



ÅRSBERETNING
OG ÅRSREGNSKAP
2005

Innhold

Leder	5
Visjon	6
Strategiske fokusområder, mål og hovedpunkter	7
Årsberetning og årsregnskap for 2005	8
Nøkkeltall	14
Resultatregnskap	15
Balanse	16
Kontantstrømanalyse	17
Noter til regnskapet	18
Revisjonsberetning	27
De 50 mest solgte produktene	28
Rikt varesortiment	29
Salget	30
Priser og avgifter	32
Kart over butikkene	34
Butikkene	35
Oversikt over butikkene	36
Årgang 2005	38
Statistikk	42
English summary	54
Key figures	55
Organisasjonskart	56
Styre og bedriftsforsamling	57
Adresser	58



Etikk og samfunnsansvar



«Vår visjon, våre verdier og etiske retningslinjer gir oss en vei å gå. Dette danner grunnlaget for det aller viktigste, nemlig åpenhet og god dialog i organisasjonen vår.»

Vinmonopolet er en tradisjonsrik virksomhet med en unik historie. Våre sterke sider er først og fremst representert ved et godt vareutvalg, høy fagkunnskap hos våre medarbeidere, effektiv drift og sist – men ikke minst – samfunnsmessige fordeler. De tre første områdene representerer noe de fleste virksomheter vektlegger, mens det fjerde momentet representerer noe helt spesifikt for Vinmonopolet. Her ligger mye av vår identitet og vår historie, og kanskje noe av vårt viktigste eksistensgrunnlag for fremtiden.

Sosialt ansvar er en del av Vinmonopolets grunnidé. Hos oss er dette integrert i selve virksomhetens egenart – og det er faktisk noe vi er stolte av. Det utgjør en kjerne for vår forretningsdrift som samtidig også setter grenser. På samme måte som lovverket gir oss vårt ytre rammeverk, setter ansvarlighet de indre rammevilkår. De sier noe om hvordan vi skal styre oss selv – innenfor det alkoholpolitiske ansvar som er pålagt oss.

Fjoråret ble et krevende år for Vinmonopolet. Vi har erfart at det å kunne styre seg selv innenfor et omfattende regelverk kan være utfordrende. Det betyr at vi må legge til rette og hjelpe hverandre for å navigere riktig og ta de rette beslutninger der det ikke finnes opplagte svar. Vår visjon, våre verdier og etiske retningslinjer gir oss en vei å gå. Dette danner grunnlaget for det aller viktigste, nemlig åpenhet og god dialog i organisasjonen vår.

Vi skal styrke vår ryggrad til å bære vår egen identitet – å være et alkoholpolitisk instrument. Våre 1 700 medarbeidere gjør til daglig en stor innsats for bedriften, og jeg ser frem til sammen å videreutvikle det samspill av holdninger som skaper den nødvendige tillit blant det norske folk.



NORDIS VIK OLAUSSON
KONST. ADM. DIREKTØR

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, holdnings- skapende tiltak, etisk atferd 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

- Salgsvolumet økte med 4,9 prosent fra året før til totalt 66,4 mill. liter.
- Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader, var driftsresultatet 101,3 mill. kroner, mot 98,8 mill. kroner i 2004.
- Det ble etablert 3 nye selvbetjente butikker. I tillegg ble 29 butikker konvertert fra disk til selvbetjent i 2005. Ved utgangen av året hadde vi 198 butikker fordelt rundt om i landet, hvorav 174 var selvbetjente.
- Vareutvalget økte fra 8 100 til 8 600 ulike produkter.

Årsberetning og årsregnskap for 2005

Vinmonopolet forvalter et betydelig samfunnsansvar som et av de viktigste virkemidlene i norsk alkoholpolitikk. Selskapet er organisert som et statlig særlovsselskap i henhold til vinmonopolloven av 1931. Forvaltningen av statens eierskap ble overført fra Arbeids- og sosialdepartementet til Helse- og omsorgsdepartementet med virkning fra 1. januar 2006.

Styret legger stor vekt på at selskapet skal utføre 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 sterkere alkoholholdig drikk, og det gir tilfredse kunder.

2005 har vært et krevende år for Vinmonopolets styre, ledelse og ansatte. Ekjord-saken og granskningen som fulgte i kjølvannet av denne, har preget organisasjonen og medført store belastninger både internt og eksternt. Saken er nå i hovedsak avsluttet, og det er fra styrets side grunn til å understreke at granskningen som ble gjennomført i 2005 ikke avdekket noen generell ukultur blant selskapets ansatte. Det ble imidlertid funnet grunnlag for å iverksette reaksjoner overfor enkelte medarbeidere samt overfor leverandøren Ekjord AS. I tillegg er det iverksatt tiltak for å sikre uavhengighet og objektivitet i forbindelse med enkelte utsatte forretningsprosesser. Datatilsynets pålegg knyttet til behandling av personopplysninger er oppfylt, mens Datatilsynets politianmeldelse med påstand om brudd på personopplysningsloven er uavklart.

Styreleder Harald Arnkværn valgte å fratruke seg i slutten av oktober 2005, og Siri

B. Hatlen ble utnevnt til ny styreleder den 4. november 2005. Administrerende direktør Knut Grøholt besluttet deretter å fratruke seg sin stilling ved årsskiftet. Styret ønsker å takke både Harald Arnkværn og Knut Grøholt for deres store og gode innsats for Vinmonopolet gjennom 10 år. Selskapet har i denne perioden utviklet seg til en moderne, effektiv og kundeorientert virksomhet.

Nordis Vik Olausson er konstituert som administrerende direktør fra 1. januar og frem til 30. juni 2006. Helse- og omsorgsdepartementet har i Ot.prp. nr. 42 (2005-2006) nylig lagt frem forslag til endring i vinmonopolloven, slik at myndigheten til å ansette ny administrerende direktør overføres fra Kongen til Vinmonopolets styre. Styret har iverksatt prosessen med å ansette ny administrerende direktør.

Styret er opptatt av at Vinmonopolet lever opp til de høye forventningene som stilles til selskapet som servicebedrift og

alkoholpolitisk instrument. Vinmonopolet har i 2005 gjennomført alle planlagte tiltak for å sikre at den sosiale kontrollen som utføres i butikkene holder høyeste standard, at vareutvalg og butikker er tilpasset ulike kunders behov, og at de ansatte setter kvalitet og ansvar i første rekke. Styret konstaterer med tilfredshet at uroen i organisasjonen ikke synes å ha virket negativt på forholdet til kundene, som fortsatt gir gode tilbakemeldinger i foretatte kundemålinger

Informasjon og samfunnsansvar

Med et begrenset antall butikker, fokus på alderskontroll og fravær av kjøpepress bidrar Vinmonopolet til at alkoholforbruket er lavere enn om salget av vin, brennevin og sterkøl hadde vært gjort mer tilgjengelig. Forskning viser at reduksjon i totalkonsumet gir færre alkoholrelaterte skader og ulykker. En viktig begrunnelse for Vinmonopolet er den sosiale kontrollen som kontinuerlig utføres i våre butikker. Alderskontroll og

annen sosial kontroll er langt fremme i personalets bevissthet. Vinmonopolet kommer i nær kontakt med sine kunder, og forutsetningene for å utøve sosial kontroll er svært gode.

I 2005 gjennomførte Vinmonopolet alderskontrollkampanjer både i mars og august, og den siste vant nylig sølv i kategorien samfunnsinformasjon i reklamekonkurransen "Gullblyanten". Langingskampanjer ble gjennomført i juni og desember 2005. En måling etter første langingskampanje viste at over 42 % i målgruppen foreldre med barn i alderen 13-18 år hadde lagt merke til kampanjen. Hele 95 % av disse mente kampanjen var holdningsskapende. Tre av fire av de spurte sa seg enig i at kampanjen også hadde holdningsendrende effekt.

Høsten 2005 utgav Vinmonopolet brosjyren Alkohol og helse, som i enklere og mer kundevennlig form samler all den risikoinformasjon som tidligere har vært utgitt i flere egne brosjyrer.

