



KUNNSKAPS-BEDRIFTEN



*- Et delvis av vinner
av høy kvalitet*

ni

Årsberetning og årsregnskap 2004



Ren rød farge, svakt preg av... røyk og vindje, frisk

*... og det er viktig å
likke vin til
biste*



2



→ Innhold

- 05 > Leder
- 07 > Spør Vinmonopolet!
- 16 > Visjon
- 17 > Hovedpunkter
- 18 > Viktige datoer
- 19 > Nøkkeltall
- 20 > **Årsberetning og årsregnskap for 2004**
- 28 > Resultatregnskap
- 29 > Balanse
- 30 > Kontantstrømanalyse
- 31 > Noter til regnskapet
- 40 > Revisjonsberetning
- 41 > De 30 mest solgte produktene
- 42 > Rikt varesortiment
- 43 > Salget
- 46 > Priser og avgifter
- 48 > Kart over butikkene
- 49 > Butikkene
- 49 > Oversikt over butikkene
- 52 > Årgang 2004
- 56 > Statistikk
- 66 > English summary
- 67 > Key figures
- 68 > Organisasjonen
- 69 > Styre
- 70 > Adresser



Kunnskapsbedriften

Kunnskap er den viktigste årsaken til at Vinmonopolet i 2004 hadde svært høy kundetilfredshet og fremstår som en av landets beste faghandelskjeder. Dette er ikke bare vår egen påstand. En TNSGallup-undersøkelse fra høsten 2004 bekrefter at kundene er meget godt tilfreds med Vinmonopolet. MMIs profilundersøkelse høsten 2004 rangerer Vinmonopolet som den 11. best likte bedriften i Norge. Lokale kundeundersøkelser viser at over 90 prosent av alle våre kunder er godt fornøyd. De oppgir betjeningens fagkunnskap som den viktigste årsaken.

Det unike med Vinmonopolets service- og faghandelkonsept er at alle butikkansatte har høy kompetanse om de produktene vi selger. Dette kommer kundene til gode gjennom råd og anbefalinger vi gir ulike drikke- og matkombinasjoner, og informasjon om helse og risiko. Vi bidrar til bryllupsmenyer, gir råd til allergikere og kan vurdere en vinkjeller. Jeg våger å påstå at en dagligvarebutikk ikke ville kunne gi den samme kunnskap og service.

Vinmonopolet har et bredt vareutvalg innrettet på å gi våre kunder det beste tilbudet å velge i. Utvalget gjenspeiler aktiv overvåking og vurdering av internasjonale nyheter og trender. Produktene i basisutvalget er med tanke på våre kunder testet og kvalitetssikret etter prosedyrer som gir de beste produktene til lavest mulig pris.

2004 er preget av suksess med tidenes beste resultater på ulike målinger. Ekjord-saken har gitt oss en tøff start på 2005. Uønsket leverandørpåvirkning er i strid med Vinmonopolets etiske regelverk. Det som kanskje kan være akseptabelt i andre bransjer og organisasjoner, kan ikke aksepteres hos oss. En grunnleggende forutsetning for vår monopolstilling er at våre leverandører gis markedsadgang på like vilkår.

Organisasjonen har vært satt på harde prøver de første månedene av 2005, men det har vært nødvendig for at det ikke skal herske tvil om vår vilje og evne til å leve opp til forutsetningen om ikke-diskriminerende behandling av våre leverandører og deres produkter. Resten av året skal vi vise det norske samfunnet at vi har lært av det som er skjedd. Vi skal vise at Vinmonopolets etiske regelverk er tydelig, at det er forstått av hele organisasjonen, og at det blir etterlevet. Vi skal vise at vi er en kunnskapsbedrift, og vi skal vise at vi fortjener tillit i det norske samfunnet.



A handwritten signature in black ink that reads "Knut Grøholt".

Knut Grøholt
Adm. direktør



Spør Vinmonopolet!

På side 11 finnes en oppskrift på en velsmakende rett, med Vinmonopolets forslag til drikke. Litt uvanlig for en årsberetning, men på den måten vil vi illustrere hva kunnskapsbedriften Vinmonopolet står for. Kort fortalt dreier det seg om å gi kundene svar på spørsmål om alt fra temperatur på vin, lagring, druesorter, jordsmonn, garvestoffer – til det viktigste; hvilke produkter som passer til forskjellige retter og situasjoner. Vinmonopolets ansatte kan det meste om disse spørsmålene.

Kunnskapen bidrar både til å finne frem til gode kombinasjoner av mat og drikke, og til å øke kundenes bevissthet om hva som er gode drikkevaner. Alkoholholdig drikke er ikke som hvilke som helst andre varer. Vinmonopolet har et alkoholpolitisk ansvar i samfunnet, og i opplæringen av våre ansatte legger vi vekt på å formidle dette tydelig.

Kunnskapsbedriften Vinmonopolet er med andre ord både kundeorientert og samfunnsorientert. De ansatte selger ikke alkoholholdig drikke for at Vinmonopolet skal tjene mest mulig. Deres motiv er å gi kunder over hele landet kunnskap om produktene slik at de kan ta egne, gode valg.

Vinmonopolets suksess som kunnskapsbedrift er basert på:

- Varetilbudet vårt er valgt ut på grunnlag av høy kunnskap.
- Produktene er testet og kvalitetssikret ut fra kunnskap.
- Vi har god kunnskap og informasjon om produktene vi selger.
- Vi har god kunnskap om drikke-/matkombinasjoner.

Alle ansatte i Vinmonopolet gjennomgår en omfattende grunnopplæring.

Deretter kan man søke en utdypende, varefaglig utdanning. Vi har en *varefaglig ressursgruppe*, som blant annet tester ut drikke- og matkombinasjoner. Senere formidler de denne kunnskapen til sine kolleger rundt i landet, slik at de bedre kan svare på spørsmål fra kunder om drikke og mat.

Vinmonopolet har svaret.



Våre kunder har mange ulike spørsmål rundt alkohol og bruksområder. Men alle vet kanskje



je ikke at Vinmonopolet har kunnskapen og interessen for å svare på alle disse spørsmålene.



- Har kjøpt en stor torsk på brygga.
Har lyst til å dele den med gode
venner, så jeg tenkte å lage
en **fiskeform med ost**.
Kan dere gi meg noen tips om
hva slags vin som passer til?



- Hvorfor lages det
bare pils i Norge?



! e
:p
17-96-0
20!

WINE
... ..
... ..
... ..

Fiskeform med ost

(4 pers.)

800 g torsk- eller seifilet
1 ts salt
1 ts hvit pepper
2 ts paprikapulver
1 presset sitron
1 purre i tynne ringer
1 rød paprika i biter
200 g revet ost
ca 3 dl fløte

Skjær fisken i serveringsstykker og legg dem i smurt, ildfast form. Dryss over salt, hvitt pepper, paprikapulver og sitron. Legg på purreringer og paprikabiter. Dryss på osten og slå fløten på. Sett formen i ovnen ved 200°C på nederste rille ca 30-40 min. Ris og en grønn salat smaker godt til.

Vinmonopolets drikkeforslag:

Torsk er i utgangspunktet en fisk vi godt kan bruke rødvin til. Den er såpass fast i kjøttet at den klarer en del garvestoffer. I tillegg bør vinen ha god frukt og friskhet, og intet eller lite fatpreg. Prøv for eksempel en enkel bordeaux eller saftig portugiser. Hvitvin går også fint til torsk. Her må syren gjøre den jobben som garvestoffene gjør i rødvinen. God frukt trengs også her. Chablis eller en Grüner Veltliner er sikre valg.

Sei er mindre fast, men også noe grovere enn torsk, og vil i denne sammenhengen ikke påvirke vinvalget nevneverdig.

Sitronen tilfører retten syre, og det får vinen til å virke mildere. Syre i mat krever syre i vin, ikke mye, men nok til å balansere slik at vinen ikke virker for tam. Dette er ikke noe problem for overnevnte hvitviner. For rødvinens vedkommende, vil en lett barbera eller burgunder muligens gjøre jobben litt bedre.

Fløten og osten gjør retten litt sauset og fet. Vi kan derfor gå noe opp i fylde og rundhet, uten å la dette gå på bekostning av strukturen. Det samme gjelder for hvitvinen. Småfet frukt og litt smørtoner, hadde ikke vært dumt, som det vi finner i en lett fatpreget Chardonnay eller en vin med litt lubben frukt.

Ellers vil både purren og paprikaen nok sette sitt preg på retten, og skulle vi forsøke å matche dette aromamessig, kan vi gå for viner som har noe av dette rotfrukt- og krydderpreget i seg. Av rødvin er det gjerne viner laget på Cabernet Franc eller Merlot. For hvitvinen vil viner med et innslag av andre pepperfrukter eller hvit pepper, gjøre nytten. En italiensk Pinot Gris, kanskje, eller en litt fetere Grüner Veltliner enn den vi startet med.

– De fleste norske bryggerier er en del av den tyske øltradisjonen, som lager undergjæret øl som pils, bayer og bokkøl. Til dette bruker de en spesiell gjærtype som hele produksjonsprosessen er tilpasset. Skulle de ønske å lage overgjæret øl i stedet, som ale, stout, porter, er de nødt til å bytte ut nærmest hele anlegget. Men det lages også noe overgjæret øl her i landet.

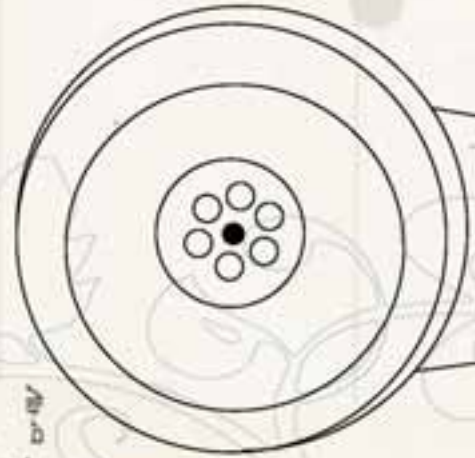
– Er det mulig å drikke vin til lutefisk?



– Må man dekantere all årgangsvin?




– Min kone synes Chablis og Sancerre smaker litt av det samme? Men er ikke disse vinene laget av to forskjellige druer?




– Klart det er! Champagne eller liknende er ypperlig, men en riesling med litt sødme er heller ikke å forakte.

– Nei, ikke i utgangspunktet. Bare de som har vært lagret lenge, over syv-åtte år. Disse vinene vil som regel ha bunnfall og for å unngå at dette følger med over i glasset, er det en fordel å dekantere dem. Ung vin som er «hard og lukket», kan dekanteres for å gjøres litt mer «åpen».


– Jo, det stemmer, men de har også det til felles at begge kommer fra vinmarker med et kalkholdig jordsmonn, og dette kalkpreget går igjen i begge vintypene.



– Har dere et søramerikansk brennevin – jeg tror det er fra Peru – som brukes til å lage en drink med knust is og lime og sånt.



– Er det feil å bruke skålformede glass til champagne?



– Angostura er italiensk, er den ikke?

VINNEMONOPOLET

→ – Vi har et brennevin fra Brasil som heter Cachaça. Kan det være det?

→ – Det er ikke nødvendigvis feil, men i dag foretrekkes høye, litt smale glass, såkalte flûte. De holder bedre på boblene eller piffen i vinen.
Har glasset i tillegg en svak innoverkrumming øverst, er det en tulipe, og du får en maksimal konsentrering av aromaene.

→ – Det skulle man jo tro, men den kommer faktisk fra Trinidad og Tobago.



Visjon

Vinmonopolet – kvalitet og ansvar i kontakt med mennesker

Kvalitetsaspektet gjelder alt fra vareutvalget i våre butikker, rådgivning og service til intern og ekstern kommunikasjon. Ansvar et kjennetegnes ved fravær av kjøpepress, effektiv sosial kontroll, holdningsskapende tiltak, etisk adferd og effektiv drift.

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

Vinmonopolets strategiske fokusområder

- Kunderelasjoner
- 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

- Salgvolumet økte med 3,9 prosent fra året før til totalt 63,3 mill. liter.
- Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader, var driftsresultatet 98,8 mill. kroner, mot 68,4 mill. kroner i 2003.
- Det ble etablert 7 nye selvbetjente butikker. I tillegg ble 31 butikker konvertert fra disk til selvbetjent i 2004. Ved utgangen av året hadde vi 195 butikker fordelt rundt om i landet, hvorav 142 er selvbetjente.
- Vareutvalget økte fra 6 800 til 7 200 ulike produkter.

Viktige datoer 2004

1. januar: Butikkjeden Vinmonopolet består av 188 butikker, hvorav 104 er selvbetjente.

1. januar: Alkoholavgiftene for vin og brennevin over 22 volumprosent indeksreguleres (øker med forventet prisvekst) med 1,8 prosent. Brennevin under 22 volumprosent endrer avgiftskategori og får samme avgiftssats som annet brennevin.

2. januar: Alderskontrollkampanje i butikkene våre starter.

29. januar: Sosialdepartementet pålegger Vinmonopolet å ha innført miljøledelse som en del av sitt styringssystem innen 2005.

18. mars: Styret slutter seg til administrasjonens anbefaling om etablering av butikker i Verdal kommune i Nord-Trøndelag, Østre Toten kommune i Oppland, Lier kommune i Buskerud og Ås kommune i Akershus. Styret slutter seg videre til anbefalingene om at det etableres en ny butikk i henholdsvis Bodø, Trondheim, Bergen og Oslo i 2004.

April: Lansering av Vinmonopolets tre verdier: *tydelig* (ansvarlig og konsekvent i ord og handling, er til å stole på), *engasjert* (frembringer nye ideer og evner å skape engasjement og handling) og *inkluderende* (gjennom åpenhet og gjensidig respekt skaper en organisasjon som samhandler).

26. april: Langingskampanje i butikkene våre starter.

14. mai: Kundemagasinet Vinbladet vinner gull i en årlig designkonkurranse i regi av Grafill (organisasjon for visuell kommunikasjon). Vi får gull i klassen «redaksjonell design».

27. mai: Vinmonopolets opinions- og kundeundersøkelse viser bl.a. at 85 prosent av de spurte mener at tilgangen til en av Vinmonopolets butikker er god nok der de bor.

Juli: Vinmonopolet opprettholder stopp i kunderetur av brennevin etter nye beslag av metanolholdig smuglersprit.

9. august: En ny alderskontrollkampanje lanseres i alle butikkene våre.

2. september: MMIs kundebarometer kårer Vinmonopolet til Norges nest beste faghandelskjede. Av de 115 bedriftene som er med i undersøkelsen kommer Vinmonopolet totalt på en 11. plass.

16. september: Årsberetningen for 2003 får 3. plass i Farmand-konkurransen for beste idé og design.

25. november: Kundemagasinet Vinbladet blir tildelt Merket for God Design av Norsk Designråd.

6. desember: Styret i Vinmonopolet godkjenner opprettelsen av en ny butikkategori basert på erfaringer med minipol.

14. desember: Lov om endringer i lov 2. juni 1989 nr 27 om omsetning av alkoholholdig drikk mv (endringslov til alkoholloven) ble vedtatt av Stortinget.

31. desember: I løpet av året ble det åpnet 7 nye selvbetjente butikker. Totalt ble 31 butikker bygget om fra disk til selvbetjent. Ved utløpet av året har Vinmonopolet 195 butikker rundt om i hele landet. Av disse er 142 selvbetjente butikker.

Nøkkeltall

	2004	2003	2002	2001	2000
SALG (1 000 LITER)					
Svakvin	50 064	47 529	45 695	43 191	41 944
Sterkvin	1 098	1 141	1 200	1 224	1 308
Brennevin	11 389	11 539	11 188	9 020	9 114
Øvrige produkt	787	776	789	733	733
Total	63 338	60 985	58 872	54 168	53 099
INNETEKTER OG RESULTAT (MILL. KR)					
Brutto salgsinntekter	10 260,0	9 575,5	9 068,3	8 820,2	8 567,4
Driftsinntekter	8 275,4	7 725,2	7 320,0	7 117,3	6 990,9
Driftsresultat	98,8	68,4	46,0	56,7	98,8
Resultat før vinmonopolavgift	115,4	101,6	82,7	92,4	124,3
KAPITAL					
Total kapital (mill. kr)	1 849,6	1 592,9	1 547,7	1 500,8	1 567,5
Egenkapital (mill. kr)	578,3	543,2	497,6	481,2	436,3
Egenkapitalandel (%)	31,3	34,1	32,2	32,1	27,8
LØNNSOMHET (%)					
Bruttomargin ¹⁾	12,2	12,3	12,0	11,3	11,2
Resultatgrad ²⁾	1,4	1,3	1,2	1,3	1,8
Totalkapitalrentabilitet ³⁾	6,8	6,6	5,6	6,2	8,5
Egenkapitalrentabilitet ⁴⁾	20,6	19,5	16,9	20,1	30,5
LIKVIDITET					
Likviditetsgrad (%) ⁵⁾	124,1	124,9	121,0	126,4	121,8
Arbeidskapital (mill. kr) ⁶⁾	294,9	248,9	208,1	251,8	233,1
PERSONALE					
Antall fast ansatte per 31.12.	1 702	1 699	1 664	1 563	1 461
Herav: Heltidsansatte	642	647	645	602	576
Deltidsansatte	1 060	1 052	1 019	961	885
Antall årsverk	1 121	1 127	1 087	1 026	968
Antall butikker per 31.12.	195	188	177	156	139

Definisjoner:

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



→ Årsberetning og årsregnskap for 2004

Innledning

AS Vinmonopolet er et av de viktigste virkemidlene i norsk alkoholpolitikk. Selskapet er organisert som et statlig særlovsselskap i henhold til vinmonopolloven av 1931. Statens eierskap forvaltes av Arbeids- og sosialdepartementet.

Stortinget har i 2004 behandlet forslag til revisjon av alkoholloven, Ot.prp. nr. 86 (2003-2004). I forbindelse med behandlingen av forslag om justeringer i rammebetingelsene for Vinmonopolet understreker sosialkomiteens flertall i Innst. O.nr. 19 (2004-2005) at det er, og har vært, bred politisk tilslutning til den statlige vinmonopolordningen. Samtidig påpeker komiteen at det er viktig at Vinmonopolet utvikler seg i takt med samfunnets forventninger og behov, for å sikre fortsatt oppslutning og legitimitet i befolkningen for monopolordningen.

Styret legger stor vekt på at selskapet forvalter sitt alkoholpolitiske oppdrag gjennom å drive effektive og profesjonelle butikker med kunnskapsrike, kvalitets- og ansvarsbevisste ansatte. Det gir optimale forhold for å utøve den nødvendige sosiale kontrollen med omsetningen av sterkøl, vin og brennevin, og det gir tilfredse kunder.

