal

Portugal fikk mer nedbør enn i et gjennomsnittså som medførte lavere avkastning – 6,6 millioner hl og lavere valitet enn vanlig. I Douro kom regnet såvidt sent på høsten at noen få quinta'er allerede hadde rukket å høste. De har laget bra vin med mulighet for årgangstapninger. De som var senere ute, oppnådde ikke tilsvarende. Lengre sør kom det også mye regn som vil føre til lettere viner.

Østerrike

Også et vanskelig vinår. Seriøs drueutvelgelse var en forutsetning for å lykkes. Er det praktisert i tilstrekkelig grad, kan det ha gitt aromatiske, friske hvite, og røde av akseptabel gjennomsnittskvalitet. Høsten ble på 2,6 millioner hl, det vil si 4 prosent mer enn i 2001.

Øst – Europa

Også her var det et vanskelig vinår p.g.a. vekslende og ustabil vær hvor både regn og tørke kan ha ødelagt. I Romania var høsten hele 70 prosent lavere enn året før. Fra Bulgaria rapporteres det om lettere rødviner enn i et gjennomsnittså.

USA

Til tross for noe vekslende værforhold er rapportene fra California svært positive. Høsten ble snau 10 prosent større enn i 2001 og således blant historiens største. Kvaliteten, spesielt på Chardonnay-vinene, hevdes å være fremragende.

Chile

Selv om bare noen få av Chiles vindistrikt ble berørt av kraftig nedbør, har hele årgangen fått stempel som svært fuktig. Der nedbøren kom, resulterte det i mye råte, og håndsortering av druene viste seg ofte nødvendig. Aconcagua-dalen, Curico og Casablanca fikk de beste vinene, mens Maipo og Colchagua ble lidende p.g.a. nedbøren. Samlet høst var 20 prosent lavere enn i 2001.

Australia

Redusert fruktsetting ga en høst som ligger 20 prosent under de siste års gjennomsnitt. En tørr avslutning på vekstsesongen og ytterst få klimatiske problem ellers, synes imidlertid å ha lagt grunnlag for kvaliteter av høy klasse.

New Zealand

Stor tilfredshet registreres, spesielt for de hvite. "Very promising", sier de fleste rapportene.



Smak

For ikke å snakke om ettersmak. Syre og sødme, tannin som snerper, alkohol som kjennes søt og varm. Og fortsatt mengder av aromaer. Likevel kan en vins viktigste egenskaper beskrives gjennom noe så prosaisk som klokke-diagrammer.



Fylde er vinens vekt og rikhet i munnen. I hvite viner påvirkes den av alkohol, fruktkonsentrasjon, sukkerinnhold og fatlagring.



Friskhet er virkningen av syre i vinen. For mye kan gjøre den syrlig, for lite gjør at den virker slapp.



Sødme er inntrykket av søt smak i vinen, men hvis en vin har mye friskhet kan den også ha mye sødme uten dermed å virke klissen.





Fylde er følelsen av vekt og rikhet i munnen. Tenk som et eksempel på hvordan blandingsforholdet mellom saft og vann gir forskjellige opplevelser av fylde.



Garvestoffer eller tannin gjør at munnen føles tørr av noen typer rødvin, men det er også et viktig konserveringsmiddel for vin som skal lagres.



Fruktighet forteller hvor mye vinen har preg av frukter og bær. Det er vanlig at rødvin gir assosiasjoner til solbær, kirsebær, bringebær eller plommer.

English summary

AS Vinmonopolet is owned totally by the Norwegian State. The company aims at being an efficient and service-minded chain of specialist shops, which manages the exclusive right to sell wine, spirits and strong beer via retail outlets throughout Norway with a social profile policy, but without private profit-interests. Vinmonopolet's ambition is to handle beverage sales in the best interests of both the individual and the community.

Total sales rose by 8.7 per cent from the year before to 58.9 million litres. The sales of table wine increased by 5.8 per cent to 45.7 million litres and the sales of spirits increased by 23.9 percent to 11.9 million litres. The increase for spirits is especially due to a trend on pre-mixed spirits (flavoured alcoholic beverages). The figure for fortified wine shows a decrease, to 1.2 million litres – down 2 per cent. The rise in overall sales is due to various factors: 21 new outlets and 30 rebuilt to self-service shops increase availability and sales. Lowered taxes on wine and spirits and high purchase power also contribute considerably to the increased sales. From September the so-called "Methanol-case" stroke Norway. Illegal spirits containing lethal methanol killed 11 people and harmed even more. This tragic case resulted in increased sales of spirits from Vinmonopolet.

Two particular aspects distinguish the Norwegian demand for table wine from the pattern seen in other countries. The most striking of these differences is the persisting dominance of the sale of red wine in relation to white, with the ratio in Norway at 3:1 compared to 1:1 in the UK and 3:2 in Sweden.

The demand for various types of red wine at different price levels reflects a changing market trend. French red wine sales increased by 15.3 per cent in 2002. Italy, Spain and Portugal also showed an increase, whereas Chile and East-European countries are losing market shares. Since 1980 the registered sales of spirits has been reduced by more than 50 percent while the unregistered consumption of illegal spirits – such as moonshine liquor, smuggled spirits and tax-free products – has increased. After the reduction in taxes on spirits from 1 January 2002 this trend seems to have changed by an increase in the registered sales of spirits.

Vinmonopolet took NOK 7 320,0 million in sales revenue excluding VAT last year. Profit before tax came to NOK 82,7 million as against NOK 92.4 million the year before. The special tax levied on Vinmonopolet in lieu of ordinary corporation tax is put at NOK 17.3 million. By decision of Stortinget (the Parliament), Vinmonopolet will pay a dividend of 75 per cent of profit after the special tax to the state. This amounts to NOK 49.1 million.

As of 31 December, Vinmonopolet had 177 shops in operation with 1 664 full- and part-time employees. Work hours corresponded to 1 087 full-time employees.