Det er lagt spesiell vekt på at den service som ytes gjennom formidling av informasjon til kunder som oppsøker Vinmonopolets butikker eller nettsider skjer i en form som gjenspeiler selskapets moderne forretningsprofil, uten å utfordre de alkoholpolitiske rammebetingelsene. Et nytt designprogram er utarbeidet i 2005 og skal gi selskapet en ny helhetlig visuell profil. Målet med satsingen er å forene selskapets tradisjonelle kjennetegn med elementer av opplevelse og nyskaping og å utvikle Vinmonopolet som merkevare.

Etikk

Styret legger stor vekt på bevisstgjøring,

drøfting og oppfølging av etiske spørsmål overfor alle ansatte. Vinmonopolets etiske regler av 2002 er revidert i løpet av året, blant annet på bakgrunn av de erfaringer selskapet har gjort som følge av Ekjordsaken. De nye etiske reglene trådte i kraft 1. september 2005.

Vinmonopolets etiske regler skal virke forebyggende, og avskjære former for kontakt som innebærer særlig risiko for uønsket påvirkning. Samtidig må forholdene ligge til rette for nødvendig forretningsmessig kontakt med produsenter og leverandører i inn- og utland. Ansatte i Vinmonopolet har i løpet av siste halvår deltatt i obligatoriske treningssamlinger for bevisstgjøring og diskusjon om de ulike varianter av etiske problemstillinger man som ansatt i Vinmonopolet kan bli eksponert for. Etisk Råd og Etisk Forum ble opprettet i 2004, og er to permanente interne organer for bearbeiding og oppfølging av etiske spørsmål på ulike plan i Vinmonopolet.

Drift og tilgjengelighet

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. Styret legger stor vekt på at kommunene skal involveres i planleggingen av nye butikketableringer. Våren 2005 sendte Vinmonopolet høringsbrev til alle landets kommuner, med en redegjørelse for kriteriene for nyetablering av butikker og den videre utbyggingen av Vinmonopolets butikknett. Kommuner som selv mente de oppfylte etableringskriteriene ble bedt om å redegjøre for relevante momenter.

Høringen ga svar fra vel 100 kommuner, og et meget godt grunnlag for videre planleggingsarbeid. På bakgrunn av analyser knyttet til lønnsomhet, avstander til nærmeste vinmonopolbutikk og befolkningsstruktur, vedtok styret butikketablering i 11 nye kommuner i 2006. I tillegg vedtok styret å teste ut et nytt konsept for mindre sesongbutikker i ytterligere en kommune, og et konsept med vinkjeller som er behovstilpasset etterspørselen fra spesielt interesserte kunder.

Vinmonopolet har i 2005 også iverksatt et prosjekt for å forbedre handelsprosessen gjennom nettbutikken. Den 1. mars 2006 ble det oppgraderte nettstedet med forbedret funksjonalitet lansert. Oppgraderingen gjør vinsøket og netthandelen enklere, slik at fjernhandelsløsningen blir et enda bedre tilbud til kunder i distriktene.

Butikkene

I 2005 ble det åpnet 3 nye selvbetjente butikker. I tillegg ble 29 butikker konvertert fra disk til selvbetjent. 174 av 198 butikker er nå selvbetjente. I løpet av 2006 vil de fleste butikkene være selvbetjente.

Vinmonopolets butikker er spredt over hele landet fra Mandal i sør til Honningsvåg i nord. Butikkenes omsetning varierer fra 3,1 mill. kroner til 258,6 mill. kroner (for detaljer om butikkenes omsetning, se tabell 6 i statistikkdelen). For å bedre tilgjengeligheten har man de senere årene åpnet flere mindre butikker.

Distriktsbutikker

I 2003 åpnet Vinmonopolet 4 distriktsbutikker som en forsøksordning. Erfaringene

med denne type butikker har vært positiv, og 6 av de 12 nye butikkene som skal åpnes i 2006 vil være distriktsbutikker. Distriktsbutikkens særpreg er begrenset vareutvalg og redusert åpningstid. Denne type butikker bidrar til økt tilgjengelighet i utkantområdene.

Butikk med vinkjeller

Vinmonopolet åpnet sin første butikk med vinkjeller på Briskeby i Oslo i november 2005. Målgruppen for slike butikker er kunder som er spesielt interessert i vin. Butikken på Briskeby har et utvidet sortiment av særegne produkter i forhold til øvrige butikker. Vinkjeller henspiller på at butikken har kjølerom som sikrer at kvalitetsvin har gode lagringsforhold. Det skal åpnes en tilsvarende butikk i Valkendorfs gate i Bergen i mars 2006. Konseptet skal evalueres etter ett års drift.

Sesongbutikker

Vinmonopolet skal, som en forsøksordning, etablere en butikk med større fleksibilitet i forhold til etterspørselsbehov i Hvaler (Østfold). For å få et bredere erfaringsgrunnlag, skal to eksisterende butikker også legges om i tråd med konseptet. Den nye butikkategorien vil etableres i områder der sesongmessig turisme antas å påvirke salgsvolumet. Hvaler vil eksempelvis operere som en grunnsortimentsbutikk med normale åpningstider i høysesongen, men med begrenset åpningstid og sortiment i lavsesongen. Driften av slike butikker skal evalueres i 2007.

Fjernhandelsordningen

Bestilling gjennom Vinmonopolets nettbutikk og kundesenter er et tilbud til kunder som har lang reisevei til

nærmeste vinmonopolbutikk eller som av andre grunner ønsker varer tilsendt. Bestilte varer utleveres gjennom postens distribusjonsnett. Frakten er kostnadsfri for kunder som bor i kommuner uten vinmonopolbutikk.

Salget

Vinmonopolets salg økte med 4,9 % til 66,4 mill. liter i 2005. Salgsøkningen ses i sammenheng med åpning av tre nye butikker, omlegging til selvbetjening i 29 butikker, stadig økende interesse for vin samt fortsatt høy kjøpekraft. Nye tall fra SIRUS (Statens institutt for rusmiddel-forskning) viser også at Vinmonopolet tar markedsandeler fra uregistrert alkoholomsetning som bl.a. omfatter hjemmebrent og smuglersprit.

Salget av svakvin – som nå står for 80 % av Vinmonopolets salg – økte med 5,7 % til 52,9 mill. liter. Det ble solgt 38,7 mill. liter rødvin etter en økning for kategorien med 5,2 %. Salget av hvitvin økte med 6,3 % til 12,2 mill. liter.

Salget av brennevin og brennevinsbaserte drikker økte med 2,5 % til 11,7 mill. liter. Brennevin inneholdende mer enn 22 volumprosent alkohol økte med 2,9 % til 10,7 mill. liter mens salget av brennevinsbaserte produkter inneholdende mindre enn 22 volumprosent alkohol sank med 1,5 % til 1,01 mill. liter. Fra 1980 og frem til 2001 falt Vinmonopolets salg av brennevin fra 19 til 8 mill. liter. Nivået i 2001 var historisk lavt. Denne trenden synes nå å være snudd, noe som trolig har sammenheng med avgiftsreduksjonene på brennevin i 2002 og 2003 og beslag av metanolholdig smuglersprit fra høsten 2002.

Salget av sterkvin gikk ned med 4,7 % til 1,05 mill. liter. Sterkøl økte med 0,5 % til 708 000 liter, mens alkoholsvake drikker utgjorde 85 000 liter.

Grossister

Ved utgangen av året hadde 139 grossister leveringsavtale med Vinmonopolet – en økning på 14 fra året før. De 10 største grossistene representerer en markedsandel på 62 %, som er det samme som for 2004.

For levering til Vinmonopolets butikker benytter grossistene seg av distribusjonsfirmaer. Vinmonopolet har distribusjonsavtale med 89 distributører. De 4 største står for hele 99 % av levert kvantum til butikkene. Forbedringer og effektivisering av hele verdikjeden skjer i tett samarbeid med grossister og distributører.