KVALITET OG ANSVAR I KONTAKT MED MENNESKER

Ordningen med detaljmonopol holder de privatøkonomiske interessene utenfor handelen med alkohol. Dermed blir det mulig å regulere og begrense tilgjengeligheten på en enkel måte, samtidig som kontrollen med at salget følger reglene i alkoholloven blir mer effektiv. Det alkoholpolitiske ansvaret som forvaltes av Vinmonopolet kommer til uttrykk gjennom fravær av kjøpepress, effektiv sosial kontroll, holdningsskapende tiltak, etisk adferd og effektiv drift. Med et begrenset antall butikker, fokus på sosial kontroll og fravær av profittkrav bidrar Vinmonopolet til å begrense alkoholforbruket i Norge. Vinmonopolet gjennomførte i 2004 en omfattende butikkampanje mot langing i april/mai, og alderskontrollkampanjer i januar og i august.

Styret legger vekt på at rammebetingelsene for selskapets virksomhet gir Vinmonopolet fleksibilitet til å forvalte sitt alkoholpolitiske oppdrag effektivt. Monopolordningen skal ikke i seg selv virke kostnadsdrivende, og kundenes forventninger til Vinmonopolet som tilgjengelig faghandel står kontinuerlig i fokus for selskapets drift og planlegging.

HØY FAGKUNNSKAP OG GODT VAREUTVALG Det store mangfoldet av produkter viser at Vinmonopolets sortiment skiller seg sterkt fra norsk dagligvarehandel, som er preget av et mer begrenset utvalg med hovedvekt på lavprisprodukter og enkel service. For å lykkes som faghandelskjede kreves også at utvalget har så stor bredde at det treffer de ulike kundegruppenes etterspørsel, og at kontakten med Vinmonopolets ansatte inngir tillit og tilfredshet.

Vinmonopolet satser bevisst på å betjene kundene med erfarne og serviceinnstilte medarbeidere som har gode varekunnskaper. Selskapets omdømmeundersøkelse for 2004 viser at befolkningen har et svært godt inntrykk av selskapet. Service gjennom vareutvalg, informasjon og kvalitet er den grunnleggende faktoren for populariteten. Butikkpersonalets hjelpsomhet og fagkunnskap scorer høyt. Kundeundersøkelser gjennomført på lokalt nivå viser samme trend, om lag 90 prosent av alle våre kunder er godt fornøyde.

Vinmonopolets mål om å være Norges ledende faghandelskjede er krevende, men lar seg forene med de alkoholpolitiske og økonomiske rammebetingelsene selskapets virksomhet er underlagt. I den årlige profilundersøkelsen av norske bedrifter utført av Markeds- og Mediainstituttet for 2004, ble Vinmonopolet rangert på en 11. plass av totalt 115 bedrifter som er målt i forhold til samfunnsansvar og moral, miljøbevissthet, økonomi og lønnsomhet. Av detaljhandelsbedriftene ble Vinmonopolet rangert som nr. 2. I Dagens Næringslivs undersøkelse basert på Observers mediebarometer er selskapet rangert som den 13. mest omtalte bedrift i Norge, og den med størst andel positive eller nøytrale omtaler.

Sammensetningen av vareutvalget skal reflektere både rettferdig markedsadgang og treffsikkerhet i forhold til etterspørselen. På bakgrunn av de praktiske erfaringer som er vunnet siden forskrift om AS Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet mv trådte i kraft i 1996, har Vinmonopolet i samarbeid med Vin- og brennevinleverandørenes forening i 2004 foretatt en gjennomgang av behovet for

endringer i innkjøpsforskriften. Gjennomgangen er basert på de samme forutsetningene som ligger til grunn for gjeldende regelverk; likebehandling av produkter og leverandører og best mulig markedsadgang for leverandørene gjennom ulike produktvalg som fungerer godt som kanaler til markedet. Arbeidet med revisjon av innkjøpsforskriften skal etter planen sluttføres i løpet av 2005.

DRIFT OG TILGJENGELIGHET Styret legger stor vekt på at driften i alle ledd av virksomheten skal være kostnadseffektiv, slik at ikke større kostnader enn nødvendig skal bidra til å øke produktenes salgspris til forbruker. Vinmonopolet har en forpliktelse til å arbeide for å gjøre tilgjengeligheten til butikknettet på landsbasis mest mulig rettferdig, innenfor de alkoholpolitiske og bedriftsøkonomiske rammebetingelsene som er lagt for selskapets virksomhet. I enkelte utkantområder har det vært nødvendig å gå på akkord med inntjeningskravet, samtidig som det i sentrale områder tilstrebes å optimalisere lønnsomheten. I perioden 1996-2004 er det etablert butikker i mer enn 70 nye kommuner. Spørsmålet om økt tilgjengelighet i distriktene er i 2004 sett i sammenheng med endrede behov i befolkningstette områder, og med muligheten for å etablere mer fleksible og effektive driftsformer. Fire testbutikker med begrenset tilbud har vært i drift og er evaluert i løpet av året. Basert på erfaringene fra prøvedriften på Skjervøy, Rognan, Stranda og Rena, vedtok styret i oktober 2004 å opprette en ny kategori butikker med begrenset tilbud i tillegg til dagens grunn-, hoved- og fullsortimentsbutikker. I 2004 er det også satset på å effektivisere driften av eksisterende og nye butikker gjennom fortsatt overgang til selvbetjent driftsform. Videre er det lagt vekt på å redusere forsendes-tiden for handel via Vinmonopolets nettbutikk som særlig tar sikte på å betjene kunder i utkantområder med lang vei til nærmeste Vinmonopol-butikk. For slike tilfeller er forsendelsen gratis for kundene.

ETIKK Vinmonopolets virksomhet skal holde en meget høy etisk standard. I 2002 ble det fastsatt et reglement for kontakt mellom Vinmonopolets ansatte og selskapets leverandører av alkoholholdige drikkevarer. Strengt og omfattende etiske regler er nødvendig for å sikre at denne kontakten holder den etiske standarden som kreves av en statlig monopolbedrift og av dens leverandører. Det fastsatte etiske reglementet må formidles, forstås og etterleves i praksis. De etiske reglene skal sikre tillit og lojalitet til Vinmonopolets virksomhet, og sikre like-

behandling av produkter og leverandører gjennom å verne om de ansattes nøytralitet. Ansattes brudd på reglementet kan få konsekvenser for arbeidsforholdet, brudd fra leverandørens side kan medføre at leverandøravtalen sies opp.

Leverandørrelasjoner utgjør en sentral del av Vinmonopolets daglige virksomhet. Profesjonell og ryddig forretningsvirksomhet forutsetter at både Vinmonopolet og leverandørbransjen opptrer seriøst og ansvarlig. Det ble i begynnelsen av 2005 avdekket tilfeller av ureglementert adferd blant Vinmonopolets egne ansatte og leverandøren Ekjord AS. Styret ser alvorlig på saken, og har iverksatt ekstern gransking av omstendighetene og omfanget av uønsket påvirkning av ansatte i form av blant annet gaver og regelstridige arrangementer for butikksjefer. Gjennomgangen av rapportene fra granskningen av påstandene om uønsket påvirkning av Vinmonopolets ansatte fra Ekjord AS viser dessverre at det foreligger regelbrudd som må få konsekvenser for enkelte butikkansattes arbeidsforhold. Styret vil følge opp de nylig avlagte granskingsresultatene med tiltak som raskest mulig kan gjenopprette tilliten til at Vinmonopolets virksomhet oppfyller de etiske krav selskapets eiere, ansatte, kunder og leverandører må stille til en monopolvirksomhet.

Uavhengig av de brudd på Vinmonopolets etiske regelverk som nå er avdekket, har selskapet sett behov for kontinuerlig diskusjon om ulike etiske utfordringer og erfaringer. Det ble derfor i 2004 opprettet et Etisk Forum, bestående av en gruppe butikksjefer og salgsdirektør, som skal møtes jevnlig for å drøfte etiske problemstillinger og identifisere situasjoner som butikkansatte kan bli utsatt for. Det er også opprettet et internt Etisk Råd, ledet av administrerende direktør, som blant annet skal følge opp innspillene fra Etisk Forum, og vurdere behov for endringer i regelverket. Styret vil sørge for at det iverksettes nødvendige tiltak for å skjerpe bevisstgjøringen om og håndhevingen av de etiske reglene i alle ledd av virksomheten.

RIKT VARESORTIMENT Ved utgangen av året 2004 besto Vinmonopolets totale vareutvalg av ca 8 100 varianter fordelt på ca 7 200 ulike produkter.

Vinmonopolets faste vareutvalg inneholder et vidt spekter av produkter innen alle kvalitetsområder. I tillegg har hver butikk sin tilleggsliste med andre produkter som skal dekke lokal etterspørsel.

SALGET Vinmonopolet solgte totalt 63,3 mill. liter alkoholholdig drikkevarer i 2004, en økning på 3,4 mill. liter eller 3,9 prosent fra 2003. Vi ser salgsøkningen i sammenheng med åpning av syv nye butikker, omlegging til selvbetjening i 31 butikker, nye beslag av metanolholdig smuglersprit, stadig økende interesse for vin – både blant folk og i media, fortsatt høy kjøpekraft i befolkningen samt redusert grensehandel i Sverige som følge av svekket norsk krone.

Salget av svakvin – som utgjør 79 prosent av totalsalget – økte med 5,3 prosent eller 2,5 mill. liter til totalt 50,1 mill. liter. Det ble solgt 36,8 mill. liter rødvin mot 34,9 mill. liter i 2003 – en økning på 5,3 prosent. For hvitvin var den relative salgsøkningen 6,3 prosent. Totalt ble det solgt 11,5 mill. liter hvitvin i 2004.

Salget av brennevin og brennevinsbaserte drikker ble redusert med 1,3 prosent eller 150.000 liter til 11,4 mill. liter i 2004. Nedgangen skyldes bortfallet av rusbruskategorien som Vinmonopolet sluttet å listeføre 1. juli 2003. Salget av brennevin inneholdende mer enn 22 volumprosent økte med 5,1 prosent fra 9,9 mill. liter til 10,4 mill. liter. Fra 1980, da Vinmonopolet solgte 19 mill. liter brennevin, falt salget til et bunnivå rundt 8 mill. liter i 2001. Grunnet avgiftsreduksjonen på brennevin fra 1. januar 2002 og 2003 og stadige beslag av metanolholdig smuglersprit fra høsten 2002, synes nå denne trenden å være snudd.

Salget av sterkvin gikk ned med 3,5 prosent til 1,1 mill. liter, mens det ble solgt 705.000 liter sterkøl, en økning på 1,2 prosent fra 2003. Alkoholsvake drikker utgjør 83.000 liter.

REGNSKAPET Vinmonopolets omsetning (eks. mva.) var 8 275,4 mill. kroner, hvorav 4 636,3 mill. kroner var alkoholavgifter. Dette er en omsetningsøkning på 550,2 mill. kroner fra 2003. Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader, var driftsresultatet 98,8 mill. kroner. Driftsresultatet var 30,4 mill. kroner bedre enn i 2003. Hovedsakelig skyldes resultatforbedringen økt salgsvolum som følge av nyetableringer og produktivitetsforbedringer. Resultat før innbetaling av vinmonopolavgift var 115,4 mill. kroner, som er 13,8 mill. kroner høyere enn i 2003.

Vinmonopolavgiften, som betales til staten istedenfor ordinær skatt, er for 2004 beregnet til 27,6 mill. kroner.

Stortinget har fastsatt at 60 prosent av overskuddet etter vinmonopolavgift skal tilfalle staten. Dette utgjør 52,7 mill. kroner. Årets resultat etter betaling av vinmonopolavgift og statens overskuddsandel utgjør 35,1 mill. kroner, og foreslås overført til annen egenkapital. Kontantstrømmene var 266,9 mill. kroner fra operasjonelle aktiviteter, og 67,4 mill. kroner ble benyttet til investeringsaktiviteter. Samlet beholdning av kontanter og kontantekvivalenter per 31.12.2004 var 1 063,6 mill. kroner, i forhold til 863,5 mill. kroner ved forrige årsskifte. Den gode likviditeten ved årsskiftet må ses i sammenheng med store innkjøp mot slutten av året og en leverandørgjeld på 924,1 mill. kroner.

Totalkapitalen i selskapet utgjorde 1 849,6 mill. kroner per 31.12.2004. Bokført egenkapital per 31.12.2004 var 578,3 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 31,3. Til sammenligning var egenkapitalen per 31.12.2003 på 543,2 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 34,1. Årsregnskapet er avlagt under forutsetning om fortsatt drift.

BUTIKKENE Vinmonopolet åpnet i 2004 syv nye butikker, alle som selvbetjent butikk. Ved utløpet av 2004 har Vinmonopolet 195 butikker rundt om i hele landet. Av disse er 142 selvbetjente butikker. Vinmonopolet fortsetter å endre driftsformen fra disk- til selvbetjente butikker. Positive tilbakemeldinger fra kunder og medier støtter et slikt strategivalg. Ambisjonene er derfor å bygge om de fleste diskbutikker innen utløpet av 2005.

I en undersøkelse MMI gjennomførte for Vinmonopolet våren 2004, svarte 85 prosent av de spurte at tilgjengeligheten til en av Vinmonopolets butikker er god nok der de bor. Tallet stemmer godt overens med den faktiske tilgjengeligheten: Om lag 85 prosent av befolkningen bor i en kommune med Vinmonopol-butikk, eller bor mindre enn 15 kilometer fra nærmeste butikk.

Vi ønsker likevel å fortsette med å forbedre tilgjengeligheten i årene som kommer, både av distriktshensyn og for å avlaste presset på butikker i byene som har fått en uhenksommessig stor omsetning. En videre utbygging av butikknettets antas også å ville bidra til å demme opp for ulovlig omsetning, men forutsetningen er at nye butikk-etableringer gir tilfredsstillende økonomi.

GROSSISTER Ved utgangen av året har 125 grossister leveringsavtale med selskapet, en økning på 14 fra året før. De 10 største grossistene representerer en markedsandel på 62 prosent som er det samme som for 2003.

For levering til våre butikker benytter grossistene seg av distribusjonsfirmaer. Vinmonopolet har distribusjonsavtale med 71 distributører. De fem største står imidlertid for 99 prosent av levert volum til butikkene. Det er inngått detaljerte avtaler om den praktiske gjennomføringen av vareleveransene til butikkene.

Etter at Vinmonopolet opprettet Ekstranett mot grossistene i november 2002, har nettsiden blitt utviklet til å bli Vinmonopolets viktigste informasjonskanal mot grossistene. Papirbasert informasjon til grossistene skjer nå kun helt unntaksvis.

Vår logistikkavdeling setter konstant fokus på forbedringer og effektivisering av hele verdikjeden. Dette arbeidet skjer i tett samarbeid med grossister og distributører.

PRODUKTKONTROLL Det er gjennomført kjemisk og sensorisk kontroll innen alle sortimenter og varegrupper. Kontrollen er hyppigst for produkter som er innkjøpt av Vinmonopolet til basisutvalget. I 2004 er det gjennomført kjemisk kontroll av ca 1 000 produkter. Det er ikke funnet feil av alvorlig karakter. Den vanligste feilen er variasjon i alkoholinnholdet i forhold til det som er opplyst på emballasjen, men antallet feilmerkinger er redusert i forhold til tidligere år. Stikkprøvekontroll av innholdet i Bag in Box viser at det gjennomsnittlig var en liten overvekt i boksene. Sensorisk mottakskontroll av nye produkter innkjøpt til basisutvalget førte til at 13 produkter ble stoppet før lansering. For disse produktene var det ikke samsvar mellom tilbud og levert vareparti.

INFORMASJONSTEKNOLOGI I tiden etter delingen av det gamle Vinmonopolet i 1996 og frem til år 2000 foretok den nye butikkjeden Vinmonopolet en totalutskifting av alle IT-systemer. Fra 2001 og frem til i dag er systemløsningene bygget ut i dybde og bredde med mer funksjonalitet for å støtte virksomhetens satsing på kundeservice, kompetanseoppbygging, driftsoppfølging osv. Strategien i hele denne perioden har vært å satse på ferdige løsninger på toppen av industristandarder som Microsoft Windows, Oracle databaser og IP nettverk.

Hittil har vi basert oss på en «optimal løsning for hver funksjon»-strategi hvor fagavdelingene har valgt beste løsning ut fra sine behov. Dette er en god strategi for å sikre eierskap og optimale løsninger på enkeltområder, men medfører som regel økt systemkompleksitet og dermed kostnader knyttet til integrasjon og systemdrift.

2004 har vært preget av flere tunge oppgraderingsprosjekter hvor vi har skiftet ut maskinvare i de fleste butikkene og oppgradert til siste versjon av butikkdatasystemet. Tilsvarende har vi skiftet til moderne datalagring og backup-løsning på hovedkontoret.

ORGANISASJONEN OG DE ANSATTE Til tross for etablering av nye butikker samt økt omsetning, ser vi nå effektiviseringsgevinstene ved overgang til selvbetjente butikker, og veksten i antall ansatte flater ut, slik at det totale antall ansatte ved utgangen av året var 1 702. Dette er kun tre flere enn på samme tid for et år siden. Fordelingen mellom heltids- og deltidsansatte var 642/1060. Dette viser en svak forskyvning mot flere deltidsansatte, og ser vi på tendens for deltidsansatte i butikk isolert, opprettholdes tendens fra i fjor med en forskyvning mot kortere arbeidsavtaler. Årsaken er at de fleste nyåpningene er småbutikker. 1 702 ansatte utgjorde i alt 1 121 årsverk, en reduksjon på seks årsverk fra året før.

Ressursbruken på intern opplæring har fortsatt vært betydelig, og det legges stor vekt på å bygge opp kompetansenivået til de ansatte i butikkene. «Veksthus-prosjektet» ble avsluttet i 2004. Det ble igangsatt planlegging av lederutviklingsprogram for ledere i butikkene, og utviklings tiltaket for lederne i administrasjonen ble videreført.

Selskapet deltar i prosjektet «Inkluderende arbeidsliv» hvor målet er å redusere sykefraværet og å øke den gjennomsnittlige pensjonsalderen. I 2004 var sykefraværet i selskapet 22 195 dager. Dette utgjør 8,0 prosent av mulige dagsverk mot 8,7 prosent i 2003.

I selskapets likestillingsprogram presiseres det at deltidsarbeid, omsorgspermisjon eller annet fravær i henhold til lovverk, overenskomster eller interne retningslinjer, ikke skal være til hinder for ansettelse eller avansement. Videre heter det at alle ledere aktivt skal motivere for likestilling innen sitt ansvarsområde, samt fremme likestilling ved tilretteleggelse av rutiner og øvrige arbeidsforhold. Selskapet har i mange år praktisert likelønnsprinsippet (lik lønn for likt arbeid).