Key figures

	2002	2001	2000	1999	1998
SALES (1 000 LITRES)					
Table wine	45 695	43 191	41 944	38 506	34 852
Fortified wine	1 200	1 224	1 308	1 204	1 221
Spirits	11 188	9 020	9 114	8 905	8 555
Other products	789	733	733	676	672
Total	58 872	54 168	53 099	49 291	45 300
REVENUE AND RESULTS (NOK MILL)					
Gross sales revenue (incl VAT)	9 068,3	8 820,2	8 567,4	8 030,6	7 387,4
Operating revenue	7 320,0	7 117,3	6 990,9	6 552,5	6 058,2
Operating profit	46,0	56,7	98,8	65,5	163,9
Net profit before tax	82,7	92,4	124,3	90,1	178,8
CAPITAL					
Assets (NOK mill)	1 547,7	1 500,8	1 567,5	1 478,6	1 180,2
Shareholder's equity (NOK mill)	497,6	481,2	436,3	379,6	325,0
Equity to assets ratio (%)	32,2	32,1	27,8	25,7	27,5
PROFITABILITY (%)					
Gros profit ratio ¹⁾	12,0	11,3	11,2	11,0	11,3
Operating margin ²⁾	1,2	1,3	1,8	1,5	3,0
Return on assets ³⁾	5,6	6,2	8,5	7,2	16,4
Return on shareholder's equity ⁴⁾	16,9	20,1	30,5	25,6	63,8
LIQUIDITY					
Current ratio (%) ⁵⁾	121,0	126,4	121,8	118,6	123,1
Working capital (NOK mill) ⁶⁾	208,1	251,8	233,1	191,4	187,8
EMPLOYEES					
Total permanent employees at Des 31	1 664	1 563	1 461	1 397	1 281
Of which: full time	645	602	576	542	508
part time	1 019	961	885	855	773
Equivalent full-time employees	1 087	1 026	968	909	843
Retail outlets at Dec 31	177	156	139	130	120

$$1) \text{ Gros profit ratio} = \frac{\text{Sales revenue} - \text{Cost of goods sold}}{\text{Sales revenue}} \times 100$$

$$2) \text{ Operating margin} = \frac{\text{Profit before tax} + \text{financial expences}}{\text{Sales revenue}} \times 100$$

$$3) \text{ Return on asset} = \frac{\text{Profit before tax} + \text{financial expences}}{\text{Average and total capital as of Jan 1 and Dec 31}} \times 100$$

$$4) \text{ Return on shareholder's equity} = \frac{\text{Profit before tax}}{\text{Average of shareholder's equity as of Jan 1 and Dec 31}} \times 100$$

$$5) \text{ Current ratio} = \frac{\text{Current assets}}{\text{Current liabilities}} \times 100$$

$$6) \text{ Working capital} = \text{Current assets} - \text{current liabilities}$$

Statistikk

Tabell 1. Solgte varemengder ¹ 1993 – 2002, hovedvaretype, 1 000 liter

År	Totalt	Brennevin ²	Sterkvin ³	Svakvin ⁴	Øl ⁵	Alkoholritt ⁶
1993	37 006	9 138	1 491	24 914	1 283	180
1994	39 095	9 612	1 449	26 929	950	155
1995	40 564	9 679	1 403	28 543	796	143
1996	40 471	9 318	1 348	28 978	716	111
1997	43 911	8 926	1 291	32 964	625	105
1998	45 300	8 577	1 221	34 830	577	95
1999	49 288	8 908	1 204	38 499	582	94
2000	53 099	9 119	1 308	41 939	647	86
2001	54 167	9 028	1 224	43 183	655	78
2002	58 872	11 188	1 200	45 694	708	81

Tabell 2. Vinmonopolets salg av alkopops 1998 – 2002, 1 000 liter ⁷

	1998	1999	2000	2001	2002
Alkopops	1 000	1 375	1 440	1 526	2 975

Tabell 3. Solgte mengder brennevin ² 1998 – 2002, ulike varettyper, 1 000 liter

Varegruppe	1998	1999	2000	2001	2002
Vodka ⁸	2 715	2 867	2 828	2 695	2 975
Druebrennevin	2 151	2 265	2 302	2 251	2 462
Cognac	1 026	1 191	1 325	1 386	1 618
Annet druebrennevin	1 125	1 074	977	865	844
Whisky	1 151	1 146	1 107	1 054	1 098
Skottland	894	883	850	816	840
Maltwhisky	50	47	43	38	42
Øvrig skotsk whisky	844	836	807	778	798
Canada	153	151	140	122	124
Irland	62	69	76	80	91
USA	43	42	40	37	42
Likør	698	710	851	874	998
Urtelikør	144	125	113	108	112
Sitruslikør	69	72	71	70	74
Kaffe og kakaolikør	63	66	71	69	69
Annen likør	422	446	595	627	744
Akevitt	758	794	810	823	897
Gin	342	364	370	376	426
Bitter	332	336	357	357	388
Rom	75	84	94	105	128
Hvit rom	59	67	75	83	102
Brun rom	16	17	19	21	26

Varetypenavn	1998	1999	2000	2001	2002
Fruktbrennevin	37	41	47	48	51
Tequila	31	34	39	38	40
Calvados	6	7	7	9	11
Genever	51	50	47	42	39
Øvrig Brennevin	266	252	306	403	1 726
Brennevinsbasert alkopops	17	20	33	87	1 351
Annet øvrig brennevin	249	232	273	316	375
Totalt	8 577	8 908	9 119	9 028	11 188

Tabell 4. Solgte mengder sterkvin ³ 1998 – 2002, 1 000 liter

Sterkvin	1998	1999	2000	2001	2002
Vermut	923	923	872	811	791
Sherry	213	193	267	248	235
Portvin	71	74	143	134	137
Madeira	9	9	14	13	13
Annen sterkvin	5	5	12	18	24
Sterkvin, totalt	1 221	1 204	1 308	1 224	1 200

Tabell 5. Solgte mengder svakvin ⁴ etter varetype, land og distrikt, 1998 – 2002, 1 000 liter

Land	1998	1999	2000	2001	2002
Rødvin	24 152	26 764	30 306	31 151	32 460
Frankrike	3 961	5 048	7 141	8 382	9 665
Languedoc-Roussillon	1 810	2 268	4 360	5 274	6 526
Rhône	536	620	720	630	670
Bordeaux	606	535	496	648	380
Burgund	182	186	165	165	204
Andre franske	827	1 439	1 401	1 666	1 886
Italia	1 735	2 405	5 931	6 050	6 824
Puglia	81	478	3 921	3 127	3 005
Veneto	698	747	788	969	1 082
Abruzzo	491	565	512	679	829
Toscana	199	240	342	421	473
Piemonte	26	50	59	99	148
Andre italienske	241	325	310	755	1 287
Spania	5 181	5 188	4 801	5 120	5 769
Rioja	1 630	1 401	1 254	1 473	1 609
Catalonia	1 265	1 392	1 466	1 525	1 360
Navarra	409	399	306	312	348
Ribera del Duero	9	9	6	9	34
Andre spanske	1 869	1 986	1 769	1 800	2 418
Chile	6 210	7 318	6 346	5 765	4 807
Australia	1 547	1 874	1 825	1 669	1 611
Portugal	1 072	1 087	984	1 065	1 199
Sør-Afrika	353	490	669	845	747
USA	445	596	592	668	684