Produktkontroll

Det er gjennomført kjemisk og sensorisk kontroll innen alle sortimenter og varettyper. I 2005 er det gjennomført kjemisk kontroll av ca 1 200 produkter. Det er ikke funnet feil av alvorlig karakter.

Sensorisk mottakskontroll av nye produkter innkjøpt til basisutvalget førte til at 5 produkter ble stoppet før lansering. For disse produktene var det ikke samsvar mellom tilbud og levert vareparti.

Sesongorientert produktkontroll er foretatt på utvalgte ”bag-in-box”-produkter i basis- og bestillingsutvalget før påske (rødvin) og før sommerferien (hvitvin). Det er i år også gjennomført kontroll av kvaliteten på halv- og magnumflasker rødvin i basisutvalget. Det er ikke avdekket vesentlige feil eller mangler.

Internkontroll

Styret legger særlig vekt på betydningen av å utvikle og etablere gode systemer for internkontroll for å føre tilsyn med selskapets virksomhet. Internkontroll som system gir muligheter for styrt oppfølging og kontroll av områder som er viktige for selskapets omdømme, utvikling og drift, spesielt i forhold til lovpålagte forhold. Dokumentert internkontroll tilpasset risiko, vesentlighet og korrigerende tiltak skal etableres og beskrives. Det skal foretas en revisjon av arbeidet med miljøledelse.

I kjølvannet av pålegg fra Datatilsynet er det igangsatt arbeid med å etablere et intern-kontrollsystem for IKT-sikkerhet. Arbeidet planlegges å være ferdig i løpet av første kvartal 2006.

Organisasjonen og de ansatte

Vinmonopolet har i 2005 etablert nye butikker og økt omsetningen uten at dette har medført vekst i antall ansatte. Antall ansatte ved utgangen av året var 1 701, som utgjør 1 122 årsverk. Den stabile arbeidsstyrken er en følge av effektiviseringsgevinster i forbindelse med overgang til selvbetjente butikker. Fordelingen mellom heltids- og deltidsansatte var 637/1 064. Dette er en forskyvning mot flere deltidsansatte som skyldes etablering av små butikker i distriktene. Ressursbruk på intern opplæring har fortsatt vært betydelig, og det legges stor vekt på å bygge opp et godt kompetansenivå hos de ansatte i butikkene. I 2005 startet arbeidet med et nytt lederutviklingsprogram for ledere i butikkene som vil bli gjennomført de neste to årene.

Vinmonopolet deltar i prosjektet "Inkluderende arbeidsliv" (IA) og jobber aktivt med å redusere sykefraværet, beholde og rekruttere ansatte med redusert funksjonsevne og øke pensjonsalderen. Til tross for at sykefraværet i selskapet var på 8,3 % i 2005 mot 8,0 % i 2004, har sykefraværet blitt redusert med 12 % de siste årene. Vinmonopolet samarbeider med trygdeetatens arbeidslivssenter om et særskilt innsatsprosjekt for IA, og har med dette økt fokuset ytterligere på oppfølgende og forebyggende IA-arbeid.

I 2005 ble det for første gang gjennomført en medarbeidertilfredshetsundersøkelse i Vinmonopolet. Hele 92 % svarte at de trives med Vinmonopolet som arbeidsplass. Målet med medarbeidertilfredshetsundersøkelsen er at den skal være et verktøy for å jobbe med forbedringstiltak på alle nivå i organisasjonen. Undersøkelsen skal gjentas i 2006.

Likestilling

Arbeidet med likestilling er en del av personalpolitikken i Vinmonopolet. Dette gjelder ved rekruttering, kompetanseutvikling, lønnspolitikk og arbeidsvilkår. Vinmonopolet ønsker en mest mulig jevn fordeling mellom kvinner og menn i alle typer stillinger. Vi har fokus på at deltidsarbeid, permisjon eller annet lovlig fravær ikke skal være til hinder for ansettelse eller avansement.

Andelen kvinnelige ledere i selskapet er 43 % og varierer mellom de ulike ledernivåene. Ledergruppen har 33 % kvinneandel, mens av mellomledere i administrasjonen er 31 % kvinner. Fordelingen på heltidsstillinger i butikkene er lik mellom kjønnene, mens deltidsstillinger

i butikk har en kvinneandel på 83 %. Se vedlegg for informasjon om kjønnsfordeling mellom ulike stillingsgrupper.

Det var gjennom året tilnærmet lik rekruttering fordelt på kvinner og menn i de forskjellige stillingsgruppene. Ledere på alle nivå i organisasjonen skal i det daglige jobbe for å motivere til likestilling innen sitt ansvarsområde, samt fremme likestilling ved tilretteleggelse av rutiner og øvrige arbeidsforhold.

Ansatte i Vinmonopolet lønnes i forhold til stilling og kompetanse. Selskapet praktiserer likelønnsprinsippet. Alle stillinger i butikkene lønnes etter regulativ som er kjønnsuavhengige i forhold til kr/tidsenhet. Foreldre- og omsorgspermisjon gir lønnsansiennitet.

Det ytre miljø

Vinmonopolet har en aktiv holdning til virksomhetens påvirkning på det ytre miljø, og ønsker gjennom handling å bidra til en bærekraftig utvikling. I 2005 ble prosjektet "Grønn stat", initiert av tidligere Arbeids- og Administrasjonsdepartementet og Miljøverndepartementet, ferdigstilt. Miljøledelse er integrert i våre interne styringssystemer. Fokusområdene er: Innkjøp, Transport, Energi og Avfall.

I alle anbudsforespørsler stilles krav om at bedrifter som leverer anbud, redegjør for sin miljøpolitikk. Alle trykksaker Vinmonopolet utgir er miljømerket. Ved etablering og ombygging av butikker har vi øket fokus på gjenbruk for å redusere nyanskaffelser.

Avfall fra ikke fornybare ressurser som plast, metaller og glass blir kildesortert

i butikkene. Et renovasjonsselskap henter papp, glass, tre og plast. Antall engangspaller i tre er sterkt redusert, og i stor grad byttet ut med paller med panteordning.

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.

Regnskapet

Vinmonopolets omsetning (eks. mva.) var 8 708,4 mill. kroner, hvorav 4 831,1 mill. kroner var alkoholavgifter. Dette er en omsetningsøkning på 433 mill. kroner fra 2004. Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader, var driftsresultatet 101,3 mill. kroner. Driftsresultatet var 2,5 mill. kroner bedre enn i 2004. Hovedsakelig skyldes resultatforbedringen økt salgsvolum som følge av nyetableringer og gevinst ved salg av forretningsbygg. Resultat før vinmonopolavgift var 116,6 mill. kroner, som er 1,2 mill. kroner høyere enn i 2004. Vinmonopolavgiften, som betales til staten istedenfor ordinær skatt, er for 2005 beregnet til 25,2 mill. kroner. Stortinget har fastsatt at 40 % av overskuddet etter vinmonopolavgift skal tilfalle staten. Dette utgjør 36,5 mill. kroner. Årets resultat etter vinmonopolavgift og statens overskuddsandel utgjør 54,8 mill. kroner, og foreslås overført til annen egenkapital. Kontantstrømmene var 220 mill. kroner fra operasjonelle aktiviteter, og 48 mill. kroner ble benyttet til investeringsaktiviteter. Samlet beholdning av kontanter og kontantekvivalenter per 31.12.2005 var 1 237,1 mill. kroner, i forhold til 1 063,6 mill. kroner ved for-

rige årsskifte. Den gode likviditeten ved årsskiftet må ses i sammenheng med stor omsetning i slutten av året og en leverandørgjeld på 984,9 mill. kroner.

Ny regnskapsstandard NRS 6A for pensjoner gir regnskapspliktige mulighet til å anvende vurderingsprinsippene i IAS 19 (IFRS). Vinmonopolet har valgt å benytte seg av denne muligheten. Dette prinsippet synliggjør bedre de faktiske pensjonsforpliktelsene Vinmonopolet vil møte i fremtiden. Effekten etter skatt av denne prinsippendringen reduserer egenkapitalen med 276,6 mill. kroner.