Likestilling mellom menn og kvinner

	Andel kvinner	Andel menn
Totalt	70,2 %	29,8 %
Administrasjonen (146)	48,7 %	51,3 %
Heltid (138)	45,3 %	54,7 %
Deltid (8)	100 %	0 %
Butikker (1555)	72,3 %	27,7 %
Heltid (503)	49,9 %	50,1 %
Deltid (1052)	83,1 %	16,9 %
Ledere - totalt (220)	42,7 %	57,3 %
Øvrige ledere i administrasjonen med personalansvar (19)	42,1 %	57,9 %
Butikksjefer (195)	40,0 %	60,0 %
Butikksjef - heltid (184)	39,7 %	60,3 %
Butikksjef - deltid (11)	100 %	0 %

DET YTRE MILJØ Vinmonopolet igangsatte i 2003 et prosjekt for å integrere miljøledelse i våre styringssystemer, og prosjektet har blitt videreført i 2004. Prosjektet følger retningslinjene for Grønn stat, som ble initiert av tidligere Arbeids- og administrasjonsdepartementet og Miljøverndepartementet. Vinmonopolet har kartlagt sin påvirkning på det ytre miljø innen områdene Innkjøp, Transport, Energi og Avfall og satt mål på reduksjon i påvirkning innen alle fokusområdene. Det er også avdekket miljøforbedrende tiltak og utarbeidet en handlingsplan for gjennomføring av disse.

Miljøkrav er et kriterium i innkjøpsprosessen av driftsmidler, og leverandører blir bedt om å redegjøre for livsløpskostnader, samt hvilke tiltak innen miljøforbedringer som gjøres i virksomheten. I forbindelse med innkjøp vurderes behov og muligheter for gjenbruk før anskaffelse foretas. Det stilles krav til bruk av miljøvennlig papir på trykksaker og prislister. Resirkulerbart materiale skal benyttes i den grad det er mulig.

Vinmonopolet tilbyr et utvalg av økologiske produkter i henhold til tilbud og etterspørsel.

Vinmonopolets grossister har ansvar for transport av drikkevarer til våre butikker. I samarbeid søker vi å redusere belastningen på det ytre miljø gjennom effektiv transport og reduksjon av tomgangskjøring.

Det iverksettes tiltak innen ENØK i våre butikker, og holdningsskapende tiltak på våre kontorer for å redusere energibruk.

For leverte og godkjente EURO-paller gjelder palleutvekslingsordningen slik at pallene gjenbrukes. Vinmonopolet har en landsomfattende avtale på retur av papp, plast, glass og trevirke. Avfallet kildesorteres før det sendes til resirkulering. I forhold til det som kan resirkuleres per i dag, kildesorterer Vinmonopolet opp mot 100 prosent av avfallet. Vinmonopolet er medlem av returselskapet for næringselektronikk, Renas AS. Selskapet har en resirkuleringsordning for tonerkassetter, og er medlem av Materialretur for resirkulering av gaveesker i kartong.

Det er ikke pantsystem på vin- eller brennevinsflasker. Vinmonopolet oppfordrer kundene til å benytte kommunenes iglosystemer, men tar imot flasker i butikkene dersom kundene ønsker det.

Det har i løpet av 2004 blitt gjennomført en sykle-og-gå-til-jobben-kampanje for alle ansatte.

FREMTIDSUTSIKTER På grunnlag av arbeidet som er gjort i 2004 vil styret fremheve følgende oppgaver i 2005:

Vinmonopolet skal stille kontinuerlig høye krav til egen virksomhet. Styret legger vekt på å betone selskapets rolle og funksjon som alkoholpolitisk virkemiddel gjennom tydeliggjøring av forskjellene mellom Vinmonopolets butikknett og annen varehandel. Forskjellene gir seg uttrykk i mer effektiv sosial kontroll, større bredde og dybde i vareutvalget, høy varefaglig kompetanse gjennom utstrakt opplæring av egne ansatte, samt vektlegging av kundeorientering og generelt høy servicestandard. Lokaliseringen av nye Vinmonopol-butikker skal understreke den alkoholpolitiske betydningen av at salget av sterkøl, vin og brennevin er lagt til en egen omsetningskanal. Styret legger stor vekt på at den gjennomgående omleggingen til selvbetjent driftsform skal skje under ivaretagelse av høye krav til kundeservice, varefaglig kvalitet og sosialt ansvar i kontakten mellom kunden og erfarne, ansvarsbevisste butikkansatte.

Stortinget har vedtatt avvikling av ordningen med landsplan for den fylkesvise fordelingen av Vinmonopolets butikker, men understreker at kommunene skal ha anledning til å uttale seg om etablering av nye Vinmonopol-butikker i sin kommune. Styret ser det som meget viktig at fremtidige nyetableringer og flyttinger av butikker kan skje på en måte som i størst mulig grad sammenfaller med de ønsker og behov som kommer til uttrykk gjennom lokale folkevalgte organers mål. Det tilligger kommunestyret å godkjenne Vinmonopol-butikkens konkrete plassering i kommunen, og i den forbindelse skal Vinmonopolet bidra til en god dialog med kommunene.

Lokalisering av nye butikker innebærer i noen grad vanskelige avveininger både for Vinmonopolet og for kommunene. Tunge investeringer knyttet til utvidelser av butikknettet, omlegging til selvbetjening, generell modernisering og oppgradering av IT-infrastruktur, har belastet selskapets resultatutvikling de senere år. Dette nødvendiggjør at nyetableringer eller flyttinger i størst mulig grad gjennomføres uten at selskapets samlede resultat svekkes. Vinmonopolets monopolstilling betinger imidlertid at selskapet også evner å imøtekomme behovene i distriktskommuner med lavere detaljhandelsnivå. I dette ligger at krav til overskudd fra butikkdriften må differensieres. Generelt bør det stilles krav til at alle nyetableringer eller flyttinger i tett befolkede områder kan oppvise god bedriftsøkonomisk lønnsomhet. Etableringer i distriktene bør på sikt kunne dekke sine egne løpende kostnader og gi et bidrag til driften. Styret mener det må vises stor forsiktighet med å etablere butikker der de økonomiske forutsetningene for lønnsom drift er marginale.

Evalueringen av de fire testbutikkene med begrenset tilbud som ble etablert i 2003 viser at kostnadsnivået i disse butikkene har vært noe lavere enn forventet, og at salget har vært noe høyere enn anslått. Kundetilfredsheten er positiv. Styret har vedtatt å videreføre og videreutvikle dette driftskonseptet. Vareutvalget skal utvides til å omfatte 250 produkter inklusive lokalt sortiment. I 2005 skal det fastlegges mer detaljerte retningslinjer for den nye butikkategorien, som grunnlag for planleggingen av antall og lokalisering av denne typen butikker i årene fremover. Det er også aktuelt å legge om enkelte grunnsortimentsbutikker som i dag har lønnsomhetsproblemer til det nye småbutikkkonseptet.

Vinmonopolet skal gjennom videreutvikling av ordningen med bestilling og salg over internett bidra til en forenkling for kunder i distrikter med lang vei til nærmeste butikk. Målet er at leveringstidene for nettbutikken skal bli så korte at kundene blir fornøyd med denne formen for tilgjengelighet til Vinmonopolets varer der det ikke er grunnlag for butikkdrift. Det innebærer at det fortsatt skal legges vekt på å effektivisere den eksisterende netthandelsløsningen, uten å gå på akkord med kravet til tilfredsstillende kontroll med salget. Vinmonopolet vil også utrede muligheten for – innenfor lovlige og kontrollerte former – å innføre mer fleksible bestillingsformer, og om bestilling/utlevering også bør kunne skje andre steder enn gjennom Posten.

Ved fortsatt utvikling av butikknettet i form av omlegging til selvbetjening, god lokalisering og tilpassede driftskonsepter, legges det til rette for å yte en kundeservice som bidrar til å opprettholde og forsterke Vinmonopolets stilling og rolle som sentralt virkemiddel i norsk alkoholpolitikk. Styret vil samtidig understreke at en av selskapets viktigste oppgaver i 2005 er å befeste Vinmonopolets sterke stilling som institusjon i norsk samfunns- og forretningsliv gjennom å sørge for at den etiske bevisstheten og ansvarsfølelsen skjerpes i hele organisasjonen. Det er i kjølvannet av Ekjord-saken foretatt en egen ekstern gransking av forhold knyttet til administrerende direktørs reisevirksomhet, men styret har på bakgrunn av de granskingsresultater som nå er lagt frem full tillit til Knut Grøholts fortsatte virke som administrerende direktør i selskapet. Administrerende direktør skal bringe bedriften videre og har autoritet til å rydde opp i de forhold som til nå er avdekket. Det er samtidig avklart at den eksterne granskingen vil fortsette på grunnlag av informasjon motatt i forbindelse med arbeidet med Ekjord-saken. Det vil derfor umiddelbart bli foretatt videre undersøkelser over-

for ansatte og andre konkrete navngitte leverandører av alkoholholdige varer. Administrerende direktør vil løpende rapportere til styreleder om dette arbeidet. De nyopprettede tiltakene Etisk Forum og Etisk Råd får særlig aktualitet og betydning når det gjelder planlegging og iverksetting av effektive tiltak for blant annet å følge opp resultatene av granskingsarbeidet.

Styret ønsker å takke medarbeiderne for den styrke og innsatsvilje de har vist når høye mål og ekstraordinære situasjoner har krevd sitt ytterste av dem. De ansattes kunnskaper og kvalifikasjoner er grunnleggende forutsetninger for at Vinmonopolet også i 2004 kan vise til stor grad av resultatoppnåelse og kundetilfredshet.

Oslo, 17. mars 2005



Harald Arnkvern

Harald Arnkvern
Styreleder



Elsbeth Tronstad

Elsbeth Tronstad
Nestleder



Lise Christoffersen

Lise Christoffersen



Arnfinn Holten

Arnfinn Holten



Jan Blomseth

Jan Blomseth



Ingvild Strømsheim Wold

Ingvild Strømsheim Wold



Elianne Ingebrigtsen

Elianne Ingebrigtsen



Helge Storvik

Helge Storvik



Juul Lyseggen

Juul Lyseggen



Knut Grøholt

Knut Grøholt
Adm. direktør

Resultatregnskap

1.1. - 31.12. (mill. kr)	Note	2004	2003
Salgsinntekter	2	8 269,4	7 699,3
Andre inntekter	12	6,0	25,9
Driftsinntekter		8 275,4	7 725,2
Vareforbruk	3	7 265,7	6 771,1
Lønn og andre personalkostnader	4, 18	558,4	543,7
Av-/ nedskrivninger varige dr.midler	12	89,4	79,4
Andre driftskostnader	4, 5, 9	263,1	262,6
Driftskostnader		8 176,6	7 656,8
Driftsresultat		98,8	68,4
Finansinntekter	6, 8	18,4	35,6
Finanskostnader	6	1,8	2,4
Finansposter		16,6	33,3
Resultat før vinmonopolavgift		115,4	101,6
Vinmonopolavgift	13	27,6	25,6
Årets resultat		87,8	76,0
Overføringer og disponeringer			
Til overskuddsandel og utbytte	14	52,7	30,4
Til annen egenkapital		35,1	45,6
Sum		87,8	76,0

Balanse

Per 31.12. (mill. kr)	Note	2004	2003
EIENDELER			
Utsatt skattefordel	13	9,9	9,4
Varige driftsmidler	12	313,4	330,5
Langsiktige fordringer	11	5,6	6,2
Anleggsmidler		328,9	346,1
Varebeholdning		440,6	367,4
Kundefordringer	9	9,3	6,4
Andre kortsiktige fordringer	10,20	7,2	9,5
Finansielle investeringer	8	252,1	237,5
Kontanter, bankinnskudd	7	811,5	626,0
Omløpsmidler		1 520,7	1 246,8
Sum eiendeler		1 849,6	1 592,9
GJELD OG EGENKAPITAL			
Innskutt kapital			
Aksjekapital	16	0,0	0,0
Opptjent kapital			
Annen egenkapital	17	578,3	543,2
Egenkapital		578,3	543,2
Pensjonsforpliktelser	18	45,5	51,7
Langsiktig gjeld		45,5	51,7
Leverandørgjeld		924,1	734,5
Vinmonopolavgift	13	46,6	30,5
Skyldig offentlige avgifter		56,8	74,9
Overskuddsandel og utbytte	14	52,7	30,4
Annen kortsiktig gjeld	15	145,6	127,7
Kortsiktig gjeld		1 225,8	998,0
Sum gjeld og egenkapital		1 849,6	1 592,9

Oslo, 17. mars 2005



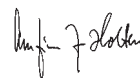
Harald Arnkværn
Styreleder



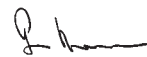
Elsbeth Tronstad
Nestleder



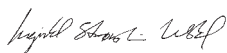
Lise Christoffersen



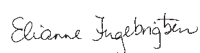
Arnfinn Holten



Jan Blomseth



Ingvild Strømsheim Wold



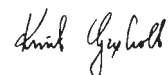
Elianne Ingebrigtsen



Helge Storvik



Juul Lyseggen



Knut Grøholt
Adm. direktør

Kontantstrømanalyse

(mill. kr)	2004	2003
LIKVIDER TILFØRT FRA VIRKSOMHETEN		
Tilført fra årets virksomhet *)	112,8	102,3
Endring leverandører	189,6	20,8
Endring i lager, debitorer	-76,0	-57,5
Endring andre kortsiktige poster	40,5	-13,4
Netto likviditetsendring fra virksomheten	266,9	52,2
LIKVIDER BRUKT PÅ INVESTERINGER		
Investeringer i varige driftsmidler	- 76,9	- 90,9
Salg av varige driftsmidler	9,5	29,2
Netto likviditetsendring fra investeringer	- 67,4	- 61,7
LIKVIDER FRA FINANSIERING		
Endring andre langsiktige fordringer	0,5	0,1
Netto likviditetsendring fra finansiering	0,5	0,1
Netto endring i likvider gjennom året	200,1	- 9,4
Likviditetsreserve 1.1.	863,5	872,9
Likviditetsreserve 31.12.	1 063,6	863,5
Spesifikasjon likviditetsreserve 31.12.		
Kontanter	24,4	24,6
Bankinnskudd	787,1	601,4
Finansielle investeringer	252,1	237,5
	1 063,6	863,5
Resultat før vinmonopolavgift	115,4	101,6
Gevinst ved salg av driftsmidler	-4,9	-24,1
Ordinære av- og nedskrivninger	89,4	79,4
Betalbar vinmonopolavgift	-28,2	-18,4
Endring pensjonsavsetning	-6,2	-5,8
Overskuddsandel	-52,7	-30,4
*) Tilført fra årets virksomhet	112,8	102,3

Noter til regnskapet

1 Sammendrag 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 KORTSIKTIGE INVESTERINGER

Finansielle investeringer klassifiseres som omløpsmidler. Kortsiktige investeringer (obligasjoner og sertifikater), som inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg, vurderes til markedsverdi. Obligasjoner og sertifikater som holdes til forfall vurderes til kostpris tillagt amortisert over- og underkurs.

1.6 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. Investeringer i butikklokaler vurderes samlet i en portefølje ved vurdering av hvorvidt virkelig verdi er lavere enn bokført verdi.

Driftsmidler som ikke er i bruk nedskrives til gjenvinnbart beløp.

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.

1.7 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.

1.8 PENSJONSFORPLIKTELSE

Vinmonopolets ansatte er tilknyttet Statens Pensjonskasse (SPK). Selskapet har dessuten pensjonsordninger vedrørende avtalefestet førtidspensjon (AFP) og lønnsytelser utover 12G.

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 ble satt til beregnet pensjonsforpliktelse på dette tidspunktet.

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. Ved fylte 67 år går arbeidstaker over på normal pensjon. Det betales ordinær premie til AFP i perioden. Den ordinære pensjons-

forpliktelsen 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 uttakstilbøyeligheter.

1.9 KONTANTSTRØMOPPSTILLING

Kontantstrømoppstillingen er utarbeidet etter den indirekte metode. Kontanter og kontantekvivalenter omfatter kontanter, bank og finansielle plasseringer.

2 Salgsinntekter

Fordeling hovedvaregrupper (mill. kr)	2004	2003
Svakvin	4 615,1	4241,5
Sterkvin	145,4	142,2
Brennevin	3 443,7	3 248,4
Øvrige produkter	48,7	46,7
Andre salgsvarer	16,5	20,5
Sum	8 269,4	7 699,3

Av salgsinntektene utgjør 4 636,3 mill. kroner alkoholavgifter (4 307,6 mill. kroner i 2003).

3 Vareforbruk

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

4 Lønnskostnader, antall ansatte og godtgjørelser

(1 000 kr)	2004	2003
Lønn	432 843	419 345
Arbeidsgiveravgift	54 169	52 926
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	43 762	43 444
Innleid arbeidskraft	21 407	22 207
Andre godtgjørelser	6 183	5 764
Sum lønnskostnader	558 364	543 686

Gjennomsnittlig antall ansatte for 2004 er 1 701 (1 682 for 2003).

Lønn og andre ytelser adm. direktør (1 000 kr)	2004	2003
Lønn	1 159	1 114
Pensjonskostnad	263	265
Andre godtgjørelser	124	108
Sum	1 546	1 487

Samlet styrehonorar var i 2004 kr 668 500, herav til styrets leder kr 137 500 (i 2003 kr 625 000, herav kr 130 000 til styrets leder). Samlet honorar til bedriftsfor­samlingen var kr 37 400 (i 2003 kr 40 000). Ordinært revisjonshonorar utgjør kr 650 000 for 2004, mens honorar for annen bistand er kr 140 000 (tall eksklusiv mva.).

5 Andre driftskostnader

Andre driftskostnader inkluderer følgende kostnader:

(1 000 kr)	2004	2003
Andre personalkostnader	17 071	22 016
Frakt og transport	7 180	8 940
Elektrisitet	9 364	9 404
Kostnader lokaler	106 969	101 689
Inventar og driftsmaterialer	14 077	10 699
Vedlikehold - og servicekostnader	17 781	17 286
Eksterne tjenester	15 945	15 850
Kontorrekvisita, trykksaker mv.	5 949	7 925
It, telefon, kommunikasjon mv.	19 389	18 162
Reisekostnader	10 074	11 803
Informasjons- og emballasjemateriell	19 731	22 575
Forsikringer og bankomkostninger	11 186	9 812
Andre kostnader	8 352	6 462
Sum	263 068	262 623

6 Finansposter

Finansposter inneholder følgende inntekter og kostnader:

Finansinntekter (1 000 kr)	2004	2003
Renteinntekter bank	7 623	10 902
Avkastning obligasjoner/sertifikat	10 770	24 642
Andre finansinntekter	16	93
Sum finansinntekter	18 409	35 637

Finanskostnader (1 000 kr)	2004	2003
Rentekostnader bank	1 772	2 353
Andre finanskostnader	16	32
Sum finanskostnader	1 788	2 385

7 Kontanter og bankinnskudd

Per 31.12.2004 var 17,6 mill. kroner av selskapets bankinnskudd avsatt til betaling av skattetrekk for ansatte (16,9 mill. kroner i 2003).