Land	1998	1999	2000	2001	2002
Bulgaria	1 784	1 227	668	387	263
Ungarn	191	145	165	205	211
Argentina	235	176	192	221	177
Hvitvin	8 372	8 866	9 003	9 402	10 353
Tyskland	3 495	3 543	3 458	3 495	3 645
Rhin	1 967	1 969	1 882	1 902	1 840
Mosel-Saar-Ruwer	1 408	1 507	1 530	1 573	1 792
Andre tyske	119	68	47	20	13
Frankrike	1 508	2 089	2 612	2 828	3 314
Burgund	128	149	180	228	450
Loire	119	163	224	301	332
Alsace	108	128	146	159	183
Bordeaux	217	210	182	171	173
Andre franske	936	1 439	1 881	1 968	2 174
Italia	405	394	390	727	838
Ungarn	406	379	384	445	688
Australia	609	602	560	529	509
Spania	577	542	498	497	496
Chile	374	415	346	270	260
Portugal	134	116	102	96	138
USA	191	170	149	119	114
Sør-Afrika	96	119	105	93	80
Andre land	577	496	399	302	272
Musserende vin	1 016	1 285	1 090	1 077	1 138
Spania	514	576	446	429	418
Italia	231	323	345	342	364
Frankrike	203	299	218	223	238
Champagne	82	144	94	97	102
Andre franske	120	155	125	126	136
Andre land	68	87	81	82	118
Fruktvin	671	976	985	996	1 066
Cider	130	568	685	747	812
Annen fruktvin	540	408	300	249	254
Aromatisert svakvin	385	356	339	341	446
Rosévin	202	214	186	188	204
Portugal	120	121	101	88	84
Frankrike	64	69	58	62	68
Andre rosé	18	24	27	38	53
Musserende fruktvin	18	23	19	18	17

Tabell 6. Butikkenes omsetning 2002 (SB=selvbetjening)

Sted/Butikk	Brutto omsetning (1 000 kroner)	Liter i alt	Svakvin ²	Brennevin ³	Sterkvin ⁴	Øl ⁵	Alkohol- fritt ⁶
Alta (SB)	48 513	282 364	187 274	84 811	3 544	6 334	402
Andenes, åpnet 9/12 (SB)	1 861	10 029	6 271	3 169	212	318	59
Arendal	85 542	583 202	454 793	110 822	12 976	3 963	649
Asker	157 955	1 135 722	978 642	127 013	18 704	10 066	1 297
Sentrum	69 901	500 612	428 260	59 522	8 473	3 604	753
Holmensenteret (SB)	88 053	635 111	550 382	67 492	10 231	6 462	544
Askim	49 458	300 139	206 813	79 244	9 239	4 255	588
Askøy	25 497	171 868	132 516	34 830	2 176	1 984	362
Bardufoss	22 074	128 687	90 155	34 871	1 894	1 470	297
Bergen	636 628	4 292 899	3 441 312	732 445	69 384	43 347	6 411
Arna, åpnet 21/11 (SB)	5 777	34 649	23 128	9 630	544	1 285	62
Bergen Storsenter (SB 24/4)	104 312	706 707	560 145	125 752	11 356	8 586	868
Fyllingsdalen	58 743	403 118	325 920	67 367	6 521	2 831	479
Nesttun (SB)	144 504	1 000 456	832 852	140 184	16 892	9 360	1 169
Strandgt. (SB 18/3)	53 713	352 424	284 617	57 281	6 118	3 191	1 217
Valkendorfsgt.	78 686	495 717	392 693	89 684	8 893	3 954	493
Vestkanten (SB 15/3)	89 111	597 342	460 729	120 329	8 163	7 173	949
Åsane (SB 29/4)	101 782	702 487	561 230	122 219	10 897	6 969	1 173
Bjørkelangen, åpnet 13/6 (SB)	10 989	62 194	36 988	21 729	1 701	1 645	131
Bodø	103 008	658 001	506 752	135 070	10 304	5 039	836
Brekstad	19 440	110 403	73 414	31 668	2 949	2 185	187
Brønnøysund (flyttet 14/5, SB)	22 669	129 967	81 571	42 950	3 113	2 033	302
Bærum	258 930	1 834 570	1 567 178	211 705	41 179	13 257	1 251
Bekkestua	57 054	407 291	349 196	46 242	8 518	3 077	259
Kolsås	69 755	496 495	421 577	61 277	9 261	3 977	405
Sandvika	67 946	476 538	409 509	52 814	10 732	3 164	319
Østerås	64 175	454 245	386 897	51 371	12 668	3 040	269
Bø i Telemark	29 889	187 340	131 112	48 167	4 361	3 457	244
Bømlo, åpnet 3/12 (disk)	1 642	10 020	7 037	2 454	141	367	22
Dokka	17 392	99 010	65 163	29 447	2 755	1 538	108
Drammen	194 625	1 242 384	939 545	250 918	32 916	16 834	2 171
Bragernes (SB 11/4)	109 219	711 596	545 896	135 521	18 345	10 456	1 377
Strømsø	85 406	530 788	393 649	115 397	14 571	6 378	794
Drøbak	46 949	323 396	268 968	45 970	5 720	2 485	252
Egersund	25 359	157 964	113 243	38 431	3 144	2 766	380
Eidsvoll	25 348	148 506	104 737	37 411	4 105	1 901	352
Elverum	54 261	336 006	246 541	76 691	9 513	2 767	494
Evje	12 353	74 894	49 745	21 806	1 456	1 758	129
Fagernes (SB)	47 573	286 837	206 427	67 327	7 931	4 751	400
Farsund, åpnet 4/7 (SB)	11 747	76 312	53 156	19 727	1 404	1 877	147
Fauske (SB)	52 299	316 951	223 838	82 653	5 385	4 511	563
Finnsnes	30 214	174 817	117 609	50 401	2 459	3 979	370
Flekkefjord	19 520	126 393	87 884	34 443	1 402	2 440	223
Flisa, åpnet 27/6 (SB)	10 279	56 226	33 822	19 133	2 046	1 083	143
Florø	25 044	144 544	99 733	40 803	1 957	1 898	153
Fredrikstad	113 120	719 146	523 841	161 118	23 191	9 581	1 415
Gamlebyen	33 425	207 042	151 733	45 128	6 610	3 146	426