Totalkapitalen i selskapet utgjorde 2 102,9 mill. kroner per 31.12.2005. Bokført egenkapital per 31.12.2005 var 365,8 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 17,4. Til sammenligning var egenkapitalen per 31.12.2004 på 578,3 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 31,3. Årsregnskapet er avlagt under forutsetning om fortsatt drift.

Fremtidsutsikter

På grunnlag av arbeidet som er gjort i 2005 vil styret fremheve følgende oppgaver i 2006:

Styrket omdømme

Vinmonopolet har hatt en svært positiv utvikling fra 1996 og fram til i dag. Vesentlig utvidelse av butikknett, omlegging til selvbetjente butikker og bredt vareutvalg er sentrale utviklings-trekk. Samlet sett har denne utviklingen styrket Vinmonopolets legitimitet blant kundene. For å styrke Vinmonopolets omdømme vil styret særlig fremheve betydningen av åpenhet utad, ryddighet internt og nøkternhet gjennom økono-

miske disposisjoner som samsvarer med god forretningsskikk og folks allmenne oppfatninger. Alle beslutninger skal være basert på samspill og medvirkning og være etterprøvbare internt og eksternt. Styret vil videre fremheve betydningen av et godt samarbeidsklima mellom ledelsen og de tillitsvalgte i organisasjonen.

Leder- og organisasjonsutvikling

Vinmonopolet vektlegger kompetanse- og videreutvikling av organisasjon og medarbeidere. Selskapet har igangsatt obligatoriske opplærings- og utviklings-tiltak for alle medarbeidere og vil i det kommende år satse særskilt på lederutvikling for alle ledere i butikkapparatet. Struktur og ledelseskapasitet i salgsorganisasjonen har vært relativt uendret siden delingen av selskapet 1. januar 1996, til tross for at antallet butikker har økt med nærmere 80 %, samtidig som driftsformen har blitt vesentlig endret i de fleste butikker. Det er derfor igangsatt en omorganisering for å styrke salgsorganisasjonen.

Fortsatt fokus på tilgjengelighet

Vinmonopolet skal ha kontinuerlig fokus på tilgjengelighet gjennom etablering av butikker med ulike driftskonsepter, videreutvikling av ordningen med bestilling og salg over internett og utredning av muligheten for å innføre mer fleksible bestillings- og utleveringsformer. Under forutsetning av at rammebetingelsene ikke endres vesentlig i tiden fremover, antas det å være mulighet for ytterligere 10 – 20 etableringer i perioden 2007 – 08. Kommunenes engasjement og innspill er viktige elementer i arbeidet med å planlegge fremtidige butikk-etableringer. Gjennom de tilbakemeldinger

Vinmonopolet fikk i fjorårets høringsrunde, har selskapet nå et godt grunnlag for å vurdere hvordan dagens etableringskriterier møter virkeligheten i kommunene, og hvilke prioriteringer som bør gjøres for kommende år.

Kostnadseffektivisering

Arbeidet med å kostnadseffektivisere virksomheten skal videreutvikles for å

bedre lønnsomheten og soliditeten uten at dette kommer i konflikt med alkoholpolitiske målsettinger og service.

I løpet av 2006 skal det etableres mål, strategier og planer for innkjøp som inkluderer bruk av elektroniske forretningsprosesser. Arbeidet med etablering og utvikling av internkontroll og risikostyring vil fortsatt være høyt prioritert.

Så snart ny adm. direktør er tiltrådt, vil man starte arbeidet med å utvikle ny strategisk plan for virksomheten.

Styret er særlig opptatt av å ta vare på de mange positive sidene ved Vinmonopolet som arbeidsplass, og ønsker å takke alle ansatte som gjennom sin dyktighet og i sitt daglige arbeid bidrar til Vinmonopolets gode resultater.

Oslo, 9. mars 2006



Siri B. Hatlen
SIRI B. HATLEN
STYRELEDER



Elsbeth Tronstad
ELSBETH TRONSTAD
NESTLEDER



Thorbjørn Myhre
THORBJØRN MYHRE



Arnfinn Holten
ARNFINN HOLTEN



Jan Blomseth
JAN BLOMSETH



Ingvild Wold Strømsheim
INGVILD WOLD STRØMSHEIM



Elianne Ingebrigtsen
ELIANNE INGEBRIGTSEN



Helge Storvik
HELGE STORVIK



Juul Lyseggen
JUUL LYSEGGEN



Nordis Vik Olausson
NORDIS VIK OLAUSSON
KONST. ADM. DIREKTØR

Nøkkeltall

	2005	2004	2003	2002	2001
SALG (1 000 LITER)					
Svakvin	52 893	50 064	47 529	45 695	43 191
Sterkvin	1 047	1 098	1 141	1 200	1 224
Brennevin	11 678	11 389	11 539	11 188	9 020
Øvrige produkt	793	787	776	789	733
Total	66 411	63 338	60 985	58 872	54 168
INNETEKTER OG RESULTAT (MILL. KR)					
Brutto salgsinntekter	10 863,0	10 260,0	9 575,5	9 068,3	8 820,2
Driftsinntekter	8 708,4	8 275,4	7 725,2	7 320,0	7 117,3
Driftsresultat	101,3	98,8	68,4	46,0	56,7
Resultat før vinmonopolavgift	116,6	115,4	101,6	82,7	92,4
KAPITAL					
Total kapital (mill. kr)	2 102,9	1 849,6	1 592,9	1 547,7	1 500,8
Egenkapital (mill. kr)	365,8	578,3	543,2	497,6	481,2
Egenkapitalandel (%)	17,4	31,3	34,1	32,2	32,1
LØNNSOMHET (%)					
Bruttomargin ¹⁾	12,2	12,2	12,3	12,0	11,3
Resultatgrad ²⁾	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3
Totalkapitalrentabilitet ³⁾	5,9	6,8	6,6	5,6	6,2
Egenkapitalrentabilitet ⁴⁾	24,7	20,6	19,5	16,9	20,1
LIKVIDITET					
Likviditetsgrad (%) ⁵⁾	128,9	124,1	124,9	121,0	126,4
Arbeidskapital (mill. kr) ⁶⁾	378,2	294,9	248,9	208,1	251,8
PERSONALE					
Antall fast ansatte pr. 31.12.	1 701	1 702	1 699	1 664	1 563
Herav: Heltidsansatte	637	642	647	645	602
Deltidsansatte	1 064	1 060	1 052	1 019	961
Antall årsverk	1 122	1 121	1 127	1 087	1 026
Antall butikker pr. 31.12.	198	195	188	177	156

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

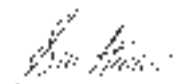
Resultatregnskap

1.1. - 31.12. (mill. kr)	Note	2005	2004
Salgsinntekter	2	8 694,4	8 269,4
Andre inntekter	12	14,0	6,0
Driftsinntekter		8 708,4	8 275,4
Vareforbruk	3	7 643,1	7 265,7
Lønn og andre personalkostnader	4, 18	612,3	558,4
Av-/ nedskrivninger varige dr. midler	12	81,7	89,4
Andre driftskostnader	4, 5, 9	270,0	263,1
Driftskostnader		8 607,2	8 176,6
Driftsresultat		101,3	98,8
Finansinntekter	6, 8	16,6	18,4
Finanskostnader	6	1,4	1,8
Finansposter		15,3	16,6
Resultat før vinmonopolavgift		116,6	115,4
Vinmonopolavgift	13	25,2	27,6
Årets resultat		91,3	87,8
Overføringer og disponeringer			
Til overskuddsandel og utbytte	14	36,5	52,7
Til annen egenkapital		54,8	35,1
Sum		91,3	87,8