8 Finansielle investeringer

Vinmonopolets finansielle investeringer består av særinnskudd, obligasjoner og sertifikat med fast rente innenfor stats-, industri- og finanssektoren. Plasseringene hadde ved utgangen av 2004 en gjennomsnittlig durasjon på 2,6 år, og dersom investeringene ikke realiseres før ved forfall vil dette gi en gjennomsnittlig årlig avkastning på 2,9 prosent. Porteføljens gjennomsnittlige løpetid skal være fra 1-5 år. Investeringene er fordelt som følger:

(1 000 kr)	Kostpris	Markedsverdi	Bokført verdi
Statsobligasjoner	48 666	49 244	49 244
Industriobligasjoner	7 000	7 118	7 118
Finansobligasjoner og særinnskudd	192 750	196 124	195 760
Sum	248 416	252 486	252 122

Gjennomsnittlig faktisk avkastning for 2004 utgjør 4,7 prosent p.a. De finansielle investeringene klassifiseres som omløpsmidler og inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg. Selskapet har inntektsført urealisert gevinst på 3,7 mill. kroner per 31.12.2004. Obligasjoner som holdes til forfall utgjør 12,2 mill. kroner per 31.12.2004. Disse er vurdert til kostpris tillagt amortisert over-/underkurs.

9 Kundefordringer

Kundefordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap på krav med kr 200 000 (i 2003 kr 763 000). Tilbakeføring av fjorårets avsetning gjør at det i år er inntektsført kr 650 370 (i 2003 ble det kostnadsført kr 605 913). Dette er inkludert i andre driftskostnader.

10 Andre kortsiktige fordringer

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

Fordringer (1 000 kr)	2004	2003
Påløpne renteinntekter	5 568	5 484
Forskuddsbetalte kostnader	737	386
Andre kortsiktige fordringer	870	3 624
Sum	7 175	9 494

Andre kortsiktige fordringer inneholder aksjer i Norsk GlassGjenvinning AS med kr 197 000 (stemme- og eierandel 19,7 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 5,6 mill. kroner (6,2 mill. kroner i 2003). Lånene er rentefrie og bundet inntil kontraktsutløp.

12 Varige driftsmidler

Driftsmidler (1 000 kr)	Anskaff. kost per 01.01.2004	Tilgang	Avgang/ Utran- gering	Anskaff. kost per 31.12.2003	Akkumulert av- og nedskrivn. per 31.12.2004	Bokført verdi 31.12.2004	Av- og ned- skrivning 2004
Inventar	265 970	34 802	8 055	292 717	158 417	134 299	36 769
EDB-utstyr/ programvare	180 573	28 045	86	208 532	160 524	48 008	29 627
Spes.tilpasset programvare	42 059	504	0	42 563	27 757	14 806	6 574
Transp.midler	4 557	84	140	4 501	3 852	649	347
Forr.bygg	95 598	1 584	7 591	89 591	49 375	40 215	1 678
Leide lokaler	111 753	11 914	5 957	117 710	50 123	67 587	14 410
Kunst	1 108	0	0	1 108	0	1 108	0
Tomter, ol	7 386	0	658	6 728	0	6 728	0
Sum	709 004	76 932	22 488	763 449	450 048	313 400	89 406

Eksterne kostnader knyttet til utvikling av administrative systemer er aktivert under programvare. Selskapet har i 2004 nedskrevet varige driftsmidler med 5,0 mill. kroner (0,5 mill. kroner i 2003). Gevinst ved salg av driftsmidler utgjør 4,9 mill. kroner, og består hovedsakelig av salg av tre forretningseiendommer. Ordinære avskrivninger beregnes på bakgrunn av økonomisk levetid for driftsmidlene og fordeles lineært etter følgende satser (t.h.):

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 2003 og 2004.

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

(1 000 kr)	2004	2003
Resultat før skattekostnad	115 470	101 577
+/- Permanente forskjeller	1 685	1 724
- Vinmonopolavgift foregående år	- 18 406	- 12 043
+/- Endringer midlertidige forskjeller	1 863	- 25 522
Årets skattegrunnlag	100 612	65 735
Vinmonopolavgift	28 171	18 406

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

(1 000 kr)	31.12.2004	31.12.2003
Midlertidige forskjeller knyttet til:		
Kundefordringer	- 200	- 763
Varelager	- 300	- 300
Andre kortsiktige poster	3 706	5 621
Sum kortsiktige poster	3 206	4 558
Avsetning til førtidspensjoner	0	- 100
Pensjonsforpliktelser	- 45 494	- 51 632
Anleggsmidler	6 952	13 701
Sum langsiktige poster	- 38 542	- 38 031
Sum midlertidige forskjeller	- 35 336	- 33 473
Anvendt skattesats	28 %	28 %
Utsatt skattefordel	- 9 894	- 9 372

Spesifikasjon av regnskapsmessig vinmonopolavgift:

(1 000 kr)	2004	2003
Årets betalbare vinmonopolavgift	28 171	18 406
Endring utsatt skatt	-522	7 147
Sum regnskapsmessig vinmonopolavgift	27 649	25 553

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

(1 000 kr)	2004	2003
28 % av årets resultat	32 331	28 442
Permanente forskjeller (28 %)	472	483
Fjorårets vinmonopolavgift (28 %)	- 5 154	- 3 372
Sum regnskapsmessig vinmonopolavgift	27 649	25 553

14 Overskuddsandel

Det er beregnet 60 prosent overskuddsandel av resultatet etter vinmonopolavgift for 2004.

15 Annen kortsiktig gjeld

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

(1 000 kr)	2004	2003
Lån fra ansatte gjennom eget interessekontor	61 189	47 877
Gavekort	12 557	9 899
Andre påløpte kostnader	876	1 095
Skyldig lønn og feriepenger	70 952	68 833
Sum annen kortsiktig gjeld	145 574	127 704

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 01.01.2004	50	543 148	543 198
Årets resultat	0	87 821	87 821
Overskuddsandel og utbytte	0	- 52 695	- 52 695
Egenkapital 31.12.2004	50	578 274	578 324

18 Pensjonsforpliktelser

Pensjonskostnader og pensjonsmidler i Statens Pensjonskasse

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

Økonomiske forutsetninger	2004	2003
Årlig diskonteringsrente	6,0 %	6,0 %
Lønnsregulering	3,3 %	3,3 %
Pensjonsregulering	2,9 %	2,9 %
Avkastning på pensjonsmidler	6,5 %	6,5 %
Årlig G-økning	2,9 %	2,9 %
Aktuarmessige forutsetninger	2004	2003
Frivillig avgang	2,0 %	0,0 %
Uttakstilbøyelighet - AFP	50,0 %	50,0 %

Pensjonskostnadsberegning (1 000 kr)	2004	2003
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	35 031	32 602
Rentekostnad av påløpte pensjonsforpliktelser	38 558	35 891
Brutto pensjonskostnad	73 589	68 493
Avkastning av pensjonsmidlene	-34 450	-30 763
Resultatført estimatavvik	5 729	6 688
Netto pensjonskostnad	44 868	44 418
Risikopremie/administrasjon	521	491
Netto pensjonskostnad før arbeidsgiveravgift	45 389	44 909
Beregnet arbeidsgiveravgift	6 399	6 332
Årets pensjonskostnad inkl. arbeidsgiveravgift	51 788	51 241
Herav andel trukket i ansattes lønn	-8 026	-7 797
Pensjonskostnad belastet årets resultat	43 762	43 444

Pensjonsforpliktelser (1 000 kr)	2004	2003
Pensjonsforpliktelser brutto	- 669 548	- 623 811
Pensjonsmidler	577 803	518 095
Netto pensjonsforpliktelser	- 91 745	- 105 716
Ikke resultatført estimatavvik	51 874	60 465
Påløpt arbeidsgiveravgift (14 %)	-5 622	-6 381
Netto pensjonsforpliktelser inkl. arbeidsgiveravgift	- 45 493	- 51 632

Selskapet har kostnadsført beregnede estimatavvik per 31.12.04 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	2005	2006	2007	2008	2009
Butikker og kontorer	98 425	88 853	63 996	36 303	22 013

20 Nordpolet AS

AS Vinmonopolet 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, og konsolideres derfor ikke.

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)	2004	2003
Salgsinntekter	22 369	19 048
Vareforbruk	12 943	10 563
Ordinære avskrivninger	79	79
Andre driftskostnader	2 738	2 686
Driftsresultat	6 609	5 720
Finansposter	16	171
Årets resultat	6 625	5 891
Disponering årets resultat:		
Til Longyearbyen lokalstyre	6 625	5 891

Balanse Per 31.12. (1 000 kr)	2004	2003
Anleggsmidler	5	84
Omløpsmidler	11 097	10 933
Sum eiendeler	11 102	11 017
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	6 722	6 637
Sum gjeld og egenkapital	11 102	11 017

Revisjonsberetning



KONTROLLKOMITEENS INNSTILLING

Kontrollkomiteen har gjennomgått det avsluttede og revideerte årsoppgjør samt revisjonsberetningen. Styrets forslag til disposisjon av overskuddet kr 87 800 000, har kontrollkomiteen ingen merknader til. Kontrollkomiteen anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2004.

Oslo, 4. april 2005
Tor Nymo (leder), Ranja Hauglid

BEDRIFTSFORSAMLINGENS UTTALELSE

I samsvar med revisjonsberetningen for 2004 og kontrollkomiteens innstilling, anbefaler bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2004, slik det fremtrer etter styrets vedtak av 17. mars 2004, blir fastsatt som selskapets regnskap for 2004. Likeledes anbefaler bedriftsforsamlingen at årsberetningen godkjennes.

Oslo, 5. april 2005
Dagny Gärtner Hovig
Bedriftsforsamlingens leder

→ De 30 mest solgte produktene

Bestselgere 2004, 1000 liter					Andel	
Nr	Varenavn	Type	Land	Liter	Vin	Brennevin
1	J. P. Chenet Cabernet-Syrah 2002	Rødvin	Frankrike	1 694	3,4 %	
2	La Boisélière	Rødvin	Frankrike	1 161	2,3 %	
3	Gato Negro Cabernet Sauvignon 2003/2004	Rødvin	Chile	1 149	2,3 %	
4	Robertson Cabernet Sauvignon 2003	Rødvin	Sør-Afrika	1 073	2,1 %	
5	Boheme	Rødvin	Italia	964	1,9 %	
6	Mezzomondo Negroamaro	Rødvin	Italia	862	1,7 %	
7	Viña Maipo Cabernet Sauvignon 2002/2003	Rødvin	Chile	851	1,7 %	
8	Banrock Station Shiraz Mataro	Rødvin	Australia	798	1,6 %	
9	Tariquet	Hvitvin	Frankrike	765	1,5 %	
10	Chapelle du Bois 2002	Rødvin	Frankrike	582	1,2 %	
11	Vidigal Reserva 2003	Rødvin	Portugal	573	1,1 %	
12	Smirnoff	Vodka	USA	532		4,7 %
13	Dunavár Chardonnay 2003	Hvitvin	Ungarn	532	1,1 %	
14	Amigo	Rødvin	Spania	516	1,0 %	
15	Black Tower 2003	Hvitvin	Tyskland	493	1,0 %	
16	Marqués de Chivé Tempranillo Crianza	Rødvin	Spania	484	1,0 %	
17	Periquita 2000	Rødvin	Portugal	455	0,9 %	
18	Absolut Vodka	Vodka	Sverige	451		4,0 %
19	La Vida Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	419	0,8 %	
20	Argento Malbec 2003	Rødvin	Argentina	419	0,8 %	
21	Arrow Ruby Cabernet	Rødvin	USA	415	0,8 %	
22	Grand Veneur Merlot	Rødvin	Frankrike	405	0,8 %	
23	Koskenkorva	Vodka	Finland	405		3,6 %
24	Campuget Cuvée Jean-Lin Dalle	Rødvin	Frankrike	404	0,8 %	
25	Cappella	Rødvin	Italia	397	0,8 %	
26	Vikingfjord	Vodka	Norge	386		3,4 %
27	Bache-Gabrielsen 3 kors	Konjakk	Frankrike	385		3,4 %
28	Baileys Original Irish Cream	Likør	Irland	375		3,3 %
29	Braastad V.S.O.P. Reserve	Konjakk	Frankrike	365		3,2 %
30	Chapel Hill Rhine Riesling & Sauvignon Blanc 2003	Hvitvin	Ungarn	364	0,7 %	

Rikt varesortiment

Ved utgangen av året 2004 besto Vinmonopolets totale vareutvalg av ca 8 100 varianter fordelt på ca 7 200 ulike produkter. Vinmonopolet skal være Norges ledende faghandelskjede, og 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. I tillegg har Vinmonopolet fire «minipol» i distriktene med et begrenset vareutvalg. Hver kategori har et definert vareutvalg av produkter med en tilhørende prislister. I tillegg har hver butikk sin lokale tilleggsliste med andre produkter som skal dekke lokal etterspørsel.

SORTIMENTENE Grunnsortimentet inneholder de ca 400 mest solgte produktene samt ca 100 supplerende varianter (for eksempel halvflasker). Hovedsortimentet inneholder grunnsortimentet pluss de ca 350 nest mest solgte produktene, til sammen ca 750. Fullsortimentet inneholder ca 1 240 produkter. Minipolene lagerfører de ca 100 mest solgte produktene. I tillegg kan ca 6 000 merker levers 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 2004 hadde 232 bedrifter fått ordinær engrosbevilling fra Sosial- og helsedirektoratet. Vinmonopolet hadde inngått avtale om innkjøp fra 125 av disse.

Vinmonopolet utarbeider hvert halvår en Markeds- og produktplan. Planen legges ut på vårt Ekstranett. I planen redegjør Vinmonopolet for sine innkjøpsplaner. På bakgrunn av planen sendes det ut tilbudsforespørsler til grossistene. I 2004 er det sendt ut 165 tilbudsforespørsler som til sammen resulterte i tilbud på 3 532 produkter. 2 984 av tilbudene er testet sensorisk av sensorisk prøveinstans som er et panel av kvalifiserte dommere. Dette resulterte i innkjøp av 203 produkter. I tillegg til innkjøp med bakgrunn i tilbudskonkurranse overføres det også produkter til basisutvalget fra bestillingsutvalget og testutvalget på grunnlag av stort salg. I 2004 utgjør dette 18 produkter fra bestillingsutvalget og 113 fra testutvalget.

I 2003 innførte Vinmonopolet fokusområder i forbindelse med innkjøp og lanseringer. Fokusområde er produkter fra et land, et område eller en stilretning som vi fokuserer spesielt på i et nyhetsslipp. Fokusområdene blir utformet og valgt ut på bakgrunn av analyser av salg og trender i Norge og utlandet. For kundene betyr dette at de får mange ulike og spennende produkter å velge mellom fra et aktuelt område eller stilretning. I 2004 har vi fokusert på følgende varettyper og områder: Skotsk Maltwhisky, Sør-Afrika, Østerrike, sterkøl, Portugal og Nord-Rhône.

Det følger av alkoholloven § 3-1 at Vinmonopolet ikke skal forskjellsbehandle leverandører og produkter på grunnlag av nasjonalitet eller opprinnelsesland. Med hjemmel i denne bestemmelsen er det opprettet en uavhengig nemnd for prøving av Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv, og gitt regler om nemndas virksomhet i forskrift 16. januar 1996 nr. 24. I 2004 har nemnda behandlet 7 klager over beslutninger om innkjøp eller strykning av produkter, hvorav 2 klager ble tatt til følge.

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 butikk 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 over 22 %, og 5 kroner per liter for øvrige produkter. Det faste påslaget er mindre for brennevin enn for øvrige produkter, fordi disse produktene medfører 20-30 prosent mindre ressursbruk i butikkene. Verdipåslaget, som skal dekke selskapets faste kostnader og i tillegg sikre et økonomisk resultat av driften, er fastsatt til 28 prosent av innkjøpsprisen eksklusive avgifter. Procentsatsen reduseres gradvis når avansen overstiger 30 kroner. Avansen vil maksimalt kunne utgjøre 75 kroner per enhet.

Salget

Vinmonopolets salg økte med 3,9 prosent i 2004. Salget av svakvin – som nå står for 79 prosent av Vinmonopolets omsetning – økte mest målt i liter.

KRONER OG LITER Både omsetningen i kroner og liter økte fra 2003 til 2004. Bruttoomsetningen var på 10,2 mrd. kroner, en økning tilsvarende 7,4 prosent. Til sammen ble det solgt 63,3 mill. liter drikkevarer. Dette tilsvarer en volumøkning fra forrige år på 3,9 prosent. Målt i liter ren alkohol var økningen på 5 prosent. At omsetningen i liter ren alkohol øker mer enn omsetningen målt i liter, skyldes først og fremst at Vinmonopolet har solgt mer av varer med høyere alkoholprosent. Mens salget av vin inneholdende mellom 9 og 13 volumprosent alkohol gikk ned i 2004, økte salget av vin inneholdende mellom 13 og 15 alkoholprosent.

Vi ser salgsøkningen i sammenheng med flere årsaker: Åpning av 7 nye butikker, omlegging til selvbetjening i 31 butikker, stadig økende interesse for vin blant folk og i media, fortsatt høy kjøpekraft i befolkningen samt redusert grensehandel i Sverige som følge av svekket norsk krone. Nye beslag av metanolholdig smuglersprit kan også ha medført økt salg av brennevin.

Utviklingen i salget

Økning i omsetning (kroner)	7,4 %
Økning i volum (totalt antall liter)	3,9 %
Økning i liter ren alkohol	5,0 %

VINMONOPOLETS ANDEL AV TOTALSALGET Omregnet til ren alkohol har Vinmonopolet henholdsvis 85 og 88 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 5,3 prosent til 50,1 mill. liter i 2004 – tidenes høyeste vinsalg i Norge. Salget av vin på kartong («pappvin», bag-in-box) fortsetter å øke, og utgjorde i 2004 47,5 prosent av svakvinsmarkedet. I alt ble det solgt svakvin til en verdi av 5,7 mrd. kroner. Dette tilsvarer en økning på 8,6 prosent. At tallene i kroner og øre øker mer enn literssalget, skyldes både prisøkning og at vi selger relativt mer av dyrere produkter.

Markedet for svakvin domineres klart av rødvin, som har en særstilling her til lands. I Norge er forholdet mellom rødvin og hvitvin 1:3, mot 1:1 i England og 3:2 i Sverige. I 2004 solgte Vinmonopolet 36,8 mill. liter rødvin til en verdi av 4,2 mrd. kroner. Dette representerte en volumøkning på 5,3 prosent og en omsetningsøkning på 8,0 prosent. Aldri tidligere har Vinmonopolet solgt så mye rødvin i løpet av et år. Salget av rødvin utgjorde i 2004 73,5 prosent av svakvinssalget (eller 58,1 prosent av totalsalget).

Hovedtendensen for 2004 er redusert salg for de fire markedsledende rødvinslandene Frankrike, Italia, Spania og Chile, mens de fire nest største på rødvin – Australia, Portugal, Sør-Afrika og Argentina – alle har en salgsøkning på en snau million liter.