Sted/Butikk	Brutto omsetning (1 000 kroner)	Liter i alt	Svakvin ²	Brennevin ³	Sterkvin ⁴	Øl ⁵	Alkohol- fritt ⁶
Torvbyen (SB 20/6)	79 694	512 104	372 108	115 990	16 582	6 436	989
Førde	51 175	313 721	219 929	78 714	4 496	10 165	416
Geilo, åpnet 21/11 (SB)	3 537	21 360	16 066	4 359	307	567	62
Gjøvik (SB 11/11)	90 125	557 989	407 713	131 153	13 605	4 656	863
Gol	40 565	253 294	187 484	57 912	4 453	3 022	424
Gran	40 430	237 273	164 966	61 543	7 536	2 760	468
Grimstad	37 874	260 965	205 668	45 932	6 245	2 506	614
Halden	28 213	169 895	116 059	43 867	5 146	4 533	290
Hamar (SB 24/6)	104 556	664 392	500 529	137 837	17 806	7 215	1 005
Hammerfest	25 786	144 919	91 706	48 178	2 150	2 744	141
Harstad	62 264	387 826	290 597	86 912	5 956	3 725	636
Haugesund (flyttet 21/6, SB)	118 193	760 121	578 012	162 835	12 293	5 273	1 708
Holmestrand (SB)	36 321	231 600	173 710	48 969	6 341	2 240	340
Honningsvåg	13 018	67 007	38 702	26 519	986	762	39
Horten	49 551	326 262	251 595	63 722	8 168	2 363	414
Husnes	16 141	102 405	74 990	24 331	1 399	1 463	222
Hønefoss (flyttet 11/6, SB)	72 061	460 963	338 793	103 127	12 680	5 637	727
Jessheim	54 991	344 500	258 151	74 648	6 734	4 473	493
Jørpeland, åpnet 31/10 (SB)	4 351	26 730	17 488	7 428	598	1 162	55
Karmøy	29 218	183 320	133 930	44 494	2 692	1 719	485
Kautokeino, åpnet 5/12 (SB)	624	3 079	1 522	1 356	21	165	15
Kirkenes	23 280	134 445	90 660	39 127	2 772	1 641	245
Knarvik	34 882	223 598	163 700	53 191	3 048	3 208	452
Kolbotn	51 598	361 185	304 817	46 698	6 370	2 985	315
Kolvereid	14 767	81 020	50 863	26 928	1 875	1 220	135
Kongsberg	58 459	374 154	289 475	71 470	8 992	3 670	547
Kongsvinger	27 762	156 666	99 507	48 277	6 363	2 174	345
Kragerø	32 610	221 731	176 207	40 649	3 846	868	161
Kristiansand	170 009	1 198 663	961 043	199 242	21 128	15 382	1 867
Kongensgt. (SB)	116 917	839 628	682 677	130 195	14 102	11 362	1 292
Vestre Torv	53 092	359 035	278 367	69 048	7 026	4 019	575
Kristiansund N.	61 455	360 612	254 122	93 055	9 864	3 044	528
Kyrksæterøra, åpnet 21/11 (SB)	2 270	12 456	7 090	4 447	299	604	17
Lakselv	14 063	75 614	47 286	25 667	1 247	1 299	115
Larvik (SB)	86 215	586 095	460 598	102 925	15 563	6 051	958
Leknes	25 663	140 062	90 675	44 348	3 085	1 722	232
Levanger (SB)	43 852	276 288	195 995	68 116	7 485	4 287	404
Lillehammer (flyttet 30/4, SB)	81 576	528 481	407 096	102 471	12 593	5 596	725
Lillesand, åpnet 30/5 (SB)	17 959	124 369	97 490	23 017	2 176	1 463	223
Lørenskog, Triaden (SB)	115 380	778 486	623 888	126 678	13 635	13 314	972
Mandal	38 740	253 785	189 704	55 402	4 924	3 318	437
Mo i Rana	63 846	402 527	289 659	98 369	8 657	5 441	401
Molde (SB)	88 776	567 046	422 850	122 879	11 425	8 875	1 018
Mosjøen	32 902	191 674	129 011	54 009	3 679	4 741	234
Moss	86 560	554 656	422 222	112 436	13 567	5 674	757
Måløy	17 941	99 512	65 618	30 752	1 681	1 349	112
Namsos	36 500	215 302	148 063	57 762	6 006	3 132	338
Narvik (SB)	58 585	348 746	247 480	89 964	6 300	4 482	520
Nesodden, åpnet 7/3 (SB)	30 159	217 464	184 823	25 405	3 901	3 121	214
Nittedal (SB)	29 125	193 617	150 312	34 664	4 305	4 053	283

Sted/Butikk	Brutto omsetning (1 000 kroner)	Liter i alt	Svakvin ²	Brennevin ³	Sterkvin ⁴	Øl ⁵	Alkohol- fritt ⁶
Nordfjordeid	25 436	154 461	108 810	38 388	2 612	4 375	277
Norheimsund	16 481	103 422	76 830	23 791	1 323	1 345	131
Notodden	27 790	178 830	129 789	42 161	4 648	2 023	209
Nøtterøy (SB 19/3)	82 643	575 278	473 839	83 573	13 865	3 364	637
Odda	22 468	142 970	104 342	32 750	3 072	2 565	242
Oppdal	23 052	138 756	101 907	32 334	2 491	1 847	177
Orkanger	40 512	241 746	170 318	61 046	6 496	3 531	354
Os	30 900	204 521	157 658	41 210	3 251	2 085	317
Oslo	1 707 039	11 357 918	9 524 393	1 487 860	214 065	120 390	11 210
Briskeby	86 217	549 264	488 389	46 561	10 335	3 670	309
CC Vest (SB)	257 875	1 825 234	1 623 881	151 233	34 637	14 219	1 264
Frogner	64 323	432 147	378 823	40 115	10 107	2 841	262
Grunerløkka	53 690	365 876	300 809	56 281	4 510	3 932	344
Helsfyr	61 631	400 730	320 358	68 316	7 630	4 081	344
Holmlia	41 171	284 914	233 774	41 586	6 256	3 069	228
Linderud	63 671	405 520	310 896	80 703	9 139	4 349	433
Majorstuen	91 098	641 698	542 804	76 466	16 524	5 441	464
Manglerud (SB 15/8)	104 413	699 587	563 651	110 167	16 107	9 111	551
Møllergata	48 119	328 532	276 842	42 575	5 337	3 467	311
Oslo City (SB 18/4)	118 525	791 450	617 609	146 427	15 653	10 975	785
Oslo S	36 805	243 635	191 183	44 733	4 372	3 173	174
Parkveien	47 859	332 072	287 330	36 786	4 399	3 372	185
Rommen, kundesenter	71 397	360 421	318 987	31 208	4 931	3 048	2 247
Sandaker	54 675	351 603	277 925	60 183	7 306	5 896	294
St. Hanshaugen	52 311	362 129	305 995	47 109	5 106	3 663	255
Steen & Strøm	60 005	394 507	339 674	44 912	7 033	2 443	445
Storo (SB)	144 842	1 011 720	862 378	118 420	16 323	13 604	996
Stovner (SB 6/6)	68 686	437 735	326 112	93 922	9 550	7 721	431
Tveita, åpnet 14/12 (SB)	3 973	23 032	15 950	5 492	680	840	70
Vika (SB)	116 054	747 293	660 060	69 647	10 611	6 499	475
Økern (SB 30/5)	59 680	368 823	280 966	75 019	7 519	4 975	344
Otta	28 106	167 645	117 436	43 567	4 413	1 993	236
Porsgrunn (flyttet 17/6, SB)	86 836	573 699	434 562	119 392	13 601	5 441	702
Rakkestad, åpnet 5/12 (SB)	2 381	12 800	7 375	4 567	325	481	52
Risør	20 189	142 647	115 038	23 960	2 568	908	173
Rjukan (flyttet 12/2, SB)	17 120	103 272	72 534	26 980	2 635	973	151
Rudshøgda	52 835	325 807	235 829	77 425	9 202	2 813	537
Røros	20 248	119 497	86 309	28 695	2 547	1 760	186
Røyken	39 228	267 468	215 986	43 060	4 755	3 172	495
Sandefjord (SB 20/6)	103 101	691 249	546 577	120 558	18 709	3 876	1 529
Sandnes	264 317	1 829 065	1 464 847	315 534	27 351	19 344	1 989
Kvadrat (SB)	199 315	1 416 696	1 155 222	226 053	18 528	15 358	1 536
Sentrum	65 003	412 369	309 625	89 481	8 823	3 986	453
Sandnessjøen	24 426	148 177	104 392	37 378	2 944	3 230	234
Sarpsborg (SB 13/5)	62 821	383 872	255 483	107 812	12 305	7 515	756
Sauda	12 236	74 621	53 637	18 797	1 298	748	141
Skedsmo	139 111	891 053	682 807	175 069	18 646	13 156	1 374
Lillestrøm (SB)	84 080	529 066	399 296	109 395	11 549	8 054	773
Strømmen	55 031	361 987	283 511	65 674	7 097	5 102	602
Ski (SB 27/6)	88 818	605 901	487 473	98 043	11 484	8 036	865