Balanse

Per 31.12. (mill. kr)	Note	2005	2004
EIENDELER			
Utsatt skattefordel	13	120,2	9,9
Varige driftsmidler	12	291,4	313,4
Langsiktige fordringer	11	4,2	5,6
Anleggsmidler		415,7	328,9
Varebeholdning		427,0	440,6
Kundefordringer	9	10,9	9,3
Andre kortsiktige fordringer	10,20	12,2	7,2
Finansielle plasseringer	8	260,1	252,1
Kontanter, bankinnskudd	7	977,0	811,5
Omløpsmidler		1 687,2	1 520,7
Sum eiendeler		2 102,9	1 849,6
GJELD OG EGENKAPITAL			
Innskutt kapital			
Aksjekapital	16	0,0	0,0
Opptjent kapital			
Annen egenkapital	17	365,8	578,3
Egenkapital		365,8	578,3
Pensjonsforpliktelser	18	428,1	45,5
Langsiktig gjeld		428,1	45,5
Leverandørgjeld		984,9	924,1
Vinmonopolavgift	13	59,8	46,6
Skyldig offentlige avgifter		72,5	56,8
Overskuddsandel og utbytte	14	36,5	52,7
Annen kortsiktig gjeld	15	155,2	145,6
Kortsiktig gjeld		1 308,9	1 225,8
Sum gjeld og egenkapital		2 102,9	1 849,6

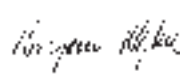
Oslo, 9. mars 2006



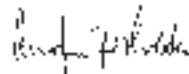
SIRI B. HATLEN
STYRELEDER



ELSBETH TRONSTAD
NESTLEDER



THORBJØRN MYHRE



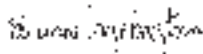
ARNFINN HOLTEN



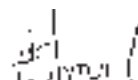
JAN BLOMSETH



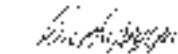
INGVILD WOLD STRØMSHEIM



ELIANNE INGEBRIGTSEN



HELGE STORVIK



JUUL LYSEGGEN



NORDIS VIK OLAUSSON
KONST. ADM. DIREKTØR

Kontantstrømanalyse

(mill. kr)	2005	2004
LIKVIDER TILFØRT FRA VIRKSOMHETEN		
Tilført fra årets virksomhet *)	129,8	112,8
Endring leverandører	60,8	189,6
Endring i lager, debitorer	12,0	-76,0
Endring andre kortsiktige poster	17,5	40,5
Netto likviditetsendring fra virksomheten	220,0	266,9
LIKVIDER BRUKT PÅ INVESTERINGER		
Investeringer i varige driftsmidler	- 61,3	- 76,9
Salg av varige driftsmidler	13,3	9,5
Netto likviditetsendring fra investeringer	- 48,0	- 67,4
LIKVIDER FRA FINANSIERING		
Endring andre langsiktige fordringer	1,5	0,5
Netto likviditetsendring fra finansiering	1,5	0,5
Netto endring i likvider gjennom året	173,5	200,1
Likvider 1.1.	1 063,6	863,5
Likvider 31.12.	1 237,1	1 063,6
Spesifikasjon likvider 31.12.		
Kontanter	25,3	24,4
Bankinnskudd	951,7	787,1
Finansielle plasseringer	260,1	252,1
Sum likvider	1 237,1	1 063,6
Resultat før vinmonopolavgift	116,6	115,4
Gevinst ved salg av driftsmidler	-11,7	-4,9
Ordinære av- og nedskrivninger	81,8	89,4
Betalbar vinmonopolavgift	-31,7	-28,2
Endring pensjonsavsetning etter prinsippendring	11,4	-6,2
Overskuddsandel	-36,5	-52,7
*) Tilført fra årets virksomhet	129,8	112,8

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 i Norge.

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 anleggsmidler/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 Pensjonsforpliktelser

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

Vinmonopolet har i 2005 endret prinsipp for regnskapsføring av pensjonsordningen. NRS 6A gir regnskapspliktige mulighet til å anvende rammeverket i IAS 19(IFRS). Årets beregnede kostnad føres over resultatregnskapet som lønn og andre personalkostnader. Nåverdien av pensjonsforpliktelsen som ikke er dekket gjennom SPK er vist som langsiktig gjeld i balansen. Estimaterendringer føres løpende direkte mot egenkapitalen. Effekten av prinsippendringen er ført direkte mot egenkapitalen.

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.

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 pensjonsforpliktelsen fra fylte 67 år kostnadsføres i perioden fram til antatt tidspunkt for førtidspensjonering (AFP). Ved beregning av AFP-forpliktelsene er det benyttet samme

forutsetninger som for de ordinære pensjonsforpliktelsene, samt estimat for uttakstilbøyeligheter.

1.9 Leieavtaler

Leieavtaler, hvor det vesentligste av risiko og avkastning er forbundet med eierskap, behandles som en operasjonell leieavtale og leiebetalinger klassifiseres som driftskostnad i regnskapet.

1.10 Kontantstrømoppstilling

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

2 Salgsinntekter

Fordeling hovedvaregrupper (mill. kr)	2005	2004
Svakvin	4 924,9	4 615,1
Sterkvin	146,7	145,4
Brennevin	3 550,8	3 443,7
Øvrige produkter	52,2	48,7
Andre salgsvarer	19,8	16,5
Sum	8 694,4	8 269,4

Alkoholavgifter utgjør 4 831,1 mill. kroner av salgsinntekter og varekostnad (4 636,3 mill. kroner i 2004).

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)	2005	2004
Lønn	459 359	432 843
Arbeidsgiveravgift	61 055	54 169
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	66 556	43 762
Innleid arbeidskraft	19 123	21 407
Andre godtgjørelser	6 240	6 183
Sum lønnskostnader	612 333	558 364

Gjennomsnittlig antall ansatte for 2005 er 1 702 (1 701 for 2004).

Lønn og andre ytelser adm. direktør (1 000 kr)	2005	2004
Lønn	1 201	1 159
Pensjonskostnad	276	263
Andre godtgjørelser	148	124
Sum	1 625	1 546

Tidligere adm. direktør fratradte sin stilling 31.12.2005. Etter avtale med Vinmonopolets styre og Helse- og omsorgsdepartementet, vil han imidlertid beholde sine godtgjørelser fra Vinmonopolet frem til han går av med pensjon i juni 2009. Beløpet utgjør 6,7 mill. kr. og er i sin helhet kostnadsført i 2005.

Samlet styrehonorar var i 2005 kr 708 750, herav til styrets leder kr 145 000 (i 2004 kr 668 500, herav kr 137 500 til styrets leder). Samlet honorar til bedriftsforsamlingen var kr 37 800 (i 2004 kr 37 400). Lovpålagt revisjon utgjør 690 000, mens honorar for andre tjenester er kr 5 000 (tall eksklusiv mva).

5

Andre driftskostnader

Andre driftskostnader inkluderer følgende kostnader:

(1 000 kr)	2005	2004
Andre personalkostnader	18 358	17 071
Frakt og transport	7 473	7 180
Elektrisitet	9 477	9 364
Kostnader lokaler	107 710	106 969
Inventar og driftsmaterialer	13 051	14 077
Vedlikeholds- og servicekostnader	20 039	17 781
Eksterne tjenester	23 324	15 945
Kontorrekvisita, trykksaker mv.	5 277	5 949
IT, telefon, kommunikasjon mv.	15 406	19 389
Reisekostnader	10 872	10 074
Informasjons- og emballasjemateriell	21 842	19 731
Forsikringer og bankomkostninger	11 462	11 186
Andre kostnader	5 698	8 352
Sum	269 987	263 068

6**Finansposter**

Finansposter inneholder følgende inntekter og kostnader:

Finansinntekter (1 000 kr)	2005	2004
Renteinntekter bank	10 281	7 623
Avkastning obligasjoner/sertifikater	6 361	10 770
Andre finansinntekter	5	16
Sum finansinntekter	16 647	18 409

Finanskostnader (1 000 kr)	2005	2004
Rentekostnader bank	1 366	1 772
Andre finanskostnader	2	16
Sum finanskostnader	1 368	1 788

7**Kontanter og bankinnskudd**

Per 31.12.2005 var 18,2 mill. kroner av selskapets bankinnskudd avsatt til betaling av skattetrekk for ansatte (17,6 mill. kroner i 2004).