Frankrike er fortsatt ledende rødvinsnasjon i det norske markedet, men opplevde for første gang siden 1997 en salgsnedgang, ned 1,3 mill. liter eller 13,8 prosent til 8,4 mill. liter i 2004. Både for italiensk, spansk og chilensk rødvin var nedgangen mer beskjeden. Salget av italiensk rødvin stoppet til slutt på 7,1 mill. liter – en reduksjon på 3,3 prosent fra 2003. For spansk rødvin, som det ble solgt 6,1 millioner liter av i 2004, var nedgangen på 2,2 prosent, mens salget av chilensk vin gikk ned 1 prosent til 4,4 millioner liter.

For de fire neste landene på rødvinlisten ble derimot 2004 en eneste lang opptur. Mens australsk rødvin til slutt stoppet på 3,1 millioner liter, ble det solgt henholdsvis 2,4 og 2,3 millioner liter portugisisk og sørafrikansk rødvin. Den relative økningen var likevel størst for argentinsk rødvin som til slutt endte på 1,5 mill. liter – en økning på 163 prosent fra 2003.

Salget av hvitvin økte med 6,3 prosent til 11,5 mill. liter i 2004. Det er tredje gang i historien (og tredje år på rad) at Vinmonopolet selger mer enn 10 mill. liter hvitvin i løpet av et år. Det ble solgt hvitvin for 1,3 mrd. kroner i 2004.

Frankrike er ledende hvitvinsleverandør for andre år på rad. I 2004 ble det solgt 3,8 mill. liter fransk hvitvin, en økning på 1,8 prosent. Tysk hvitvin følger imidlertid hakk i hel med 3,7 mill. liter, en økning på 4,8 prosent fra 2003. Hvitvinsmarkedet domineres av tyske og franske viner som til sammen har en markedsandel på 65 prosent av hvitvinssalget. Italienske og ungarske hvitviner bidrar også til økningen for hvitvinssegmentet. Totalt ble det solgt 990.000 liter ungarsk hvitvin etter en økning på 5,0 prosent, mens italiensk viner økte med 4,9 prosent til et totalvolum på 940.000 liter.

Salget av musserende vin økte med 9,0 prosent til 1,25 mill. liter. Verdien av salget var 197 mill. kroner 2004, en økning på 13,4 prosent fra 2003. Det er fortsatt de spanske merkene som dominerer kategorien, med Italia og Frankrike på de to neste plassene. Mens salget av spansk og italienske musserende økte med henholdsvis 4 og 7 prosent til 410.000 og 355.000 liter, økte salget av franske musserende med 14 prosent til 310.000 liter. Disse tre landene står for 86,5 prosent av salget av musserende i Norge.

STERKVIN Varegruppen omfatter bl.a. vermut, sherry, portvin og madeira. Det ble solgt 1,1 mill. liter sterkvin til en verdi av 180 mill. kroner i 2004. Dette innebærer en nedgang i salgsvolum (liter) på 3,5 prosent, men en oppgang i omsetningen (kroner) på 2,6 prosent. Med unntak av en midlertidig økning i sterkvinssalget i 2000 som følge av avgiftsreduksjonen fra 1. januar 2000, har salget av sterkvin sunket jevnt og trutt siden 1991. Vermut utgjør den største delen av sterkvinssalget med 680.000 liter.

BRENNEVIN Salget av brennevin inneholdende mer enn 22 volumprosent økte med 5,1 prosent fra 9,9 mill til 10,4 mill. liter. Verdien av dette salget var på 4,0 mrd. kroner, en oppgang på 7,3 prosent fra 2003. Selv om vodka er den mestselgende brennevinskategorien – opp 5,7 prosent til snaut 3,6 mill. liter – domineres fortsatt brennevinsmarkedet i Norge av brune brenneviner, fortrinnsvis druebrennevin som det – etter en oppgang på 4,1 prosent – ble solgt 2,9 mill. liter av i 2004. Av druebrennevinene er særlig konjakk populært. Salget av konjakk økte med 6,3 prosent til 2,0 mill. liter. Også akevitt seiler i medvind. Salget av vårt tradisjonelle, norske brennevin økte med 40.000 liter til 1,04 mill. liter, den største omsetningen av akevitt siden 1981. Salget av whisky stoppet til slutt på 1,2 mill. liter etter en oppgang på 2,4 prosent.

Salget av brennevinsbaserte produkter inneholdende under 22 volumprosent gikk ned med 38,7 prosent, eller 650.000 liter, til 1,03 mill. liter i 2004. Det er først og fremst bortfallet av brennevinsbasert rusbrus, som Vinmonopolet sluttet å listeføre 1. juli 2003, som er forklaringen på denne nedgangen. Avgiftsøkningen på brennevin med mindre enn 22 volumprosent alkohol fra 1. januar 2004 har også medført redusert salg for kategorien. Brennevinssegmentet under 22 volumprosent teller i dag først og fremst likører.

STERKØL Salget av sterkøl økte med 1,2 prosent til 705.000 liter. Samlet salgsverdi for 2004 var 53 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 prosent og stoppet til slutt på 83.000 liter i 2004. Verdien av dette salget var snaut 7,2 mill. kroner.



*Erik elsker timian, så han kjøpte
en hel busk. Men hvilken vin
passer til suppen han lagde?*

Priser og avgifter per 1. januar 2004 og 2005

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. I tabellen sammenliknes priselementene per 1. januar 2004 og 1. januar 2005.

Kalkyleeksempler

Merke	Smirnoff		Bailey's original Irish Cream		La Frontera Amontillado Superiore		Gato Negro Cabernet Sauvignon		Aass Gulløl	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005	2004	2005
År										
Grossistens nettopris	38,10	39,34	64,65	63,43	29,98	31,85	19,17	20,57	6,17	6,60
Vinmonopolets avanse	13,47	13,81	21,24	21,11	12,14	12,65	9,12	9,51	4,00	3,97
Avgifter	194,33	196,75	104,01	105,26	78,88	80,50	48,71	49,82	10,53	10,83
Pant									1,00	1,00
Pris til kunde	245,90	249,90	189,90	189,90	121,00	125,00	77,00	79,90	21,70	22,40

Prisutvikling

Gjennomsnittlig prisutvikling per enhet/hovedvaretype fra 2002 til 2005 (per 1. januar)

Hovedvare	2002/2003	2003/2004	2004/2005
Svakvin	0,7 %	2,0 %	3,1 %
Brennevin	- 4,2 %	2,5 %	2,0 %
Sterkvin	1,8 %	2,4 %	3,9 %
Øl	2,5 %	1,3 %	2,3 %
Totalt	- 1,6 %	2,2 %	2,8 %

Økning av merverdiavgift fra 24 til 25 % påvirker prisutviklingen 2004/2005.

2001-2005

2001-2005



Utvikling av alkoholavgifter 2001-2005:

Alkoholholdig drikk med alkoholstyrke	2001	2002	2003	2004	2005	
Over 22 volumprosent	kr 7,04	kr 5,98	kr 5,44	kr 5,54	kr 5,54	Per volumprosent og liter
Brennevin under 22 volumprosent	kr 3,65	kr 3,47	kr 3,55	kr 5,54	kr 5,54	Per volumprosent og liter
Mellom 4,75 og 22 volumprosent	kr 3,65	kr 3,47	kr 3,55	kr 3,61	kr 3,61	Per volumprosent og liter
Mellom 3,75 og 4,75 volumprosent	kr 16,37	kr 15,55	kr 15,89	kr 16,18	kr 16,18	Per liter
Mellom 2,75 og 3,75 volumprosent	kr 9,45	kr 8,98	kr 9,18	kr 9,35	kr 9,35	Per liter
Mellom 0,70 og 2,75 volumprosent	kr 2,51	kr 2,38	kr 2,43	kr 2,47	kr 2,47	Per liter
Mellom 0,00 og 0,70 volumprosent	kr 1,62	kr 1,54	kr 1,55	kr 1,58	kr 1,58	Per liter

Emballasjeavgift for 2005

Emballasjeavgiften er todelt og består av en fast grunnavgift og en variabel miljøavgift. Grunnavgiften per enhet er satt til kr 0,91 og den variable delen til kr 4,46.

Norsk GlassGjenvinning administrerer en godkjent returordning for glass. Den variable miljøavgiften reduseres med en beregnet prosentvis returandel. For tiden er returandelen på 90 %, og det svares derfor bare 10 prosent av avgiften. Per 1. januar 2005 utgjorde den variable miljøavgiften kr 0,44. Den samlede emballasjeavgiften for glass utgjør kr 1,35. For plast og BIB-produkter er den samlede emballasjeavgiften kr 3,60 per enhet. Det svares merverdiavgift av både alkoholavgift og emballasjeavgift.

Vinmonopolets butikker per 31.12.2004

- ◆ Diskbutikker
- ◆ Selvbetjente butikker

Hordaland (18)

- Askøy
- Bergen:
 - Arna
 - Bergen Storsenter
 - Fyllingsdalen
 - Nesttun
 - Strandgt.
 - Valkendorfsgt.
 - Vestkanten
 - Åsane
- Bømlo
- Husnes
- Knarvik
- Norheimsund
- Odda
- Os
- Sotra
- Stord
- Voss

Sogn og Fjordane (7)

- Florø
- Førde
- Måløy
- Nordfjordeid
- Sogndal
- Stryn
- Årdal

Nordland (14)

- Andenes
- Bodø:
 - Bodø City Nord
 - Sentrum
- Brønnøysund
- Fauske
- Leknes
- Mo i Rana
- Mosjøen
- Narvik
- Rognan
- Sandnessjøen
- Sortland
- Svolvær
- Ørnes

Troms (9)

- Bardufoss
- Finnsnes
- Harstad
- Skjervøy
- Storslett
- Storsteinnes
- Tromsø:
 - Langnes
 - Sentrum
 - Tromsdalen

Finmark (8)

- Alta
- Båtsfjord
- Hammerfest
- Honningsvåg
- Kautokeino
- Kirkenes
- Lakselv
- Vadsø

Møre og Romsdal (10)

- Kristiansund
- Molde
- Stranda
- Sunnalsøra
- Surnadal
- Ulsteinvik
- Ørsta
- Ålesund:
 - Moa Syd
 - Sentrum
- Åndalsnes

Sør-Trøndelag (13)

- Brekstad
- Hitra
- Kyrksæterøra
- Oppdal
- Orkanger
- Røros
- Støren
- Trondheim:
 - Byhaven
 - City Syd
 - Lade
 - Nedre Elvehavn
 - Munkegata
 - Valentinlyst

Nord-Trøndelag (7)

- Gronn
- Kolvereid
- Levanger
- Namsos
- Steinkjer
- Stjørdal
- Verdal

Buskerud (9)

- Buskerud Storsenter
- Drammen:
 - Bragernes
 - Strømsø
- Geilo
- Gol
- Hønefoss
- Kongsberg
- Røyken
- Vikersund

Hedmark (9)

- Elverum
- Flisa
- Hamar
- Kongsvinger
- Rena
- Rudshøgda
- Stange
- Trysil
- Tynset

Oppland (8)

- Dokka
- Dombås
- Fagernes
- Gjøvik
- Gran
- Lillehammer
- Otta
- Vinstra

Oslo (21)

- Alna
- Briskeby
- CC Vest
- Frogner
- Grunerløkka
- Holmlia
- Linderud
- Majorstuen
- Manglerud
- Møllergata
- Oslo City
- Oslo S
- Sandaker
- St. Hanshaugen
- Steen & Strøm
- Storo
- Stovner
- Theresesgt.
- Tveita
- Vika
- Økern

Akershus (19)

- Asker:
 - Holmensenteret
 - Sentrum
- Bjørkelangen
- Bærum:
 - Bekkestua
 - Kolsås
 - Sandvika
 - Østerås
- Drøbak
- Eidsvoll
- Jessheim
- Kolbotn
- Lørenskog
- Nesodden
- Nittedal
- Skedsmo:
 - Lillestrøm
 - Strømmen
- Ski
- Årnes
- Ås Vinterbro

Østfold (7)

- Askim
- Fredrikstad:
 - Gamlebyen
 - Torvbyen
- Halden
- Moss
- Rakkestad
- Sarpsborg

Rogaland (11)

- Bryne
- Egersund
- Haugesund
- Jørpeland
- Karmøy
- Sandnes:
 - Kvadrat
 - Sentrum
- Sauda
- Stavanger:
 - Hillevåg
 - Nytorget
 - Straensenteret

Vest-Agder (5)

- Farsund
- Flekkefjord
- Kristiansand:
 - Kongensgt.
 - Vestre Torv
- Mandal

Aust-Agder (6)

- Arendal
- Evje
- Grimstad
- Lillesand
- Risør
- Tvedestrand

Telemark (8)

- Bø
- Kragerø
- Notodden
- Porsgrunn
- Rjukan
- Skien
- Stathelle
- Vinje

Vestfold (6)

- Holmestrand
- Horten
- Larvik
- Nøtterøy
- Sandefjord
- Tønsberg

Butikkene

Vinmonopolets butikker er spredt over hele landet fra Mandal i sør og Honningsvåg i nord. Butikkenes omsetning varierer fra snaut 4 mill. kroner til drøyt 250 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 2004 ble det åpnet 7 nye selvbetjente butikker. I tillegg ble 31 butikker konvertert fra disk til selvbetjent i 2004.

Følgende butikker ble etablert i 2004:

Sted	Type butikk	Åpningsdato
Buskerud Storsenter	Selvbetjent	22. januar
Stange	Selvbetjent	13. mai
Båtsfjord	Selvbetjent	15. juli
Bodø City Nord	Selvbetjent	16. september
Verdal	Selvbetjent	21. oktober
Trondheim Lade	Selvbetjent	28. oktober
Ås Vinterbro	Selvbetjent	2. desember

De selvbetjente butikkene er 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.

Den fylkesvise planen gir følgende fordeling av butikkene:

Fylke	Antall 31.12.2004
Østfold	7
Akershus	19
Oslo	21
Hedmark	9
Oppland	8
Buskerud	9
Vestfold	6
Telemark	8
Aust - Agder	6
Vest - Agder	5
Rogaland	11
Hordaland	18
Sogn og Fjordane	7
Møre og Romsdal	10
Sør - Trøndelag	13
Nord - Trøndelag	7
Nordland	14
Troms	9
Finnmark	8
Sum	195

I 2004 ble det besluttet å etablere butikker på Skøyen og Ullevål i Oslo, Lena i Oppland, Lagunen i Bergen og Fræna i Møre og Romsdal. Problemer med å finne egnede lokaler til disse butikkene er årsaken til at de åpnes først i løpet av 2005.

Antall kunder i 2004

Vinmonopolets butikker hadde om lag 26,6 mill. kunder i 2004. Med et totalsalg på 63,3 mill. liter, gir det et gjennomsnitt på om lag 2,38 liter pr. kunde.

➤ Oversikt over butikkene

Per 1. januar 2005

Region ØST - 48 butikker – herav 36 selvbetjente

Bjørkelangen	selvbetjent
Dokka	
Dombås	selvbetjent
Eidsvoll	
Elverum	selvbetjent
Fagernes	selvbetjent
Flisa	selvbetjent
Geilo	selvbetjent
Gjøvik	selvbetjent
Gol	selvbetjent
Gran	
Hamar	selvbetjent
Jessheim	selvbetjent
Kongsvinger	
Lillehammer	selvbetjent
Lillestrøm	selvbetjent
Nittedal	selvbetjent
Oslo	
Alna	selvbetjent
Briskeby	
CC Vest	selvbetjent
Frogner	selvbetjent
Grünerløkka	
Holmlia	
Linderud	selvbetjent
Majorstuen	
Manglerud	selvbetjent
Møllergata	
Oslo City	selvbetjent
Oslo S	
Sandaker	selvbetjent
Steen & Strøm	selvbetjent
St.Hanshaugen	selvbetjent
Storo	selvbetjent
Stovner	selvbetjent
Thereses gt.	selvbetjent

Tveita	selvbetjent
Vika	selvbetjent
Økern	selvbetjent
Otta	
Rena*	selvbetjent
Rudshøgda	selvbetjent
Stange	selvbetjent
Strømmen	selvbetjent
Triaden, Lørenskog	selvbetjent
Trysil	selvbetjent
Tynset	selvbetjent
Vinstra	selvbetjent
Årnes	

Region SØR - 50 butikker – herav 35 selvbetjente

Arendal	
Asker	
Sentrum	selvbetjent
Holmensenteret	selvbetjent
Askim	selvbetjent
Buskerud Storsenter	selvbetjent
Bærum	
Bekkestua	selvbetjent
Kolsås	selvbetjent
Sandvika	
Østerås	selvbetjent
Bø	selvbetjent
Drammen	
Bragernes	selvbetjent
Strømsø	
Drøbak	
Evje	
Farsund	selvbetjent
Flekkefjord	
Fredrikstad	
Torvbyen	selvbetjent
Gamlebyen	

Grimstad	
Halden	selvbetjent
Holmestrand	selvbetjent
Horten	selvbetjent
Hønefoss	selvbetjent
Kolbotn	
Kongsberg	
Kragerø	selvbetjent
Kristiansand	
Kongensgt.	selvbetjent
Vestre Torv	
Larvik	selvbetjent
Lillesand	selvbetjent
Mandal	
Moss	
Nesodden	selvbetjent
Notodden	
Nøtterøy	selvbetjent
Porsgrunn	selvbetjent
Rakkestad	selvbetjent
Risør	
Rjukan	selvbetjent
Slemmestad	selvbetjent
Sandefjord	selvbetjent
Sarpsborg	selvbetjent
Ski	selvbetjent
Skien	selvbetjent
Stathelle	selvbetjent
Tvedestrand	selvbetjent
Tønsberg	selvbetjent
Vikersund	selvbetjent
Vinje	selvbetjent
Vinterbro	selvbetjent

Region VEST - 41 butikker
– herav 31 selvbetjente

Askøy	selvbetjent
Bergen	
Arna	selvbetjent
Bergen Storsenter	selvbetjent
Fyllingsdalen	selvbetjent
Nesttun	selvbetjent
Strandgaten	selvbetjent
Valkendorfs gate	
Vestkanten	selvbetjent
Åsane	selvbetjent
Bryne	selvbetjent
Bømlo	
Egersund	selvbetjent
Florø	
Førde	
Haugesund	selvbetjent
Husnes	selvbetjent
Jørpeland	selvbetjent
Karmøy	selvbetjent
Knarvik	selvbetjent
Måløy	selvbetjent
Nordfjordeid	
Norheimsund	selvbetjent
Odda	selvbetjent
Os	selvbetjent
Sandes	
Sandes Sentrum	selvbetjent
Kvadrat	selvbetjent
Sauda	selvbetjent
Sogndal	selvbetjent
Sotra	selvbetjent
Stavanger	
Straaen Senter	selvbetjent
Hillevåg	selvbetjent
Nytorget	
Stord	

Stranda*	selvbetjent
Stryn	selvbetjent
Ulsteinvik	selvbetjent
Voss	
Ørsta	
Ålesund	
Ålesund Sentrum	selvbetjent
Moa	
Årdal	selvbetjent

Region NORD - 56 butikker
– herav 40 selvbetjente

Alta	selvbetjent
Andenes	selvbetjent
Bardufoss	
Bodø	
Bodø City Nord	selvbetjent
Brekstad	selvbetjent
Brønnøysund	selvbetjent
Båtsfjord	selvbetjent
Fauske	selvbetjent
Finnsnes	selvbetjent
Grong	selvbetjent
Hammerfest	selvbetjent
Harstad	selvbetjent
Hitra	selvbetjent
Honningsvåg	
Kautokeino	selvbetjent
Kirkenes	selvbetjent
Kolvereid	
Kristiansund	
Kyrksæterøra	selvbetjent
Lakselv	
Leknes	
Levanger	selvbetjent
Mo i Rana	selvbetjent
Molde	selvbetjent
Mosjøen	

Namsos	
Narvik	selvbetjent
Oppdal	selvbetjent
Orkanger	
Rognan*	selvbetjent
Røros	selvbetjent
Sandnessjøen	selvbetjent
Skjervøy*	selvbetjent
Sortland	selvbetjent
Steinkjer	
Stjørdal	selvbetjent
Storslett	
Storsteinnes	selvbetjent
Støren	selvbetjent
Sunnalsøra	
Surnadal	selvbetjent
Svolvær	
Tromsø	
Langnes	selvbetjent
Sentrum	selvbetjent
Tromsdalen	selvbetjent
Trondheim	
Byhaven	selvbetjent
City Syd	selvbetjent
Lade	selvbetjent
Munkegaten	selvbetjent
Nedre Elvehavn	selvbetjent
Valentinlyst	selvbetjent
Vadsø	
Verdal	selvbetjent
Ørnes	selvbetjent
Åndalsnes	

*minipol

→ Årgang 2004



Etter et meget varmt år på den nordlige halvkule i 2003 med liten vinproduksjon, normaliserte forholdene seg i 2004. Året 2004 ser ut til å gi gode resultater i de aller fleste vinområder i verden. Det meldes riktignok om store avlinger, noe som kan vise seg å gå ut over kvaliteten.