Sted/Butikk	Brutto omsetning (1 000 kroner)	Liter i alt	Svakvin ²	Brennevin ³	Sterkvin ⁴	Øl ⁵	Alkohol- fritt ⁶
Skien	72 363	478 596	365 692	96 035	12 085	4 287	497
Sogndal	29 935	188 371	134 923	46 445	2 279	4 427	298
Sortland	52 848	310 860	215 990	86 089	4 815	3 435	533
Stathelle, åpnet 17/6 (SB)	20 096	135 571	99 961	31 193	2 880	1 333	205
Stavanger	225 085	1 505 143	1 204 576	253 884	31 285	13 535	1 863
Hillevåg	88 291	611 577	497 516	95 007	12 599	5 324	1 131
Nytorget	63 845	413 725	318 362	82 290	9 457	3 277	340
Straensenteret (flyttet 21/11, SB)	72 949	479 840	388 698	76 587	9 229	4 934	392
Steinkjer	50 832	303 818	208 656	82 892	8 222	3 504	544
Stjørdal (SB 18/3)	50 853	312 801	222 507	78 321	6 701	4 821	451
Stord	41 983	282 127	221 808	53 435	3 881	2 633	370
Storslett	19 181	103 350	62 974	34 426	1 578	4 269	104
Storsteinnes, åpnet 19/9 (SB)	3 676	19 696	10 561	7 533	281	1 276	45
Stryn, åpnet 3/10 (SB)	5 165	28 925	18 114	9 202	458	1 101	50
Støren	11 704	64 988	42 444	20 081	1 407	927	129
Sunnalsøra	22 585	128 373	86 050	37 287	2 962	1 889	185
Surnadal, åpnet 18/7 (SB)	8 811	49 183	28 473	17 509	1 292	1 800	110
Svolvær	27 426	159 459	110 441	42 929	3 609	2 336	144
Tromsø	189 353	1 169 442	877 555	254 753	15 921	19 629	1 583
Langnes (SB 14/3)	90 117	576 674	442 880	116 955	6 406	9 687	747
Tromsdalen (SB 19/9)	43 161	258 747	188 437	61 060	3 591	5 192	466
Tromsø (flyttet 5/12, SB)	56 074	334 021	246 238	76 738	5 924	4 751	370
Trondheim	440 642	2 827 156	2 161 213	561 361	63 763	36 885	3 934
Byhaven (SB)	132 161	855 222	654 194	170 369	17 783	11 772	1 104
City Syd (SB 28/11)	76 066	477 331	355 061	105 450	11 675	4 471	676
Munkegata	46 557	289 480	214 834	63 467	7 821	2 732	627
Valentinlyst (SB)	185 857	1 205 122	937 125	222 076	26 484	17 910	1 527
Trysil	16 801	98 515	68 331	25 772	2 380	1 887	146
Tynset	23 624	135 235	91 955	37 518	3 481	2 092	189
Tønsberg (SB 20/6)	77 719	528 935	420 308	92 046	11 900	4 005	677
Ulsteinvik (SB)	27 902	173 958	121 808	43 082	2 549	6 201	319
Vadsø	17 954	104 820	70 954	30 545	1 654	1 494	173
Vikersund	28 966	179 394	125 989	45 886	5 219	2 058	242
Vinje, åpnet 31/10 (SB)	2 938	16 581	9 791	5 505	334	922	30
Vinstra	20 771	122 593	85 571	32 879	2 968	1 041	133
Voss	36 700	229 570	170 220	50 900	3 533	4 557	359
Ørnes, åpnet 28/11 (SB)	3 045	17 205	10 853	5 451	336	507	59
Ørsta	25 356	164 823	121 748	34 654	2 681	5 503	237
Ålesund	148 135	962 434	744 374	189 174	16 774	10 707	1 406
Moa Syd	83 526	555 640	435 113	104 130	9 064	6 588	745
Sentrum (flyttet 19/9, SB)	64 608	406 794	309 261	85 044	7 710	4 118	661
Åndalsnes	14 538	90 001	63 429	22 684	2 317	1 437	134
Årdal, åpnet 29/10 (SB)	3 994	21 105	11 906	7 726	377	1 067	29
Årnes	25 152	147 206	103 204	38 168	3 530	2 023	281
Totalt	9 068 332	58 871 575	45 694 493	11 188 327	1 199 708	708 309	80 739

Tabell 7a. Leverandørenes markedsandel 2002, totalt salg, 1 000 liter

Nr	Leverandør	Liter	Andel
1	Arcus AS	11 674	19,8 %
2	Vectura AS	4 037	6,9 %
3	Strøm AS	4 029	6,8 %
4	Ekjord AS	3 936	6,7 %
5	Engelstad Vin og Brennevin	2 939	5,0 %
6	Brand Partners AS	2 481	4,2 %
7	Best Buys International AS	2 317	3,9 %
8	Haugen-Gruppen AS	2 228	3,8 %
9	Stenberg & Blom AS	2 196	3,7 %
10	Amundsen AS	2 105	3,6 %
Andre		20 929	35,6 %
Totalt		58 872	100,0 %