8**Finansielle plasseringer**

Vinmonopolets finansielle plasseringer består av særinnskudd, obligasjoner og sertifikat med fast rente innenfor stats-, industri- og finanssektoren. Plasseringene hadde ved utgangen av 2005 en gjennomsnittlig durasjon på 2,2 år, og dersom investeringene ikke realiseres før ved forfall vil dette gi en gjennomsnittlig årlig avkastning på 3,5 prosent. Porteføljens gjennomsnittlige løpetid skal være fra 1 – 5 år. Plasseringene er fordelt som følger:

(1 000 kr)	Kostpris	Markedsverdi	Bokført verdi
Statsobligasjoner	44 476	44 738	44 738
Industriobligasjoner	30 616	30 667	30 667
Finansobligasjoner og særinnskudd	184 598	184 721	184 721
Sum	259 690	260 126	260 126

Gjennomsnittlig faktisk avkastning for 2005 utgjør 2,3 prosent p.a. De finansielle plasseringene klassifiseres som omløpsmidler og inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg. Selskapet har inntektsført urealisert gevinst på 435 800 kroner pr. 31.12. 2005.

9**Kundefordringer**

Kundefordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap på krav med kr 200 000 (i 2004 kr 200 000).

10

Andre kortsiktige fordringer

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

Fordringer (1 000 kr)	2005	2004
Påløpne renteinntekter	3 583	5 568
Forskuddsbetalte kostnader	7 569	737
Andre kortsiktige fordringer	1 010	870
Sum	12 162	7 175

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 4,2 mill. kroner (5,6 mill. kroner i 2004). Lånene er rentefrie og bundet inntil kontraktsutløp.

12

Varige driftsmidler

Driftsmidler (1 000 kr)	Anskaffel- seskost pr. 01.01.2005	Tilgang	Avgang/ Utran- gering	Anskaffel- seskost pr. 31.12.2005	Akkumulert av- og nedskrivn. pr. 31.12.2005	Bokført verdi 31.12.2005	Av- og ned- skrivning 2005
Inventar	292 717	31 318	3 227	320 807	192 234	128 574	37 011
EDB-utstyr/ programvare	208 532	8 654	141	217 045	184 808	32 236	24 279
Spes.tilpasset programvare	42 563	363	0	42 926	33 814	9 112	6 057
Transp.midler	4 501	54	140	4 555	4 112	442	260
Forr.bygg	89 591	6 362	2 819	93 135	49 104	44 031	1 649
Leide lokaler	117 710	15 348	1 380	131 678	61 875	69 803	12 500
Kunst	1 108	0	0	1 108	0	1 108	0
Tomter, ol	6 728	0	681	6 047	0	6 047	0
Sum	763 449	62 100	8 248	817 300	525 947	291 353	81 756

Eksterne kostnader knyttet til utvikling av administrative systemer er aktivert under programvare. Selskapet har i 2005 nedskrevet varige driftsmidler med 0,7 mill. kroner (5,0 mill. kroner i 2004). Gevinst ved salg av driftsmidler utgjør 11,7 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:

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 2004 og 2005.

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

(1 000 kr)	2005	2004
Resultat før skattekostnad	116 564	115 470
+/- Permanente forskjeller	1 716	1 685
- Vinmonopolavgift foregående år	- 28 171	- 18 406
+/- Endringer midlertidige forskjeller*	22 696	1 863
Årets skattegrunnlag	112 805	100 612
Vinmonopolavgift	31 585	28 171

* Endringen fremkommer ved årets midlertidige forskjeller på kr 429 238 fratrukket midlertidige forskjeller 31.12.04 på kr 35 336 og prinsippendring knyttet til regnskapsføring av pensjonsforpliktelser korrigert mot egenkapital på kr 371 206.

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

(1 000 kr)	31.12.2005	31.12.2004
Midlertidige forskjeller knyttet til:		
Kundefordringer	- 200	- 200
Varelager	- 300	- 300
Avsetninger etter GRS	-6 731	0
Andre kortsiktige poster	436	3 706
Sum kortsiktige poster	-6 795	3 206
Pensjonsforpliktelser	- 428 087	- 45 494
Anleggsmidler	5 644	6 952
Sum langsiktige poster	-422 443	- 38 542
Sum midlertidige forskjeller	- 429 238	- 35 336
Anvendt skattesats	28 %	28 %
Utsatt skattefordel	- 120 186	- 9 894

Spesifikasjon av regnskapsmessig vinmonopolavgift:

(1 000 kr)	2005	2004
Årets betalbare vinmonopolavgift	31 585	28 171
Endring utsatt skatt	-6 355	-522
Sum regnskapsmessig vinmonopolavgift	25 230	27 649

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

(1 000 kr)	2005	2004
28 % av årets resultat	32 638	32 331
Permanente forskjeller (28 %)	480	472
Fjorårets vinmonopolavgift (28 %)	- 7 888	- 5 154
Sum regnskapsmessig vinmonopolavgift	25 230	27 649

14

Overskuddsandel

Det er beregnet 40 prosent overskuddsandel av resultatet etter vinmonopolavgift for 2005.

15

Annen kortsiktig gjeld

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

(1 000 kr)	2005	2004
Lån fra ansatte gjennom eget interessekontor	55 542	61 189
Gavekort	15 369	12 557
Andre påløpte kostnader	785	876
Skyldig lønn og feriepenger	83 538	70 952
Sum annen kortsiktig gjeld	155 234	145 574

16

Aksjekapital

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

17

Egenkapital

(1 000 kr)	Aksjekapital	Annen egenkapital	Totalt
Egenkapital 31.12.2004	50	578 274	578 324
Effekt prinsippendring pensjoner	0	-267 268	-267 268
Årets resultat	0	91 333	91 333
Overskuddandel og utbytte	0	-36 533	-36 533
Egenkapital 31.12.2005	50	365 803	365 853

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	2005	2004
Årlig diskonteringsrente	4,5 %	6,0 %
Lønnsregulering	3,3 %	3,3 %
Pensjonsregulering	2,9 %	2,9 %
Avkastning på pensjonsmidler	4,5 %	6,5 %
Årlig G-økning	2,9 %	2,9 %
Aktuarmessige forutsetninger	2005	2004
Frivillig avgang	2,0 %	2,0 %
Uttakstilbøyelighet - AFP	50,0 %	50,0 %

Pensjonskostnadsberegning (1 000 kr)	2005	2004
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	50 939	35 031
Rentekostnad av påløpte pensjonsforpliktelser	40 131	38 558
Brutto pensjonskostnad	91 070	73 589
Avkastning av pensjonsmidlene	-26 416	-34 450
Resultatført estimatavik	0	5 729
Netto pensjonskostnad	64 654	44 868
Risikopremie/administrasjon	1 067	521
Netto pensjonskostnad før arbeidsgiveravgift	65 722	45 389
Beregnet arbeidsgiveravgift	9 267	6 399
Årets pensjonskostnad inkl. arbeidsgiveravgift	74 989	51 788
Herav andel trukket i ansattes lønn	- 8 433	- 8 026
Pensjonskostnad belastet årets resultat	66 556	43 762

Pensjonsforpliktelser (1 000 kr)	2005	2004
Pensjonsforpliktelser brutto	- 1 002 163	- 669 548
Pensjonsmidler	626 977	577 803
Netto pensjonsforpliktelser	- 375 186	- 91 745
Ikke resultatført estimatavik	0	51 874
Påløpt arbeidsgiveravgift (14 %)	-52 901	-5 622
Netto pensjonsforpliktelser inkl. arbeidsgiveravgift	- 428 087	- 45 493

19

Leieforpliktelser

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

(1 000 kr)	2006	2007	2008	2009	2010
Leieforpliktelser					
Butikker og kontorer	99 529	71 020	40 612	26 068	4 714