FRANKRIKE 2004 ga en stor årgang i Frankrike, på ca 57 millioner hektoliter. Dette er en økning på 20 prosent fra året før. Selv om dette i volum bare ligger ca 3 prosent over det som er et normalt produksjonsår, vil dette kunne bli et problem i et land der man allerede sliter med overproduksjon.

BORDEAUX De som klarte å holde avlingene nede og som høstet sent, var de som klarte seg best dette året. Å holde avlingen nede kan være problematisk for vinbønder som allerede sliter økonomisk. Lav avling gir mindre vin å selge. Samtidig gir høy avling mindre konsentrerte druer, og dermed lavere kvalitet. Man ser at de som ikke begrenset avlingen fikk problemer med å holde kvaliteten oppe på et høyt nivå. De store anerkjente slottene gjorde riktignok dette, og vi kan forvente viner av høy kvalitet herfra.

De hvite vinene av Sauvignon Blanc ser ut til å bli meget gode, mens de Merlot-baserte røde fra for eksempel Pomerol har også klart seg bra. Sauternes har en liten avling, men ikke av helt topp kvalitet.

BURGUND I Burgund var ikke vinbøndene særlig optimistiske i slutten av august. Etter en stor blomstring var juli og august kjølige og våte. Men i september og oktober snudde det, og månedene ga varmt vær og mye solskinn. Pinot Noir og Chardonnay ble høstet med høyt sukkerinnhold, men noen slet med lav fysiologisk modning. Sortering av druene var derfor ekstra viktig i år. Også i Burgund var avlingen stor, og fjerning av druer

gjennom vekstsesongen viktig (green harvest). Den 23. august haglet det, og deler av området var spesielt berørt, særlig Volnay og Pommard, men også deler av Côte de Nuits opp til Gevrey-Chambertin. Generelt er dommen at vinene fra 2004 er typiske og uttrykker Burgunds terroir på en god måte. Chablis var mest heldige, og Côte de Nuits mer vellykket enn Côte de Beaune.

CHAMPAGNE Druéhøsten i Champagne ble enormt stor, nesten dobbelt så stor som i et normalt år. «Den største noensinne» har talsmenn fra offisielle organ uttalt. Kvaliteten ser faktisk også ut til å være god, med god modning på druene, men også høyt syreinnhold som er viktig for regionens viner. Pinot Meunier og Chardonnay ser riktignok ut til å ha klart seg bedre enn Pinot Noir.

RHÔNE En varm periode fra mai til juli førte til et tidlig høyt sukkerinnhold i druene i Rhône-dalen. Regn i august hjalp til med å senke farten på modningen, og årgangen sluttet med en varm og fin september. Vinbøndene som høstet sent fikk fordeler av godt modne druer også aroma og strukturmessig. Flere sammenligner 2004 med en klassisk årgang som 1999 i sør og 2001 i nord.

LANGUEDOC-ROUSSILLON Tilbakemeldingene fra Languedoc-Roussillon er delte. Avgjørende for resultatene er hvordan vinbøndene har gjort det på markene. De med lave avlinger klarte seg bra, men mange andre var sterkt plaget av råte etter en kjølig og fuktig august. Særlig appellasjonene for hvitvin slet. Druene ga flere steder ikke nok modning for aromaene til fullt ut å utvikle

seg. De røde vinene ser ut til å ha klart seg bedre, men vil ofte være viner for tidlig konsum, og ikke for lengre lagring. Dette gjelder særlig i sør. I Languedoc ser de røde druene, som blant annet Grenache til å ha klart seg bedre.

ITALIA Også i Italia hadde 2004-årgangen mange av de samme karakteristika som for store deler av Frankrike; en stor produksjon, som blir betegnet som god takket være varmt og solrikt vær i september. I nord, i Piemonte, startet man innhøstingen av Nebbiolodruen i begynnelsen av oktober. Flere av de berømte vinhusene i Barolo og Barbaresco forteller om veldig flotte druer, på høyde med det man så på slutten av 1990-tallet. Fra Toscana meldes det også om en meget god årgang. Druerhøsten var noe senere enn normalt, men kvaliteten er gjennomgående bra. Flere produsenter kuttet ned så mye som halvparten av druene under «green harvest» for å sikre nok konsentrasjon. I sør er meldingene mindre oppløftende enn i nord. Sicilia ser ut til å ha laget sunne og godt balanserte viner, for tidlig konsum, mens i Campania har noen dyrkere hatt problemer med bl.a. Nero d'Avola og Syrah. Generelt er produksjonen i Italia steget med ca 20 prosent i forhold til året før.

SPANIA En mild vinter, fulgt av en regnfull vår og en kald sommer ga en senere enn normal høst de fleste steder i Spania. I Rioja er avlingen noe mindre enn i 2003, men stort sett av bedre kvalitet. Likevel var 2004 et vanskelig år for mange her, og Tempranillodruen ga et noe ujevnt resultat. I Ribera del Duero er de mer optimistiske, og i Penedes ga godt vær i september god modning til druer som Macabeo, Monastrell og Xarello. Cabernet Sauvignon og Merlot ser også ut til å gi veldig gode viner. Fra Priorato meldes det om at de gamle druestokkene ga gode resultater, mens de yngre stokkene ikke ga så godt modne druer. Rías Baixas og La Mancha er kanskje de områdene som har gjort det aller best i Spania i 2004.

PORTUGAL Etter to år med spesielle forhold var 2004 et mer normalt år i forhold til vær og kvalitet. I Dao og Douro ga Touriga Nacional spesielt gode viner, uten det noe syltetøyaktige man kan finne fra årgangen før. Generelt ga årgangen gode og sunne røde viner, med god balanse. Etter en fin vår kom det hetebølge i juli, særlig i sør, som ga bekymring. Den var heldigvis kort, og august brakte med seg kaldt vær og en god del nedbør. En varm og solrik september ga modne og sunne druer. Rapportene sier at de blå druene, som høstes senere, klarte seg bedre enn de grønne.

TYSKLAND Temperaturene i juni, juli og august var høyere enn i et normalt år, men ikke så varme som i 2003. Rheingau, Mosel og Nahe fikk godt med nedbør denne sommeren, men det var noe tørrere i andre områder. Generelt ser 2004 ut til å være et meget godt Rieslingår, med flott syre og rene aromaer. Kvantiteten ligger de fleste områder som på et normalt år. Vi kan vente oss elegante, klassiske rieslingviner fra 2004, som produsentene sammenligner med gode årganger som 2001 og 2002. Men vi kan ikke vente oss å finne mange edelsøte viner, for muggsoppen Botrytis kom sent eller var fra-værende mange steder, som gjør det vanskelig å lage beerenauslese og trockenbeerenauslese.

ØSTERRIKE Produsentene som lager søt vin i Burgenland var meget godt fornøyd i 2004 på grunn av gode forhold for Botrytis. Vi kan vente oss gode beerenausleser og trockenbeerenausleser herfra. Områdene som lager tørr hvitvin, som Wachau, hadde det tøffere. Blomstringen var sen og temperaturene var generelt lave gjennom vekstsesongen.

UNGARN Det ser ikke ut til å ha vært et spesielt godt vinår i Ungarn, særlig for de blå druene. De hvite derimot er det større optimisme knyttet til. Både Chardonnay og Sauvignon Blanc ser ut til å gi gode viner, og de musse-

rende vinene laget av Chardonnay får gode skussmål. Det var en kjølig vår, som utsatte blomstringen i forhold til normalt. Også høsten var relativt kjølig, som førte til en noe senere innhøsting enn vanlig. Produksjonen ligger omtrent på samme nivå som i 2003. I Tokay var høsten mer vellykket hos produsentene i sør enn i nord.

USA Varm og kort kan på mange måter beskrive 2004-årgangen i California. En hetebølge førte til en veldig tidlig høst, nesten en hel måned før normalt. Mens høsten vanligvis er over i oktober var den i 2004 ferdig i september. Innhøstet volum varierer etter druetype og region, men generelt var avlingen lavere enn i 2003. Kvaliteten ser ut til å være meget god, men en del produsenter er bekymret for tanninkvalitet og -innhold. Chardonnay og Sauvignon Blanc ser ut til å ha gjort det spesielt godt.

CHILE Fra Chile meldes det om en relativt liten innhøstning, ned ca 10 prosent fra året før. Sommeren var varm og tørr, og druene modnet raskt. Kvaliteten ser ut til å ha blitt god, med druer med tykt skall og godt med aroma.

SØR-AFRIKA I Cape-regionen begynte innhøstingen i midten av januar 2004. Det kalde desemberværet førte til at innhøstingen startet noe senere enn normalt, men en kort, varm hetebølge i januar satte fart på ting. En del vinbønder hadde problemer med ujevn modning, noe som resulterte i innhøsting i flere omganger. Sammenlignet med 2003 ble resultatet 1 prosent lavere i 2004.

AUSTRALIA 2003-årgangen i Australia var ekstremt lav på grunn av tørke. 2004-årgangen er derfor i produksjonstall hele 28 prosent større. Det overproduseres rødvinn Australia, så selv om kvaliteten ser ut til å overgå 2003-årgangen vil nok prisene internasjonalt synke. I Hunter Valley spilte regnet dyrkerne et puss under innhøstningen. Motsatt fikk Clare Valley, Longhorne Creek og Riverland for mye sol, og vinene kan ha blitt for varme. Yarra

Valley, Margaret River og Coonawarra gjorde det alle godt.

NEW ZEALAND New Zealand hadde en rekordhøst i 2004. Avlingen lå nesten tre ganger over et normalår, og over 100 prosent høyere enn den magre 2003-årgangen. Marlborough, Hawke's Bay og Gisborne er områder som alle ga god kvalitet. Både Chardonnay og Sauvignon Blanc har gitt gode viner.



Statistikk

Tabell 1. Solgte varemengder ¹ 1995-2004, hovedvaretype, 1000 liter

År	Totalt	Brennevin ²	Sterkvin ³	Svakvin ⁴	Øl ⁵	Alkoholfritt ⁶
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	58 871	11 188	1 220	45 694	708	81
2003	60 985	11 538	1 141	47 529	697	80
2004	63 338	11 389	1 098	50 064	705	83

Tabell 2. Solgte varemengder 2000-2004, hovedvaretype og alkoholinnhold, 1000 liter

Varegruppe	2000	2001	2002	2003	2004
Brennevin ²	9 119	9 027	11 188	11 538	11 389
Over 22 volumprosent	8 262	8 047	8 768	9 863	10 363
15-22 volumprosent	732	851	1 024	1 109	954
7-14,99 volumprosent	92	42	45	48	28
Under 7 volumprosent	33	87	1 351	517	43
Sterkvin ³	1 308	1 224	1 200	1 141	1 098
15-22 volumprosent	436	413	412	417	807
Under 15 volumprosent	872	811	788	724	291
Svakvin⁴	41 939	43 183	45 694	47 529	50 064
Øl ⁵	647	655	708	697	705
Alkoholfritt/lettvin ⁶	86	78	81	80	83
I alt	53 099	54 167	58 871	60 985	63 338

Tabell 3. Solgte mengder brennevin ² 2000-2004, ulike varettyper, 1000 liter

Varetypenavn	2000	2001	2002	2003	2004
Vodka ⁷	2 828	2 695	2 975	3 374	3 566
Druebrennevin	2 302	2 251	2 462	2 804	2 919
Cognac	1 325	1 386	1 618	1 901	2 022
Annet druebrennevin	977	865	844	903	897
Whisky	1 107	1 054	1 098	1 202	1 231
Skottland	850	816	840	916	940
Maltwhisky	43	38	42	50	69
Øvrig skotsk whisky	807	778	798	866	870
Irland	76	80	91	111	120
Canada	140	122	124	128	118
USA	40	37	42	48	53
Likør	851	874	998	1 091	1 047
Creamlikør	415	445	542	590	562

Varetypenavn	2000	2001	2002	2003	2004
Urtelikør	113	108	112	122	133
Sitruslikør	71	70	74	82	84
Kaffe og kakaolikør	71	69	69	69	58
Annen likør	181	182	201	228	210
Akevitt	810	823	897	1 003	1 040
Gin	370	376	426	479	506
Bitter	357	357	388	434	445
Rom	94	105	128	148	136
Hvit rom	75	83	102	114	102
Brun rom	19	21	26	34	35
Fruktbrennevin	47	48	51	55	59
Tequila	39	38	40	43	44
Calvados	7	9	11	12	14
Genever	47	42	39	39	37
Øvrig brennevin	306	403	1 726	909	402
Brennevinsbasert alkopops	33	87	1 351	517	43
Annet øvrig brennevin	273	316	375	392	358
Totalt	9 119	9 028	11 188	11 538	11 389

Tabell 4. Solgte mengder sterkvin ³ 2000-2004, 1000 liter

Sterkvin	2000	2001	2002	2003	2004
Vermut	872	811	791	725	680
Sherry	267	248	235	226	218
Portvin	143	134	137	140	140
Madeira	14	13	13	14	14
Annen sterkvin	12	18	24	36	46
Sterkvin, totalt	1 308	1 224	1 200	1 141	1 098

Tabell 5. Solgte mengder svakvin ⁴ etter varetype, land og distrikt, 2000-2004, 1000 liter

Land	2000	2001	2002	2003	2004
Rødvin	30 306	31 151	32 460	34 950	36 807
Frankrike	7 141	8 382	9 665	9 768	8 423
Languedoc-Roussillon ⁸	4 360	5 274	6 526	6 496	5 080
Rhône ⁸	720	630	670	601	1 179
Bordeaux	496	648	380	395	385
Burgund	165	165	204	209	195
Andre franske	1 401	1 666	1 886	2 067	1 584
Italia	5 931	6 050	6 824	7 330	7 085
Puglia	3 921	3 127	3 005	3 359	2 959
Veneto	788	969	978	961	1 054
Abruzzo	512	679	829	717	789
Toscana	342	421	473	460	514
Piemonte	59	99	148	236	338
Andre italienske	310	755	1 391	1 597	1 431
Spania	4 801	5 120	5 769	6 227	6 091
Rioja	1 254	1 473	1 609	1 570	1 412
Catalonia	1 466	1 525	1 360	1 120	1 006

Land	2000	2001	2002	2003	2004
Navarra	306	312	348	346	525
Andre spanske	1 775	1 809	2 452	3 191	3 148
Chile	6 346	5 765	4 807	4 460	4 418
Australia	1 825	1 669	1 611	2 247	3 099
Portugal	984	1 065	1 199	1 461	2 401
Sør-Afrika	669	845	747	1 421	2 285
Argentina	192	221	177	552	1 452
USA	592	668	684	731	897
Ungarn	165	205	211	228	228
Bulgaria	668	387	263	160	107
Andre land	992	774	503	365	321
Hvitvin	9 003	9 402	10 353	10 812	11 497
Frankrike	2 612	2 828	3 314	3 684	3 752
Burgund	180	228	450	634	631
Loire	224	301	332	379	313
Alsace	146	159	183	200	215
Bordeaux	182	171	173	176	179
Andre franske	1 881	1 968	2 174	2 295	2 414
Tyskland	3 458	3 495	3 645	3 497	3 665
Rhin	1 882	1 902	1 840	1 866	1 924
Mosel-Saar-Ruwer	1 530	1 573	1 792	1 616	1 715
Andre tyske	47	20	13	15	26
Ungarn	384	445	688	939	986
Italia	390	727	838	892	936
Australia	560	529	509	426	514
Spania	498	497	496	449	454
Sør-Afrika	105	93	80	87	278
Chile	346	270	260	247	233
Argentina	6	4	7	88	151
USA	149	119	114	126	145
Portugal	102	96	138	130	112
Andre land	393	298	265	247	271
Musserende vin	1 090	1 077	1 138	1 139	1 243
Spania	446	429	418	396	413
Italia	345	342	364	330	353
Frankrike	218	223	238	271	308
Champagne	94	97	102	121	139
Andre franske	125	126	136	150	169
Andre land	81	82	118	143	167
Rosévin	186	188	204	233	283
Frankrike	58	62	68	83	110
Portugal	101	88	84	78	71
Andre rosé	27	38	53	72	102
Fruktvin	985	996	1 066	199	97
Cider	685	747	812	89	1
Annen fruktvin	300	249	254	110	96
Aromatisert svakvin	339	341	446	172	112
Musserende fruktvin	19	18	17	17	18
Øvrig svakvin	11	9	9	8	8
Totalt	41 939	43 183	45 694	47 529	50 064

Tabell 6. Butikkenes omsetning 2004 (SB = selvbetjening)