Tabell 7c. Leverandørenes markedsandel 2002, brennevin, 1 000 liter

Nr	Leverandør	Liter	Andel
1	Arcus AS	3 901	34,9 %
2	Bacardi Martini AS	1 223	10,9 %
3	Guinness UDV Norway AS	1 195	10,7 %
4	Vin & Sprit Distribusjon AS	1 074	9,6 %
5	Amundsen AS	790	7,1 %
6	Haugen-Gruppen AS	606	5,4 %
7	Maxxium Norge AS	594	5,3 %
8	Robert Prizelius AS	303	2,7 %
9	Allied Domecq Spirit & Wine AS	260	2,3 %
10	Stenberg & Blom AS	189	1,7 %
Andre		1 053	9,4 %
Totalt		11 188	100,0 %

Tabell 7b. Leverandørenes markedsandel 2002, svakvin, 1 000 liter

Nr	Leverandør	Liter	Andel
1	Arcus AS	7 570	16,6 %
2	Strøm AS	3 910	8,6 %
3	Ekjord AS	3 774	8,3 %
4	Vectura AS	3 762	8,2 %
5	Engelstad Vin og Brennevin	2 848	6,2 %
6	Best Buys International AS	2 310	5,1 %
7	Brand Partners AS	2 295	5,0 %
8	Stenberg & Blom AS	1 993	4,4 %
9	VinCompagniet AS	1 621	3,5 %
10	Haugen-Gruppen AS	1 616	3,5 %
Andre		13 995	30,6 %
Totalt		45 694	100,0 %

Tabell 8. Vinmonopolets vareutvalg

År	Antall produkter	Nye produkter
1993	1 100	50
1994	1 500	400
1995	1 900	400
1996	1 950	50
1997	2 800	850
1998	3 500	700
1999	4 000	500
2000	5 000	1 000
2001	5 600	600
2002	6 100	500

Tabell 9. Det registrerte alkoholforbruket i Norge pr. innbygger 15 år og over 1920 – 2001 ⁹

År	Brennevin	Liter volum		Brennevin	Liter ren alkohol ¹⁰		I alt
		Vin	Øl		Vin ¹¹	Øl	
1920	Forbudstid	8,20	50,21	Forbudstid	0,82	1,99	Forbudstid
1930	3,40	2,42	26,34	1,44	0,42	1,17	3,03
1940	2,46	1,58	20,43	1,05	0,27	0,92	2,24
1950	3,97	1,24	23,98	1,61	0,20	1,06	2,87
1960	3,95	1,68	33,19	1,71	0,25	1,49	3,45
1965	4,06	2,02	37,03	1,76	0,28	1,68	3,72
1970	4,83	3,10	48,70	2,07	0,44	2,22	4,73
1975	5,72	4,39	59,72	2,42	0,59	2,62	5,63
1980	5,80	5,68	61,93	2,46	0,75	2,77	5,98
1985	4,30	6,41	59,54	1,77	0,82	2,63	2,63
1990	3,03	7,93	64,61	1,24	0,95	2,81	2,81
1991	2,74	7,98	65,41	1,12	0,93	2,85	2,85
1992	2,45	7,84	62,78	1,00	0,91	2,76	2,76
1993	2,38	7,84	61,50	0,96	0,92	2,67	2,67
1994	2,49	8,40	63,65	1,00	0,99	2,75	2,75
1995	2,50	8,78	63,49	1,00	1,04	2,75	2,75
1996	2,56	9,42	64,27	1,02	1,14	2,88	2,88
1997	2,71	10,75	67,19	1,08	1,32	2,95	2,95
1998 ¹²	2,61	11,32	63,77	1,04	1,39	2,80	2,80
1999	2,66	12,59	64,68	1,05	1,56	2,84	2,84
2000	2,67	13,61	64,92	1,05	1,69	2,93	2,93
2001	2,54	13,49	63,80	1,00	1,67	2,82	2,82

Tabell 10. Registrert omsetning av alkohol i Norge 1920 – 2001, 1 000 liter ⁹

År	Brennevin	Liter volum		Øl	Frukt-drikk	Totalt	Liter ren alkohol ¹⁰		
		Vin	Øl				Brennevin	Vin	Øl
1920	Forbudstid	14 564	89 165			**	Forbudstid	1 456	3 530
1930	6 765	4 820	52 388			6 017	2 857	826	2 334
1940	5 679	3 652	47 080			5 171	2 418	622	2 131
1950	9 807	3 053	59 215			7 080	3 975	487	2 618
1960	10 449	4 438	87 687			9 112	4 520	650	3 942
1965	11 333	5 636	103 272			10 370	4 905	781	4 684
1970	14 105	9 042	142 142			13 816	6 051	1 280	6 485
1975	17 405	13 350	181 670			17 133	7 362	1 794	7 977
1980	18 376	17 979	196 097			18 944	7 791	2 373	8 780
1981	15 494	17 107	183 389			16 994	6 570	2 221	8 203
1982	11 926	14 174	193 328			15 556	5 045	1 832	8 679
1983	12 574	16 529	185 819			15 793	5 306	2 123	8 364
1984	12 710	18 132	193 591			16 332	5 325	2 321	8 686
1985	14 229	21 212	197 001			17 278	5 848	2 714	8 716
1986	12 988	21 541	211 593			17 541	5 351	2 750	9 440
1987	13 462	24 739	214 718			18 154	5 506	3 151	9 497
1988	12 041	26 973	220 369			17 839	4 925	3 284	9 630
1989	11 097	27 815	218 583			17 353	4 539	3 310	9 504
1990	10 384	27 231	221 753			17 139	4 248	3 257	9 634
1991	9 450	27 484	225 307			16 882	3 857	3 214	9 811

År	Brennevin	Liter volum		Øl	Frukt-drikk	Totalt	Liter ren alkohol ¹⁰		
		Vin	Øl				Brennevin	Vin	Øl
1992	8 477	27 131	217 202			16 163	3 465	3 162	9 536
1993	8 268	27 526	213 673			15 813	3 330	3 200	9 283
1994	8 678	29 315	222 083			16 507	3 476	3 443	9 588
1995	8 761	30 759	222 463			16 776	3 504	3 648	9 624
1996	8 986	33 124	229 868	1 522		17 733	3 579	3 952	10 122
1997	9 578	37 927	237 125	2 851		18 885	3 803	4 515	10 416
1998 ¹²	9 238	40 073	225 758			18 355	3 668	4 770	9 917
1999	9 491	44 855	230 456	4 252		19 403	3 730	5 313	10 135
2000	9 578	48 762	232 676	5 295		20 292	3 764	5 794	10 496
2001	9 132	48 579	229 730	5 556		19 762	3 589	5 778	10 146