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)	2005	2004
Salgsinntekter	20 729	22 369
Vareforbruk	11 791	12 943
Ordinære avskrivninger	5	79
Andre driftskostnader	3 065	2 738
Driftsresultat	5 869	6 609
Finansposter	88	16
Årets resultat	5 957	6 625
Disponering årets resultat:		
Til Longyearbyen lokalstyre	5 957	6 625

Balanse per 31.12. (1 000 kr)	2005	2004
Anleggsmidler	0	5
Omløpsmidler	10 574	11 097
Sum eiendeler	10 574	11 102
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	6 194	6 722
Sum gjeld og egenkapital	10 574	11 102

De 50 meste solgte produktene

Bestselgerne 2005, 1000 liter					Andel	
Nr	Varenavn	Type	Land	Liter	Vin	Brennevin
1	J.P Chenet Cabernet-Syrah 2003/2004	Rødvin	Frankrike	1 495	2,8 %	
2	Lindemans Shiraz Cabernet 2005	Rødvin	Australia	1 198	2,3 %	
3	Gato Negro Cabernet Sauvignon 2004/2005	Rødvin	Chile	1 041	2,0 %	
4	La Boisélière	Rødvin	Frankrike	1 036	2,0 %	
5	Mezzomondo Negroamaro	Rødvin	Italia	775	1,5 %	
6	Viña Maipo Cabernet Sauvignon 2002/2005	Rødvin	Chile	756	1,4 %	
7	Chapelle du Bois 2004	Rødvin	Frankrike	733	1,4 %	
8	Boheme	Rødvin	Italia	717	1,4 %	
9	Robertson Cabernet Sauvignon 2003/2004	Rødvin	Sør-Afrika	681	1,3 %	
10	Tariquet	Hvitvin	Frankrike	670	1,3 %	
11	Rosemount Shiraz Cabernet 2004	Rødvin	Australia	578	1,1 %	
12	Soñador	Rødvin	Argentina	566	1,1 %	
13	Kalinka	Vodka	Norge	556		4,8 %
14	Banrock Station Shiraz Mataro	Rødvin	Australia	555	1,0 %	
15	Marqués de Chivé Tempranillo Crianza	Rødvin	Spania	542	1,0 %	
16	Amigo	Rødvin	Spania	540	1,0 %	
17	Vidigal Reserva 2003	Rødvin	Portugal	521	1,0 %	
18	Smirnoff	Vodka	USA	502		4,3 %
19	Absolut Vodka	Vodka	Sverige	490		4,2 %
20	Black Tower 2004	Hvitvin	Tyskland	460	0,9 %	
21	Arrow Ruby Cabernet	Rødvin	USA	457	0,9 %	
22	Dunavár Chardonnay 2003	Hvitvin	Ungarn	432	0,8 %	
23	Chapel Hill Rhine Riesling & Sauvignon Blanc 2004	Hvitvin	Ungarn	416	0,8 %	
24	Grand Veneur Merlot	Rødvin	Frankrike	411	0,8 %	
25	Campuguet Cuvée Jean-Lin Dalle	Rødvin	Frankrike	408	0,8 %	
26	Baileys Original Irish Cream	Likør under 22 %	Irland	408		3,5 %
27	Braastad V.S.O.P Réserve	Druebrennevin	Frankrike	399		3,4 %
28	El Copero 2004	Rødvin	Spania	380	0,7 %	
29	Cuvée Christer Berens M d'A	Rødvin	Italia	378	0,7 %	
30	Dr. L Riesling 2004	Hvitvin	Tyskland	374	0,7 %	
31	Vikingfjord	Vodka	Norge	372		3,2 %
32	Bache-Gabrielsen 3 kors	Druebrennevin	Frankrike	366		3,1 %
33	Marqués de Cáceres Vendimia Seleccionada 2002	Rødvin	Spania	341	0,6 %	
34	La Vida Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	339	0,6 %	
35	La Buvette Cabernet Sauvignon	Rødvin	Frankrike	336	0,6 %	
36	Periquita 2002	Rødvin	Portugal	326	0,6 %	
37	Bihn Liebfraumilch	Hvitvin	Tyskland	323	0,6 %	
38	Astica Tempranillo Malbec 2003/2004	Rødvin	Argentina	321	0,6 %	
39	Koskenkorva	Vodka	Finland	321		2,7 %
40	Dworek Vodka	Vodka	Polen	320		2,7 %
41	Canepa Estate Cabernet Sauvignon 2003/2005	Rødvin	Chile	320	0,6 %	
42	Othello	Rødvin	Frankrike	303	0,6 %	
43	Gran Feudo Reserva 2001	Rødvin	Spania	294	0,6 %	
44	Valpantena Corvina 2004	Rødvin	Italia	290	0,5 %	
45	J. P. Chenet Cabernet-Syrah 2004	Rødvin	Frankrike	285	0,5 %	
46	Kimberly Cabernet Sauvignon 2003/2004	Rødvin	Sør-Afrika	283	0,5 %	
47	Moselland Ars Vitis Riesling 2004	Hvitvin	Tyskland	282	0,5 %	
48	Argento Malbec 2004	Rødvin	Argentina	276	0,5 %	
49	Cappella	Rødvin	Italia	273	0,5 %	
50	Da Luca Primitivo Merlot	Rødvin	Italia	270	0,5 %	

Rikt varesortiment

Ved utgangen av 2005 besto Vinmonopolets totale vareutvalg av rundt 9 000 varianter fordelt på om lag 8 600 ulike produkter. Vinmonopolet skal være Norges ledende faghandelskjede og det store mangfoldet 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 butikkene inn i tre kategorier: Grunnsortiment, Hovedsortiment og Fullsortiment. I tillegg har Vinmonopolet fire «distriktsbutikker» 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 rundt 100 supplerende varianter (for eksempel halvflasker). Hovedsortimentet inneholder grunnsortimentet pluss de ca 350 mest solgte produktene, til sammen rundt 750. Fullsortimentet inneholder ca 1 300 produkter. Minipolene lagerfører de rundt 100 mest solgte produktene. I tillegg kan ca 7 300 merker leveres på bestilling i løpet av noen få dager.

Innkjøp

Vinmonopolet gjør alle sine innkjøp fra grossister med engrosbevilling. I løpet av 2005 er det trådt i kraft en ny bevillingsordning. Ordningen som ble administrert av Sosial- og helsedirektoratet bortfalt 1. juli, og ble erstattet av en registreringsordning som nå administreres av Tollvesenet. En Importregistrering gir rett til å selge alkoholholdige produkter til Vinmonopolet og serveringsnæringen. Ved utgangen av år 2005 hadde Vinmonopolet inngått avtale om innkjøp fra 139 registrerte bedrifter.

Markeds- og produktplan

Vinmonopolet utarbeider hvert halvår en Markeds- og produktplan. Planen legges ut på vårt ekstrasnett for grossister med bevilling. I planen redegjør Vinmonopolet for sine innkjøpsplaner. På bakgrunn av planen sendes det ut tilbudsforespørsler til grossistene. I 2005 er det sendt ut 223 tilbudsforespørsler som til sammen resulterte i tilbud på 3 476 produkter. 2 509 av tilbudene er testet sensorisk av sensorisk prøveinstans som er et panel av kvalifiserte dommere. Dette resulterte i innkjøp av 282 produkter. I tillegg til innkjøp med bakgrunn i tilbudskonkurranse, har Vinmonopolet en testordning hvor grossistene kan teste selvvalgte produkter i det norske markedet. I 2005 ble det lansert 202 produkter i testutvalget. 94 av testproduktene solgte et tilstrekkelig stort kvantum og ble kjøpt inn til basisutvalget.

Fokusområder

I 2003 innførte Vinmonopolet fokusområder i forbindelse med innkjøp og lanseringer. Fokusområde kan være 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 2005 har vi fokusert på følgende varettyper og områder: Sicilia, Cognac, Nordøst-Italia, Argentina, Bulgaria og Burgund.