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kroner)						Alkohol- fritt	
	Liter i alt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	Øl			
Alta	48 263	271 945	65 685	2 685	198 122	5 068	384	
Andenes	11 563	63 778	17 276	925	44 411	1 019	147	
Arendal	76 344	499 410	80 877	9 142	405 062	3 713	617	
Asker	181 020	1 251 230	132 148	18 291	1 089 064	10 574	1 153	
Asker sentrum	83 582	577 577	64 646	8 743	498 510	4 980	698	
Holmensenteret	97 438	673 653	67 502	9 549	590 554	5 594	455	
Askim, ombygget 6/5, SB	52 344	292 268	78 476	7 573	202 196	3 513	509	
Askøy, ombygget 13/2, SB	30 690	193 057	36 411	2 086	151 910	2 274	375	
Bardufoss	23 091	129 006	32 161	1 728	93 528	1 414	175	
Bergen	658 862	4 266 412	650 342	58 396	3 503 715	48 081	5 879	
Arna	31 772	194 735	39 461	2 377	149 368	3 210	319	
Bergen Storsenter	121 769	788 728	120 731	11 363	642 801	12 725	1 109	
Fyllingsdalen	74 199	492 992	75 122	6 216	406 814	4 311	528	
Nesttun	136 474	909 816	113 782	12 909	773 678	8 418	1 029	
Strandgt.	47 844	307 502	43 449	4 330	256 008	3 072	643	
Valkendorfsgt.	64 142	385 131	64 987	5 685	310 508	3 527	425	
Vestkanten	73 725	468 089	83 299	6 127	371 870	5 914	880	
Åsane	108 936	719 419	109 512	9 389	592 669	6 903	946	
Bjørkelangen	22 201	114 236	37 524	3 391	71 156	1 981	184	
Bodø	121 109	739 571	138 884	9 112	583 990	6 478	1 107	
Moloveien	89 002	547 366	101 156	6 675	435 568	3 259	709	
Bodø City Nord, åpnet 16/9, SB	32 108	192 204	37 728	2 437	148 422	3 219	398	
Brekstad, ombygget 1/4, SB	24 786	135 537	38 064	3 267	91 521	2 497	188	
Bryne	44 257	268 056	55 959	3 509	205 431	2 659	499	
Brønnøysund	24 935	133 982	38 109	2 415	91 534	1 762	163	
Buskerud Storsenter, åpnet 22/1, SB	67 239	405 581	85 614	9 856	304 768	4 646	698	
Bærum	294 286	2 005 060	221 187	39 254	1 728 836	14 278	1 506	
Bekkestua	95 407	649 170	64 436	11 510	568 573	4 153	499	
Kolsås, ombygget 9/9, SB	69 231	473 444	58 277	7 975	402 637	4 196	360	
Sandvika	59 745	403 464	6 078	7 857	346 276	2 900	354	
Østerås, flyttet 22/6, SB	69 903	478 981	52 395	11 912	411 351	3 029	293	
Bø i Telemark, ombygget 11/11, SB	31 005	179 950	44 857	3 742	128 369	2 737	244	
Bømlo	10 549	68 279	12 365	652	54 271	857	135	
Båtsfjord, åpnet 15/7, SB	2 924	14 797	4 786	225	9 414	344	29	
Dokka	19 631	105 697	31 288	3 180	69 639	1 447	143	
Dombås	12 488	70 011	18 253	1 377	49 341	948	91	
Drammen	173 535	1 067 548	197 483	24 898	831 394	12 514	1 259	
Bragernes	109 351	684 490	116 390	15 401	543 292	8 588	818	
Strømsø	64 184	383 058	81 092	9 497	288 102	3 926	441	
Drøbak	45 797	304 073	41 636	4 598	255 554	2 051	233	
Egersund, ombygget 13/5, SB	26 421	154 614	35 528	2 796	113 806	2 084	400	
Eidsvoll	25 605	143 157	37 836	3 366	100 018	1 721	216	
Elverum, ombygget 29/4, SB	54 569	318 237	73 379	7 311	234 467	2 692	388	
Evje	14 278	81 535	21 817	1 384	56 610	1 609	114	
Fagernes	51 206	292 335	71 376	6 577	210 714	3 319	349	
Farsund	21 144	130 395	26 337	2 160	99 682	2 011	206	
Fauske	43 108	252 792	59 774	3 630	185 297	3 723	367	
Finnsnes, flyttet 12/5, SB	34 482	192 196	48 874	2 276	137 110	3 559	377	
Flekkefjord	20 051	119 839	28 457	1 461	88 307	1 424	191	
Flisa	22 386	114 727	38 368	3 669	71 118	1 395	177	

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kroner)						Alkohol- fritt
	Liter i alt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	Øl		
Florø	25 631	143 329	36 273	1 485	103 961	1 466	144
Fredrikstad	135 968	817 337	175 315	20 598	609 960	10 088	1 376
Gamlebyen	30 195	177 758	40 779	4 121	130 485	2 107	266
Torvbyen	105 772	639 579	134 536	16 477	479 476	7 981	1 110
Førde	53 595	312 278	74 243	3 903	226 735	6 975	422
Geilo	24 417	152 219	22 692	1 971	126 303	1 114	139
Gjøvik	117 053	678 983	162 018	15 778	495 103	5 156	929
Gol, ombygget 25/3, SB	39 851	233 143	53 771	4 288	171 836	2 844	404
Gran	42 200	233 725	61 897	6 480	162 395	2 619	335
Grimstad	36 880	245 616	35 117	4 478	203 398	2 125	497
Grong	9 863	51 649	16 136	1 088	33 455	859	111
Halden, flyttet 26/5, SB	33 761	192 797	49 017	5 101	134 518	3 846	314
Hamar	121 597	739 687	145 683	16 685	569 425	6 923	970
Hammerfest	32 343	170 760	49 278	2 003	116 333	2 701	445
Harstad	76 006	452 791	94 809	5 679	346 345	5 330	627
Haugesund	128 876	796 245	152 032	11 556	625 909	5 240	1 509
Hitra	15 498	81 312	25 642	1 913	52 740	901	116
Holmestrand	38 363	232 793	48 526	5 749	176 163	2 071	285
Honningsvåg	12 336	61 671	20 917	664	39 380	664	45
Horten, ombygget 12/3, SB	56 776	351 182	68 541	7 351	272 597	2 420	274
Husnes, ombygget 18/6, SB	19 029	114 180	25 232	1 363	85 819	1 621	145
Hønefoss	78 438	472 728	100 037	10 887	356 034	5 219	552
Jessheim	74 334	445 327	94 849	7 540	336 056	6 180	703
Jørpeland	19 708	116 856	26 493	2 267	86 537	1 312	248
Karmøy	34 002	205 798	44 490	2 740	156 360	1 798	410
Kautokeino	3 663	18 023	6 915	132	10 104	836	36
Kirkenes	25 364	143 654	36 340	2 487	103 115	1 507	205
Knarvik	41 524	250 674	55 121	3 119	188 736	3 297	401
Kolbotn	48 846	327 217	41 287	5 129	277 818	2 654	330
Kolvereid	16 934	87 344	28 017	1 953	56 418	856	101
Kongsberg	57 583	354 329	64 817	7 176	278 910	3 020	407
Kongsvinger	32 863	167 420	55 028	5 392	104 670	2 133	199
Kragerø, ombygget 18/6, SB	32 573	211 359	35 720	2 906	171 693	836	205
Kristiansand	176 440	1 176 956	169 973	17 583	975 682	12 159	1 560
Kongensgate	124 639	842 374	112 288	11 898	707 432	9 647	1 109
Vestre Torv	51 801	334 582	57 685	5 685	268 250	2 511	451
Kristiansund N.	64 245	365 316	88 601	7 783	265 662	2 837	435
Kyrksæterøra	12 205	65 501	19 510	1 352	42 960	1 588	91
Lakselv	13 028	69 663	19 480	630	48 229	1 226	98
Larvik	88 699	565 229	96 584	12 735	450 704	4 296	909
Leknes	28 310	150 586	42 977	2 394	103 316	1 655	244
Levanger	46 871	277 408	62 718	5 694	205 724	2 987	285
Lillehammer	89 995	560 137	104 333	9 877	440 767	4 355	805
Lillesand	28 680	189 408	28 819	3 152	155 463	1 676	297
Lørenskog, Triaden	97 345	614 908	102 049	10 546	492 834	8 754	725
Mandal	37 856	237 891	44 917	4 061	185 227	3 222	464
Mo i Rana	76 261	451 346	100 402	7 753	336 706	5 930	555
Molde	96 680	587 112	119 508	9 136	450 133	7 435	901
Mosjøen	34 614	194 367	47 425	3 208	139 313	4 214	208
Moss	94 826	579 905	111 753	12 482	448 704	6 142	824
Måløy, ombygget 30/4, SB	19 432	103 525	29 932	1 627	70 390	1 397	179

Butikknavn	Brutto omsetning					Alkohol-	
	(1000 kroner)	Liter i alt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	Øl	fritt
Namsos	38 080	213 379	54 785	5 341	151 119	1 935	199
Narvik	63 442	367 149	84 603	5 406	272 649	3 967	523
Nesodden	38 661	267 275	29 449	3 995	230 526	3 121	185
Nittedal	33 602	211 483	38 662	3 840	165 397	3 327	257
Nordfjordeid	21 159	121 986	29 958	1 899	86 868	3 110	152
Norheimsund, ombygget 2/12, SB	17 810	109 221	21 723	1 112	84 705	1 537	144
Notodden	27 541	163 782	36 887	3 723	121 945	981	247
Nøtterøy	85 219	564 809	78 048	12 247	471 753	2 199	562
Odda, ombygget 2/7, SB	24 355	148 314	32 207	2 745	110 495	2 680	187
Oppdal	29 847	171 877	38 847	2 817	127 803	2 167	243
Orkanger	39 272	217 421	55 764	4 423	154 425	2 444	365
Os, ombygget 12/3, SB	36 550	231 601	40 886	2 829	185 403	2 147	338
Oslo	1 820 990	11 682 406	1 453 316	188 266	9 901 863	125 790	13 172
Alna, flyttet 30/9, SB	36 761	232 476	34 394	3 359	191 302	3 153	267
Briskeby	80 696	488 986	38 658	8 354	438 005	3 646	324
CC Vest	254 576	1 719 628	127 433	27 977	1 550 323	12 825	1 069
Frogner	86 548	552 240	49 130	10 041	489 236	3 351	482
Grünerløkka	53 632	347 905	49 578	3 280	287 751	6 886	410
Holmlia	36 303	245 272	34 978	4 537	203 267	2 295	194
Linderud	66 858	411 873	81 532	7 999	317 331	4 365	647
Majorstuen	91 386	624 886	70 239	13 737	536 418	4 088	404
Manglerud	142 001	930 591	132 409	17 035	769 566	10 906	676
Møllergata	42 068	276 043	31 542	3 541	237 397	3 235	328
Oslo City	135 032	849 334	134 226	13 173	689 622	11 198	1 115
Oslo S	37 301	229 162	43 383	3 408	179 615	2 600	155
Rommen, kundesenter	72 334	397 412	41 701	5 803	344 513	2 675	2 720
Sandaker, flyttet 25/11, SB	44 240	280 396	44 225	4 865	227 088	3 898	321
St. Hanshaugen	35 305	237 834	28 097	2 622	203 658	3 253	204
Steen & Strøm	63 148	401 154	44 491	5 802	346 991	3 435	435
Storo	142 129	952 670	105 940	14 113	819 526	11 863	1 227
Stovner	77 338	471 913	95 703	8 283	358 893	8 594	441
Thereses gate	72 385	497 290	42 736	6 587	442 294	5 307	367
Tveita	78 513	498 401	88 916	10 387	391 462	7 114	523
Vika	105 408	640 919	54 321	7 301	573 296	5 447	554
Økern	67 027	396 020	79 683	6 061	304 310	5 656	311
Otta	25 417	141 619	38 170	3 085	98 870	1 316	179
Porsgrunn	91 340	566 891	108 951	12 264	440 097	4 800	778
Rakkestad	17 511	94 283	27 883	2 205	62 551	1 454	191
Rena	10 820	61 941	15 702	1 628	44 095	465	50
Risør	18 977	128 293	18 719	1 965	106 684	721	205
Rjukan	16 891	96 922	23 739	2 188	69 813	1 023	158
Rognan	9 254	53 453	13 245	921	38 175	1 048	65
Rudshøgda, ombygget 9/9, SB	52 686	301 356	75 241	7 765	215 857	2 159	333
Røros	23 950	134 152	33 203	2 360	96 678	1 723	188
Sandefjord	115 684	735 854	120 625	16 315	593 863	3 807	1 244
Sandnes	227 010	1 474 108	223 215	18 843	1 215 719	14 663	1 667
Kvadrat	145 644	961 269	130 725	10 892	808 535	10 024	1 094
Sentrum	81 366	512 838	92 491	7 951	407 184	4 640	573
Sandnessjøen	28 836	166 332	40 194	2 978	120 680	2 223	258
Sarpsborg	74 954	421 023	110 652	12 969	288 605	8 054	742
Sauda, ombygget 18/11, SB	14 017	81 922	20 469	1 345	59 255	741	112

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kroner)						Alkohol- fritt
	Liter i alt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	Øl		
Skedsmo	166 892	1 017 540	194 240	17 654	790 131	14 171	1 343
Lillestrøm	81 193	481 349	97 893	8 730	367 823	6 241	663
Strømmen	85 699	536 190	96 348	8 924	422 308	7 930	681
Ski	114 716	747 595	115 075	11 504	611 464	8 476	1 075
Skien, flyttet 5/10, SB	73 253	456 525	86 142	10 515	355 220	4 060	588
Skjervøy	5 503	28 636	9 202	298	18 574	540	23
Slemmestad, ombygget 19/2, SB	48 808	319 693	50 806	4 778	259 860	3 866	383
Sogndal, ombygget 17/6, SB	29 404	174 858	39 950	1 935	128 519	4 138	316
Sortland, flyttet 28/10, SB	55 783	316 794	79 864	4 054	228 898	3 504	473
Sotra	40 164	254 218	47 029	2 894	200 633	3 135	527
Stange, åpnet 13/5, SB	15 225	85 065	22 221	2 313	59 388	964	179
Stathelle	37 623	237 826	44 928	4 159	186 499	1 951	289
Stavanger	267 943	1 748 406	264 969	28 429	1 437 456	15 577	1 976
Hillevåg	120 423	808 045	118 516	13 021	668 529	6 830	1 148
Nytorget	46 900	285 669	57 332	5 320	220 728	1 965	324
Straensenteret	100 619	654 693	89 120	10 087	548 199	6 782	505
Steinkjer	56 418	320 423	80 300	6 588	229 891	3 189	456
Stjørdal	61 075	351 664	84 583	6 066	256 209	4 315	490
Stord	38 328	246 062	42 822	2 983	197 555	2 431	271
Storslett	15 622	79 850	24 709	1 122	52 500	1 404	116
Storsteinnes	10 191	52 753	16 562	691	33 778	1 626	97
Stranda	8 926	53 610	11 997	668	39 584	1 340	20
Stryn	18 636	104 921	26 842	1 558	74 214	2 097	210
Støren, ombygget 25/11, SB	13 732	71 189	22 019	1 439	46 912	714	105
Sunnalsøra	22 675	123 711	33 475	2 216	86 496	1 385	139
Surnadal	17 507	93 103	28 175	1 984	60 552	2 282	110
Svolvær	28 408	163 617	37 998	3 182	120 443	1 837	157
Tromsø	207 360	1 253 646	231 540	14 020	981 791	24 279	2 015
Langnes	84 113	523 665	88 065	4 715	419 584	10 504	796
Tromsdalen	53 809	316 805	64 640	3 818	241 344	6 460	542
Tromsø sentrum	69 438	413 176	78 835	5 487	320 863	7 315	676
Trondheim	508 802	3 100 533	588 708	56 483	2 416 754	35 000	3 589
Byhaven	79 825	482 626	89 955	9 474	377 019	5 593	585
City Syd	122 490	732 106	157 215	12 805	554 917	6 346	823
Lade, åpnet 28/10, SB	18 440	104 519	23 350	2 059	75 380	3 598	132
Munkegata	57 732	344 176	73 271	6 734	261 022	2 743	406
Nedre Elvehavn	70 284	440 427	69 556	6 526	359 144	4 664	537
Valentinlyst	160 030	996 680	175 361	18 886	789 272	12 057	1 105
Trysil, ombygget 30/9, SB	19 713	107 910	28 681	2 218	75 389	1 499	124
Tvedestrand	26 875	175 091	29 428	3 437	140 440	1 481	305
Tynset, ombygget 16/9, SB	26 778	145 745	40 751	3 080	99 867	1 812	235
Tønsberg	94 978	613 203	98 413	11 788	498 877	3 498	627
Ulsteinvik	29 585	177 341	37 469	2 248	134 048	3 352	224
Vadsø	16 530	96 043	22 768	1 062	70 664	1 389	160
Verdal, åpnet 21/10, SB	8 963	45 658	13 987	1 005	29 249	1 336	81
Vikersund, ombygget 26/11, SB	26 027	150 181	36 476	3 907	107 928	1 650	221
Vinje	13 251	73 822	19 795	1 511	50 082	2 321	113
Vinstra, ombygget 11/11, SB	26 454	146 193	39 393	2 661	102 968	957	215
Vinterbro, åpnet 2/12, SB	8 561	49 420	9 516	797	37 689	1 331	88
Voss	37 225	224 870	46 959	2 441	170 682	4 516	273
Ørnes	15 927	88 419	23 061	1 280	62 465	1 389	224
Ørsta	27 105	169 711	33 172	2 023	130 144	4 180	192

Butikknavn	Brutto omsetning					Alkohol-	
	(1000 kroner)	Liter i alt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	øl	fritt
Ålesund	159 197	990 000	178 752	13 722	787 138	9 064	1 323
Moa Syd	85 556	541 753	94 249	6 982	434 196	5 655	671
Sentrum	73 641	448 247	84 503	6 740	352 942	3 409	653
Åndalsnes	16 169	93 953	21 648	1 985	68 820	1 367	133
Årdal	14 502	76 878	22 586	1 204	51 846	1 142	101
Årnes	27 596	151 434	40 184	3 529	105 727	1 744	250
Totalt	10 243 831	63 337 956	11 388 703	1 097 705	50 064 230	704 781	82 538

Tabell 7a. Leverandørenes markedsandel 2004, totalt salg, 1000 liter

Nr	Leverandør	Liter	Andel
1	Arcus	10 156	16,0 %
2	Vectura AS	4 617	7,3 %
3	Engelstad Vin og Brennevin	4 404	7,0 %
4	Ekjord AS	3 979	6,3 %
5	Strøm AS	3 382	5,3 %
6	Amundsen AS	3 308	5,2 %
7	Haugen-Gruppen AS	2 719	4,3 %
8	Stenberg & Blom AS	2 408	3,8 %
9	Best Buys International AS	2 037	3,2 %
10	Brand Partners AS	1 976	3,1 %
11	Vinarius AS	1 831	2,9 %
12	Bibendum AS	1 706	2,7 %
13	Eurowine AS	1 697	2,7 %
14	Robert Prizelius AS	1 659	2,6 %
15	Bacardi Martini AS	1 640	2,6 %
	Andre	15 820	25,0 %
	Totalt	63 338	100,0 %