**Tabell 11. Registrert alkoholforbruk i ulike land, 2000
Liter per innbygger ¹³**

Land	Ren alkohol	Brennevin, 40 prosent	Vin	Øl
Irland	12,3	6,0	33	153
Portugal	10,8	3,5	50	65
Frankrike	10,5	6,0	56	38
Tyskland	10,5	4,8	24	126
Spania	10,0	6,0	33	72
Danmark	9,5	2,9	31	100
Østerrike	9,4	3,5	32	108
Ungarn	9,2	7,1	29	62
Sveits	9,2	3,9	44	58
Storbritannia	8,4	3,9	18	95
Belgia	8,4	3,0	20	98
Nederland	8,2	4,3	19	83
Hellas	8,0	4,8	34	40
Australia	7,8	3,3	20	95
Kypros	7,7	6,8	17	59
Italia	7,5	1,3	51	28
New Zealand	7,4	3,5	17	80
Finland	7,1	5,6	19	78
Polen	6,9	8,0	6	60
USA	6,7	4,9	8	84
Canada	6,6	4,9	10	70
Japan	6,5	6,5	3	46
Argentina	6,3	0,8	35	37
Bulgaria	6,2	5,7	21	27
Sverige	4,9	2,5	15	56
Sør-Afrika	4,7	2,5	7	59
Island	4,4	2,6	8	49
Norge	4,3	1,7	10	52

Noter

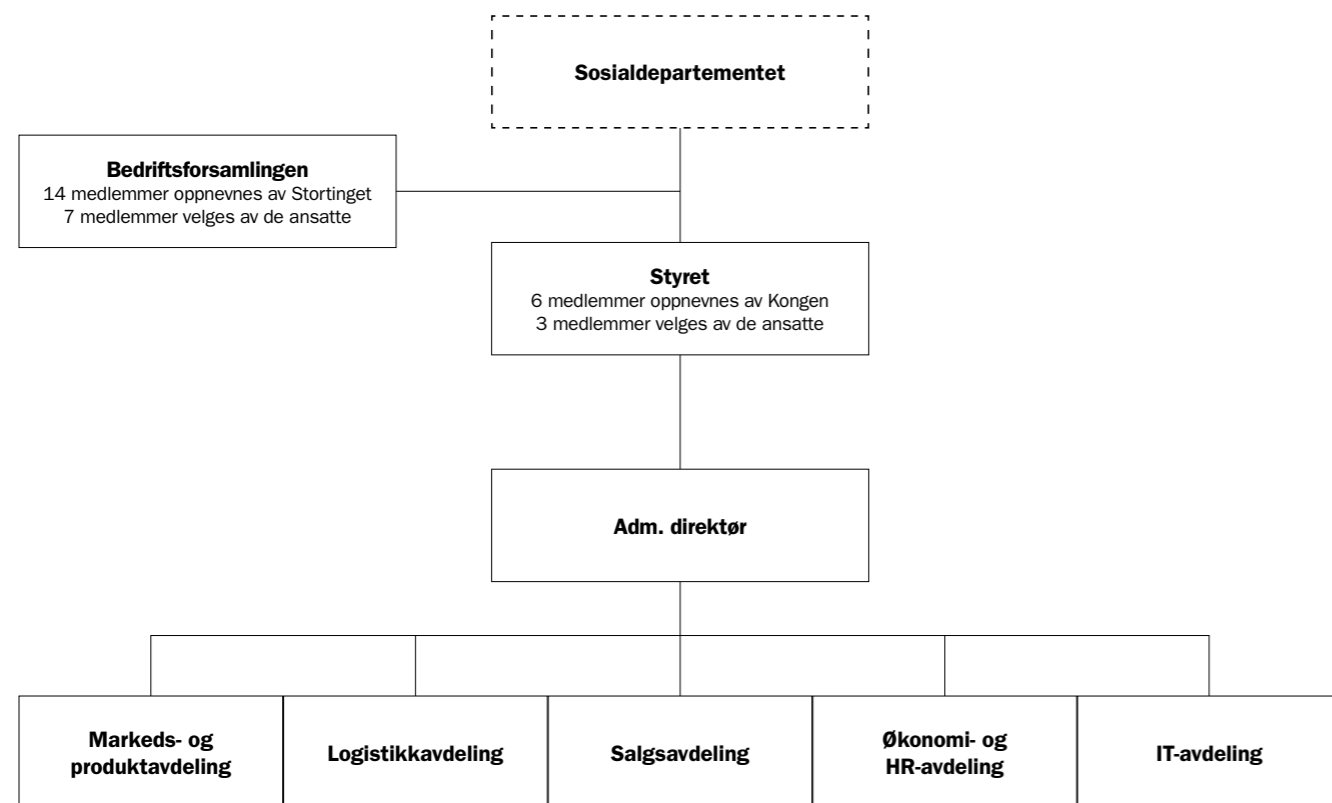
- Fra 1996 har Vinmonopolet kun detaljsalg. Tallene for brennevinsomsetningen før 1996 omfatter kun innenlandsk salg.
- Drikk som inneholder tilvirket alkohol ublandet eller i blanding med andre produkter og som ikke er vin. Enhver drikk som inneholder mer enn 22 volumprosent alkohol regnes som brennevin.
- Drikk som er laget av druesaft ved alkoholgjæring og tilsatt tilvirket alkohol.
- Drikk som er laget av druesaft, frukt, bær, plantesaft eller honning ved alkoholgjæring uten tilsetning av tilvirket alkohol.
- Øl med alkoholstyrke over 4,75 volumprosent alkohol.
- Vin med alkoholstyrke til og med 2,75 (2,5 før 1995) volumprosent.
- Produkter inneholdende fra 2,75 til 7 volumprosent alkohol, ekskludert øl. Denne tabellen er et supplement til de øvrige tabellene, dvs. at salgstillene gjenfinnes i tabellene under de respektive varegruppene.
- Inkludert ukrydret brennevin.
- Kilde: Statistisk sentralbyrå. Produktkategoriseringen er ikke identisk med Vinmonopolets.
- 1 liter ren alkohol tilsvarer 3,5 flasker brennevin (0,7 liter 40 volumprosent), eller 12 helflasker vin (0,75 liter 11 volumprosent) eller 65 halvflasker middels sterkt øl.
- Fra 1996 inkludert fruktdrikk.
- Tallene for 1998 er anslag. Det finnes ikke offisiell alkoholstatistikk for Norge for 1998.
- Kilde: World Drink Trends, 2002 Edition. NTC Publications Ltd.

Spør

Vinmonopolets ansatte vil gjerne dele sine kunnskaper med kundene. Selvbetjening har gitt oss nye utfordringer, men vi vil fortsatt være der for å svare på både enkle og mer kompliserte spørsmål – ikke minst om vin i kombinasjon med mat.



Organisasjonen pr. 1. januar 2003



Styre

(Funksjonstid 1. juli 2002 – 30. juni 2004)

MEDLEMMER OPPNEVNT AV KONGEN:

Harald Arnkværn, høyesterettsadvokat, Oslo, leder
Tone Skogen, avdelingsdirektør, Bærum, nestleder
Lise Christoffersen, ordfører, Drammen
Arnfinn Holten, direktør, Asker
Jan Blomseth, daglig leder, Tromsø
Ingvild Strømsheim Wold, rådgiver, Oslo

MEDLEMMER VALGT AV OG BLANT DE ANSATTE:

Elianne Ingebrigtsen, butikksjef, Nesodden
Helge Storvik, butikksjef, Leikanger
Juul Lyseggen, butikksjef, Tønsberg

VARAMEDLEMMER OPPNEVNT AV KONGEN:

Ann-Rigmor Lauritsen, direktør
 Ivar Skei, ordfører
 Vibeke Limi, selvstendig næringsdrivende
 Kjellaug Nakkim

VARAMEDLEMMER VALGT AV OG BLANT DE ANSATTE:

Jon Olav Tiseth, nestleder butikk
 Harald Galåen, butikksjef
 Turid Sundsetvik, butikksjef
 Mons Torsvik, produktrådgiver
 Fridtjof Simonsen, produktrådgiver
 Lill Lund, revisjonskonsulent
 Alf Ole Berglund, butikksjef

Bedriftsforsamling

(Funksjonstid 1. juli 2002 – 30. juni 2004)

MEDLEMMER OPPNEVNT AV STORTINGET:

Dagny Gärtner Hovig, informasjonssjef, Oslo, leder
Paul Oddvar Liseth, studieinspektør, Røyse, nestleder
Snorre Ness, ordfører, Namsos
Ranja Hauglid, daglig leder, Sjøvegan
Karl Einar Haslestad, ordfører, Sande
Petter Thomassen, Bodø

Jan Erik Fåne, informasjonsrådgiver, Jessheim

Thorhild Widvey, statssekretær, Oslo

Inger-Marie Ytterhorn, politisk rådgiver, Oslo

Peter N. Myhre, rådgiver, Oslo

Per Arne Tveit, kultur- og næringssjef, Holmedal

Klara Tveit, fritidsleder PUH, Sauda

Aud Angell, daglig leder, Alta

Tor Nymo, miljøarbeider, Bardufoss

MEDLEMMER VALGT AV OG BLANT DE ANSATTE:

Åse Engesæth, nestleder butikk, Straume

Halvor Bing Lorentzen, informasjonsrådgiver, Rasta

Kjell Roar Nilsen, nestleder butikk, Harstad

Tone Paulsen, butikksjef, Hetlevik

Grethe Frydenlund, regnskapskonsulent, Nesbru

Otto Viken Lauvålien, butikksjef, Ålgård

Espen Sørensen, butikksjef, Skien

Kontrollkomité

Kontrollkomitéen er valgt av og blant bedriftsforsamlingens stortingsoppnevnte medlemmer. Hovedoppgavene er å føre tilsyn med styrets og administrerende direktørs forvaltning av selskapet, og å påse at kontrolloppgaver blir utført.

MEDLEMMER:

Tor Nymo, leder

Ranja Hauglid

Petter Thomassen

Revisor

Ernst & Young AS

Administrativ ledelse

Knut Grøholt, administrerende direktør

Lars Sogn, markedsdirektør

Anne B. Heyerdahl, logistikkdirektør

Kjell Eliassen, salgsdirektør

Nordis Vik Olausson, økonomi- og HR-direktør

Thore Nylund, IT-direktør

Oversikt butikker

Per 1. januar 2003

Region SØR – 47 butikker

– herav 20 selvbetjente

Arendal, Asker (2), Askim, Bærum (4), Bø i Telemark, Drammen (2), Drøbak, Evje, Farsund, Flekkefjord, Fredrikstad (2), Grimstad, Halden, Holmestrand, Horten, Hønefoss, Kolbotn, Kongsberg, Kragerø, Kristiansand (2), Larvik, Lillesand, Mandal, Moss, Nesodden, Notodden, Nøtterøy, Porsgrunn, Rakkestad, Risør, Rjukan, Røyken, Sandefjord, Sarpsborg, Ski, Skien, Stathelle, Tønsberg, Vikersund, Vinje.

Region ØST – 45 butikker

– herav 18 selvbetjente

Bjørkelangen, Dokka, Eidsvoll, Elverum, Fagernes, Flisa, Geilo, Gjøvik, Gol, Gran, Hamar, Jessheim, Kongsvinger, Lillehammer, Lillestrøm, Lørenskog, Nittedal, Oslo (21), Otta, Rudshøgda, Strømmen, Trysil, Tynset, Vinstra, Årnes.

Region VEST – 38 butikker

– herav 14 selvbetjente

Askøy, Bergen (8), Bømlo, Egersund, Florø, Førde, Haugesund, Husnes, Jørpeland, Karmøy, Knarvik, Måløy, Nordfjordeid, Norheimsund, Odda, Os, Sandes (2), Sauda, Sogndal, Stavanger (3), Stord, Stryn, Ulsteinvik, Voss, Ørsta, Ålesund (2), Årdal.

Region NORD – 47 butikker

– herav 19 selvbetjente

Alta, Andenes, Bardufoss, Bodø, Brekstad, Brønnøysund, Fauske, Finnsnes, Hammerfest, Harstad, Honningsvåg, Kautokeino, Kirkenes, Kolvereid, Kristiansund, Kyrksæterøra, Lakselv, Leknes, Levanger, Mo i Rana, Molde, Mosjøen, Namsos, Narvik, Oppdal, Orkanger, Røros, Sandnessjøen, Sortland, Steinkjer, Stjørdal, Storslett, Storsteinnes, Støren, Sunndalsøra, Surnadal, Svolvær, Tromsø (3), Trondheim (4), Vadsø, Ørnes, Åndalsnes.

AS Vinmonopolet

Foretaksregisteret NO 817 209 882 MVA

Hovedkontor

Dronning Mauds gate 1, Oslo

Postadresse: Postboks 1944 Vika, 0125 OSLO

Telefon: 04560

Telefaks: 22 01 50 09

E-post: kundesenter@vinmonopolet.no

Region Øst og Sør

Dronning Mauds gate 1, Oslo

Postadresse: Postboks 1944 Vika, 0125 OSLO

Telefon: 04560

Telefaks: 22 01 50 08

Region Vest

Østre Nesttunvegen 16, Bergen

Postadresse: Postboks 355, 5853 NESTTUN

Telefon: 04560

Telefaks: 55 11 70 40

Region Nord

Munkegata 30, Trondheim

Postadresse: 7496 TRONDHEIM

Telefon: 04560

Telefaks: 73 53 92 99



Du finner oss på www.vinmonopolet.no



VINMONOPOLET

AS VINMONOPOLET. Postboks 1944 Vika. 0125 Oslo. Telefon 04560. Telefaks 22 01 50 09

E-post: kundesenter@vinmonopolet.no

www.vinmonopolet.no