Tabell 7c. Leverandørenes markedsandel 2004, brennevin, 1000 liter

Nr	Leverandør	Liter	Andel
1	Arcus	4 286	37,6 %
2	Diageo Norway AS	1 516	13,3 %
3	Amundsen AS	876	7,7 %
4	Bacardi Martini AS	863	7,6 %
5	Maxxium Norge AS	689	6,0 %
6	Haugen-Gruppen AS	585	5,1 %
7	Robert Prizelius AS	396	3,5 %
8	Company of Spirits	360	3,2 %
9	Allied Domecq Spirit & Wine AS	279	2,4 %
10	Ekjord AS	240	2,1 %
11	Stenberg & Blom AS	237	2,1 %
12	Brand Partners AS	188	1,7 %
13	Vectura AS	145	1,3 %
14	Strøm AS	115	1,0 %
15	Bibendum AS	91	0,8 %
	Andre	521	4,6 %
	Totalt	11 389	100,0 %

Tabell 7b. Leverandørenes markedsandel 2004, svakvin, 1000 liter

Nr	Leverandør	Liter	Andel
1	Arcus	5 699	11,4 %
2	Vectura AS	4 333	8,7 %
3	Engelstad Vin og Brennevin	4 313	8,6 %
4	Ekjord AS	3 737	7,5 %
5	Strøm AS	3 266	6,5 %
6	Amundsen AS	2 431	4,9 %
7	Stenberg & Blom AS	2 144	4,3 %
8	Haugen-Gruppen AS	2 124	4,2 %
9	Best Buys International AS	2 031	4,1 %
10	Vinarius AS	1 824	3,6 %
11	Brand Partners AS	1 745	3,5 %
12	Eurowine AS	1 656	3,3 %
13	Bibendum AS	1 591	3,2 %
14	Red & White AS	1 500	3,0 %
15	Best Cellars AS	1 288	2,6 %
	Andre	10 383	20,7 %
	Totalt	50 064	100,0 %

Tabell 8. Vinmonopolets vareutvalg

År	Antall produkter	Nye produkter
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	6 350	750
2003	7 000	650
2004	8 100	1 100

Tabell 9. Det registrerte alkoholforbruket i Norge per innbygger 15 år og over 1920-2004 ⁹

År	Liter			Liter ren alkohol ¹⁰				Fruktdrikk
	Brennevin	Vin	Øl	I alt	Brennevin	Vin	Øl	
1920	Forbudstid	8,20	50,21	Forbudstid	Forbudstid	0,82	1,99	
1930	3,40	2,42	26,34	3,03	1,44	0,42	1,17	
1940	2,46	1,58	20,43	2,24	1,05	0,27	0,92	
1950	3,97	1,24	23,98	2,87	1,61	0,20	1,06	
1960	3,95	1,68	33,19	3,45	1,71	0,25	1,49	
1965	4,06	2,02	37,03	3,72	1,76	0,28	1,68	
1970	4,83	3,10	48,70	4,73	2,07	0,44	2,22	
1975	5,72	4,39	59,72	5,63	2,42	0,59	2,62	
1980	5,80	5,68	61,93	5,98	2,46	0,75	2,77	
1985	4,30	6,41	59,54	5,22	1,77	0,82	2,63	
1990	3,03	7,93	64,61	5,00	1,24	0,95	2,81	
1991	2,74	7,98	65,41	4,90	1,12	0,93	2,85	
1992	2,45	7,84	62,78	4,67	1,00	0,91	2,76	
1993	2,38	7,84	61,50	4,55	0,96	0,92	2,67	
1994	2,49	8,40	63,65	4,74	1,00	0,99	2,75	
1995	2,50	8,78	63,49	4,79	1,00	1,04	2,75	
1996	2,56	9,42	64,27	5,04	1,02	1,12	2,88	0,02
1997	2,71	10,75	67,19	5,35	1,08	1,28	2,95	0,04
1998 ¹¹	2,61	11,32	63,77	5,23	1,04	1,34	2,80	0,05
1999	2,66	12,59	64,68	5,45	1,05	1,49	2,84	0,06
2000	2,67	13,61	64,92	5,66	1,05	1,62	2,93	0,07
2001	2,54	13,49	63,80	5,49	1,00	1,60	2,82	0,07
2002	2,83	15,19	65,34	5,89	1,12	1,81	2,89	0,07
2003	3,09	15,42	62,35	6,03	1,22	1,84	2,76	0,22
2004	3,17	15,77	67,93	6,22	1,25	1,90	2,96	0,11

Tabell 10. Registrert omsetning av alkohol i Norge 1920-2004, 1000 liter ⁹

År	Liter				Liter ren alkohol ¹⁰				
	Brennevin	Vin	Øl	Frukt-drikk	Totalt	Brennevin	Vin	Øl	Frukt-drikk
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	

År	Liter				Liter ren alkohol ¹⁰				
	Brennevin	Vin	Øl	Frukt-drikk	Totalt	Brennevin	Vin	Øl	Frukt-drikk
1991	9 450	27 484	225 307		16 882	3 857	3 214	9 811	
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	80
1997	9 578	37 927	237 125	2 851	18 885	3 803	4 515	10 416	151
1998 ¹¹	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	225
2000	9 578	48 762	232 676	5 295	20 292	3 764	5 794	10 496	238
2001	9 132	48 579	229 730	5 556	19 762	3 589	5 778	10 146	250
2002	10 234	54 953	236 931	5 884	21 299	4 034	6 547	10 452	265
2003	11 243	56 160	227 088	17 732	21 963	4 432	6 691	10 042	798
2004	11 631	57 842	249 099	8 725	22 816	4 587	6 976	10 860	393

Tabell 11. Registrert alkoholforbruk i noen europeiske land, 2002, liter per innbygger ¹²

Land	Liter ren alkohol		Vareliter	
	Totalt	Brennevin	Vin	Øl
Ungarn	11,1	e 3,4	e 36,0	e 70,9
Irland	10,8	2,5	12,6	147,1
Tyskland	10,4	2,0	24,2	121,5
Frankrike	10,3	e 2,4	e 56,0	34,8
Portugal	9,7	e 1,4	43,0	58,6
Spania	9,6	e 2,4	29,6	73,4
Storbritannia	9,6	1,7	19,6	100,6
Danmark	9,5	e 1,1	e 32,0	96,7
Østerrike	9,2	e 1,4	e 29,8	109,3
Kypros	9,1	4,3	e 16,9	55,0
Sveits	9,0	1,6	41,8	55,5
Den russiske føderasjon	8,6	e 6,2	e 8,0	e 31,1
Romania	8,5	e 2,5	e 25,3	e 59,0
Nederland	8,0	1,6	19,0	79,2
Belgia	7,9	1,2	e 17,0	96,0
Hellas	7,8	e 1,8	e 33,9	39,0
Finland	7,7	2,1	23,5	81,2
Italia	7,4	0,4	51,0	28,2
Polen	6,6	1,7	11,2	70,7
Bulgaria	5,4	e 2,1	e 21,3	e 14,5
Island	5,0	1,2	11,0	50,7
Sverige	4,9	e 1,0	e 16,0	55,9
Norge	4,4	e 0,8	e 11,0	51,6

e = estimerte tall

Noter

- 1 Fra 1996 har Vinmonopolet kun detaljsalg. Tallene for brennevinsomsetningen før 1996 omfatter kun innenlandsk salg.
- 2 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.
- 3 Drikk som er laget av druesaft ved alkoholgjæring og tilsatt tilvirket alkohol.
- 4 Drikk som er laget av druesaft, frukt, bær, plante-saft eller honning ved alkoholgjæring uten tilsetning av tilvirket alkohol.
- 5 Øl med alkoholstyrke over 4,75 volumprosent alkohol.
- 6 Vin med alkoholstyrke til og med 2,75 volumprosent alkohol.
- 7 Inkludert ukrydret brennevin.
- 8 Appellasjonen Costières de Nîmes er flyttet fra Languedoc-Roussillon til Rhône i 2004. Det ble solgt 604.000 liter rødvin fra Costières de Nîmes i 2004.
- 9 Kilde: Statistisk sentralbyrå. Produktkategoriseringen er ikke identisk med Vinmonopolets.
- 10 1 liter ren alkohol tilsvarer 3,5 flasker brennevin (0,7 liter 40 %), eller 12 helflasker vin (0,75 liter 11 %) eller 65 halvflasker middels sterkt øl.
- 11 Tallene for 1998 er anslag. Det finnes ikke offisiell alkoholstatistikk for Norge for 1998.
- 12 Tallene omfatter registrert omsetning eller beskattet forbruk av alkohol i de respektive land. Det uregistrerte forbruk i form av hjemmeprodusert alkohol, turistimport og smuglervarer omfattes ikke. Kilde (Source): World Drink Trends 2004. Produktschap voor gedistilleerde dranken in association with NTC Publications Ltd. Tallene er hentet fra www.sirus.no

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 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.

The sales rose by 3.9 per cent from the year before to 63.3 million litres. The sales of table wine increased by 5.3 per cent to 50.1 million litres while the sales of spirits decreased by 1.3 percent to 11.4 million litres. The reduction is due to a rise in taxes for spirit based products containing less than 22 volume percentage of alcohol and the stopped sales of flavoured alcoholic beverages containing less than 4.75 percentage of alcohol (now sold in grocery stores). The figure for fortified wine shows a decrease to 1.1 million litres, down 3.5 per cent. The rise in overall sales is due to various factors: 7 new outlets and 31 rebuilt to self-service shops increase availability and sales. High purchase power and increased public interest for wine and food also contribute considerably to the increased sales.

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 sales of red wine in relation to white, with the ratio in Norway at 3:1 compared to 1:1 in UK and 3:2 in Sweden.

The major trend in the sales of red wine in Norway in 2004 was a shift in the demand from wine from France, Italy, Spain and Chile (the «four big») to wine from the next four on the list; Australia, Portugal, South Africa and Argentine. While the sales of French red wine had the biggest drop in sales since 1995, 1.3 million litres or 13.8 per cent, red wine from Portugal and Argentine increased most, about 0.9 million litres both, or 64 and 163 percent.

Since 1980 the registered sales of spirits has been reduced by more than 50 per cent while the unregistered consumption of illegal spirits – such as moonshine liquor, smuggled spirits and tax-free products – has increased. After two reductions in taxes on spirits, from 1 January 2002 and 1 January 2003, this trend seems to have changed by an increase in the registered sales of spirits.

Vinmonopolet took NOK 8 275,4 million in sales revenue excluding VAT last year. Profit before tax came to NOK 115,4 million as against NOK 101,6 million the year before. The special tax levied on Vinmonopolet in lieu of ordinary corporation tax is put at NOK 27,6 million. By decision of Stortinget (the Parliament), Vinmonopolet will pay a dividend of 60 per cent of profit after the special tax to the state. This amounts to NOK 52,7 million.

As of 31 December, Vinmonopolet had 195 shops in operation with 1702 full- and part-time employees. Work hours corresponded to 1121 full-time employees.

Key figures

	2004	2003	2002	2001	2000
SALES (1 000 LITRES)					
Table wine	50 064	47 529	45 695	43 191	41 944
Fortified wine	1 098	1 141	1 200	1 224	1 308
Spirits	11 389	11 539	11 188	9 020	9 114
Other products	787	776	789	733	733
Total	63 338	60 985	58 872	54 168	53 099
REVENUE AND RESULTS (NOK MILL)					
Gross sales revenue (incl VAT)	10 260,0	9 575,5	9 068,3	8 820,2	8 567,4
Operating revenue	8 275,4	7 725,2	7 320,0	7 117,3	6 990,9
Operating profit	98,8	68,4	46,0	56,7	98,8
Net profit before tax	115,4	101,6	82,7	92,4	124,3
CAPITAL					
Assets (NOK mill)	1 849,6	1 592,9	1 547,7	1 500,8	1 567,5
Shareholder's equity (NOK mill)	578,3	543,2	497,6	481,2	436,3
Equity to assets ratio (%)	31,3	34,1	32,2	32,1	27,8
PROFITABILITY (%)					
Gros profit ratio ¹⁾	12,2	12,3	12,0	11,3	11,2
Operating margin ²⁾	1,4	1,3	1,2	1,3	1,8
Return on assets ³⁾	6,8	6,6	5,6	6,2	8,5
Return on shareholder's equity ⁴⁾	20,6	19,5	16,9	20,1	30,5
LIQUIDITY					
Current ratio (%) ⁵⁾	124,1	124,9	121,0	126,4	121,8
Working capital (NOK mill) ⁶⁾	294,9	248,9	208,1	251,8	233,1
EMPLOYEES					
Total permanent employees at Des 31	1 702	1 699	1 664	1 563	1 461
Of which: full time	642	647	645	602	576
part time	1 060	1 052	1 019	961	885
Equivalent full-time employees	1 121	1 127	1 087	1 026	968
Retail outlets at Dec 31	195	188	177	156	139

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

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

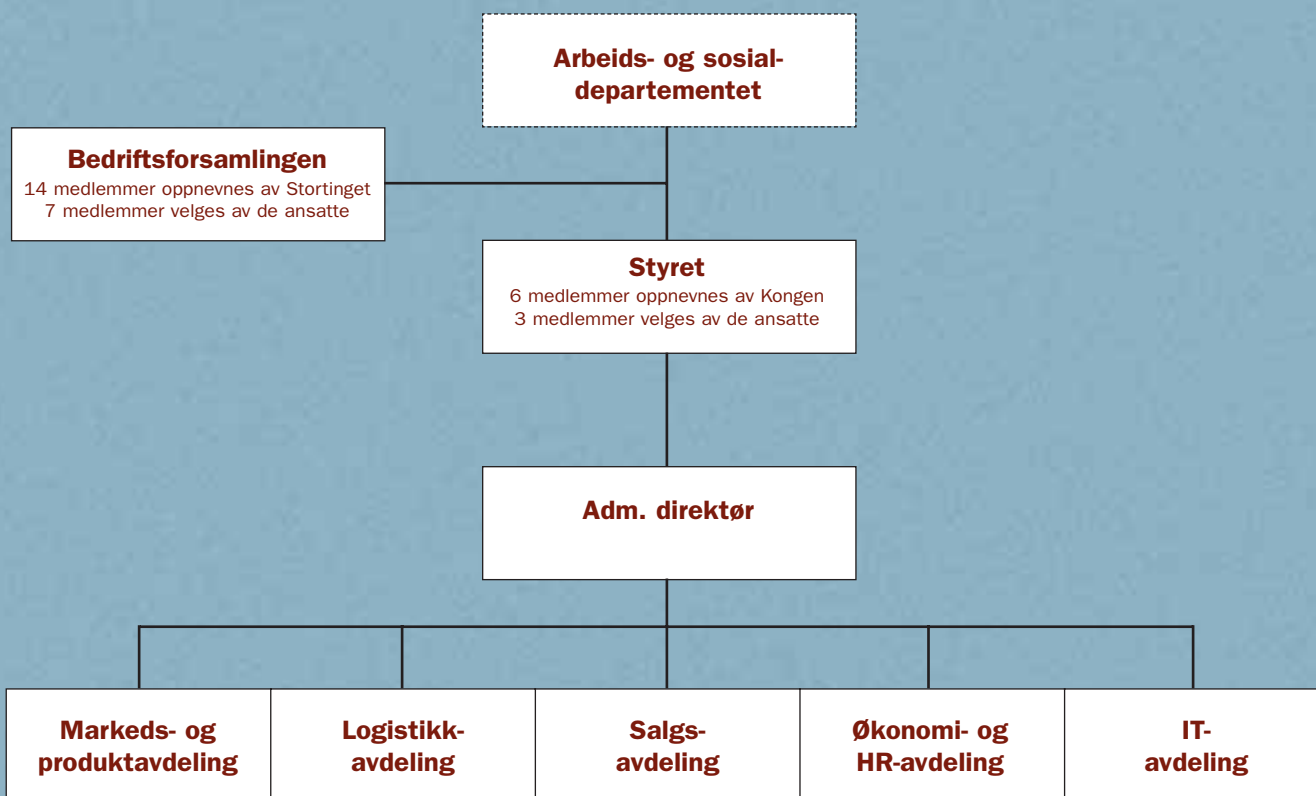
3) Return on asset = $\frac{\text{Profit before tax} + \text{financial expences}}{\text{Average of total capital as of Jan 1 and Dec 31}} \times 100$

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

6) Working capital = Current assets – current liabilities

Organisasjonen per 1. januar 2005



Styre

(Funksjonstid 1. juli 2004-30. juni 2006)

Medlemmer oppnevnt av Kongen:

Harald Arnkværn, høyesterettsadvokat, Oslo, leder
Elsbeth Tronstad, informasjonsdirektør, nestleder
Lise Christoffersen, seniorkonsulent, Drammen
Arnfinn Holten, direktør, Asker
Jan Blomseth, daglig leder, Tromsø
Ingvild Strømsheim Wold, rådgiver, Oslo

Medlemmer valgt av og blant de ansatte:

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

Varamedlemmer oppnevnt av Kongen:

Tore Hagebakken, ordfører
Svein Arne Tinnesand, fylkesbiblioteksjef
Vibeke Limi, selvstendig næringsdrivende
Olav Bratland, disponent

Varamedlemmer valgt av og blant de ansatte:

Kjell-Roar Nilsen, nestleder butik
Åse Engesæth, butikksjef
Harald Galåen, butikksjef
Randi Holvik, deltidsekspeditør
Astrid Kristenstuen, konsulent
Brit O. Baarholm, butikksjef
Morten Christiansen, butikksjef

Bedriftsforsamling

(Funksjonstid 1. juli 2004-30. juni 2006)

Medlemmer oppnevnt av Stortinget:

Dagny Gärtner Hovig, informasjonssjef, Oslo, leder
Paul Oddvar Liseth, studieinspektør, Røyse, nestleder
Snorre Ness, prosjektleder, Namsos
Ranja Hauglid, pensjonist, Sjøvegan
Karl Einar Haslestad, ordfører, Sande
Bjørge Wallevik, rådgiver, Kristiansand
Jan Erik Fåne, informasjonsrådgiver, Jessheim
Magnhild Afseth Olrud, tannlege, Ringsaker
Inger-Marie Ytterhorn, politisk rådgiver, Oslo

Peter N. Myhre, byråd, Oslo

Klara Gauthun Tveit, fritidsleder PUH, Sauda
Arild Skau, politiker, Fredrikstad
Aud Angell, daglig leder, Alta
Tor Nymo, miljøarbeider, Bardufoss

Medlemmer valgt av og blant de ansatte:

Grethe Frydenlund, regnskapskonsulent, Nesbru
Gunnar Arne Sagstad, deltidsekspeditør, Ytre Arna
Tor Arne Mjøen, butikkekspeditor, Trondheim
Arne Thodok Eriksen, deltidsekspeditør, Nesodden
Turid Ramsvik Svoren, deltidsekspeditør, Deknepollen
Espen Sørensen, butikksjef, Skien
Gro Ødegaard, butikksjef, Nybergsund

Kontrollkomité

Kontrollkomiteen 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
Jan Erik Fåne

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

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

www.vinmonopolet.no

kundesenter@vinmonopolet.no





AS VINMONOPOLET
Postboks 1944 Vika
0125 Oslo
Telefon 04560
Telefaks 22 01 50 09
www.vinmonopolet.no

*Utsalg av vin og øl
Løst på alle dager*