Nemnd

En uavhengig nemnd for prøving av Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv ble opprettet med virkning fra 1. januar 1997, som en tilpasning til EØS-avtalen.

Nemnda behandler saker om innkjøp etter forskrift 11. november 1995 nr 938 om AS Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet mv, og er gitt kompetanse til å oppheve nærmere spesifiserte beslutninger fra Vinmonopolet knyttet til innkjøp av alkoholholdig drikk fra Vinmonopolets leverandører, jf. forskrift 16. januar 1996 nr 24 om nemnda. I 2005 ble syv klager oversendt nemnda for behandling, hvorav en er tatt til følge og en fortsatt er under behandling.

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:

$$\text{Avanse} = \text{Fast påslag} + \text{Verdipåslag}$$

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 4,9 prosent i 2005. Svakvin – som nå står for 80 prosent av Vinmonopolets salg – økte mest målt i liter. Det har aldri vært solgt mer svakvin i Norge enn i 2005.

Kroner og liter

Både omsetningen i kroner og liter økte fra 2004 til 2005. Bruttoomsetningen var på 10,9 mrd. kroner, en økning tilsvarende 6 prosent. Til sammen ble det solgt 66,4 mill. liter drikkevarer. Dette tilsvarer en volumøkning fra forrige år på 4,9 prosent. Målt i liter ren alkohol var økningen på 4,7 prosent. At omsetningen i liter ren alkohol øker mindre enn omsetningen målt i liter skyldes at salget av brennevin økte mindre enn salget av vin.

Utviklingen i salget

Økning i omsetning (kroner)	6,0 %
Økning i volum (totalt antall liter)	4,9 %
Økning i liter ren alkohol	4,7 %

Vi ser salgsøkningen i sammenheng med flere årsaker: Åpning av tre nye butikker, omlegging til selvbetjening i 29 butikker, stadig økende interesse for vin blant folk og i media, samt fortsatt høy kjøpekraft. Dessuten viser tall fra SIRUS (Statens institutt for rusmiddelforskning) at Vinmonopolet tar markedsandeler fra uregistrert alkoholomsetning som hjemmebrent og smuglersprit.

Vinmonopolets andel av totalsalget

Omregnet til ren alkohol har Vinmonopolet henholdsvis 90 og 93 prosent av den registrerte omsetningen av vin og brennevin. Det resterende volumet selges gjennom serveringsnæringen. Serveringsnæringen foretar størstedelen av sine innkjøp direkte fra grossist, men Vinmonopolet har også noe videresalg til serveringsnæringen.

Svakvin

Som svakvin defineres rødvin, hvitvin, rosévin, musserende vin, fruktvin, annen druevin, annen aromatisert svakvin og alkoholsvak vin. Salget av svakvin økte med 5,7 prosent til 52,9 mill. liter i 2005 – tidenes høyeste vinsalg i Norge. Salget av vin på kartong («pappvin» eller bag-in-box) fortsetter å øke, og utgjorde i 2005 halvparten av svakvinsmarkedet. I alt ble det solgt svakvin til en verdi av 6,2 mrd. kroner. Dette tilsvarer en økning på 7,8 prosent. At tallene i kroner og øre øker mer enn litersalget skyldes både prisøkning og at vi selger relativt mer av dyre 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. Antakelig kan mye av dette forklares utfra klimatiske forhold. Norge er et langt land med mye «vær» og lave temperaturer – store deler av året blir hvitvin for «lett» i store deler av landet.

I 2005 solgte Vinmonopolet 38,7 mill. liter rødvin til en verdi av 4,5 mrd. kroner. Dette representerte en volumøkning på 5,2 prosent og en omsetningsøkning på 7,2 prosent. Aldri tidligere har Vinmonopolet solgt så mye rødvin i løpet av et år. Salget av rødvin utgjorde i 2005 73,2 prosent av svakvinsalget (eller 58,3 prosent av totalsalget).

Rødvin

Frankrike var fortsatt markedsledende på rødvin i 2005, men opplevde nedgang for andre år på rad, reduksjonen var på 3,2

prosent til 8,1 mill. liter. Fortsetter denne utviklingen vil Italia, en av fjorårets vinnere i rødvinmarkedet og nest mest populære rødvinland i Norge i 2005 med en økning på 11,6 prosent til 7,9 mill. liter, bli markedsledende i 2006.

Størst fremgang – både målt i liter og prosent – opplever imidlertid Argentina. Landet er nå sjette mest populære rødvinland i Norge etter en vekst på 65 prosent til 2,4 mill. liter.

Mens spansk rødvin konsoliderte sin tredjeplass med 6,4 mill. liter fortsatte nedgangen for chilensk rødvin. Landet som var markedsledende på rødvin i perioden 1997 – 1999, opplevde i 2005 nedgang for sjette år på rad; salget ned 8,5 prosent til 4 mill. liter.

Også australske rødviner, med en økning på 27 prosent til 3,9 mill. liter, hadde et godt år. Landet var i 2005 femte største rødvinleverandør til det norske markedet.

Hvitvin

Salget av hvitvin økte med 6,3 prosent til 12,2 mill. liter i 2005. Det er fjerde gang i historien – og fjerde år på rad – Vinmonopolet selger mer enn 10 mill. liter hvitvin i løpet av et år. Det ble solgt hvitvin for 1,4 mrd. kroner i 2005.

For hvitvin er det nærmest dødt løp mellom gigantene Tyskland og Frankrike. Bare 18 000 liter skiller i Tysklands favør, landene noteres med henholdsvis 3,85 og 3,83 mill. liter. For tyske viner betyr dette en økning på 5,1 prosent fra året før, for franske en økning på 2,2 prosent. Mens

franske hvitviner dominerer salget om sommeren, selges det mest tyske hvitviner når det er kaldt og mørkt. Dette har antakelig sammenheng med at vi om høsten og vinteren er nede på «grunnfjellet» av hvitvinsentusiastene og at disse foretrekker tyske produkter. Tyske og franske viner har til sammen en markedsandel på 63 prosent av hvitvinssalget.

Som for rødvin er det hvite argentinere som økte mest i 2005 – både i liter og prosent; opp 161 prosent til 0,4 mill. liter. Også italienske hvitviner hadde vekst i 2005, opp 16 prosent til 1,1 mill. liter. Landet er tredje største hvitvinsleverandør til det norske markedet.

Musserende

Salget av musserende vin økte med 9 prosent til 1,35 mill. liter. Verdien av salget var 220 mill. kroner i 2005, en økning på 11,4 prosent fra 2004. Det er fortsatt de spanske merkene som dominerer kategorien, med Italia og Frankrike på de to neste plassene. Mens salget av spanske og italienske musserende økte med henholdsvis 12 og 6 prosent til 464 000 og 374 000 liter, økte salget av franske musserende med 11 prosent til 342 000 liter. Disse tre landene står for 87,1 prosent av salget av musserende i Norge.

Rosévin

Ellers ser det ut til at den «glemte» rosévinen er på vei tilbake. Produktkategorien, som det ble solgt over en million liter av i 1980, lå tjue år senere nede med «bruket rygg» – i 2000 solgte Vinmonopolet bare 186 000 liter rosévin. I 2005 var salget på 378 000 liter, en økning på 33 prosent fra året før. Det ser altså ut til at nordmenn,

smått om senn, er i ferd med å gjenoppdage rosévinen.

Sterkvin

Varegruppen omfatter bl.a. vermut, sherry, portvin og madeira. Det ble solgt 1,05 mill. liter sterkvin til en verdi av 183 mill. kroner i 2005. Dette innebærer en nedgang i salgsvolum (liter) på 4,7 prosent, men en oppgang i omsetningen (kroner) på 1,7 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 614 000 liter.

Brennevin

Salget av brennevin inneholdende mer enn 22 volumprosent økte med 2,9 prosent fra 10,4 mill. til 10,7 mill. liter. Verdien av dette salget var på 4,2 mrd. kroner, en oppgang på 4,2 prosent fra 2004.

Selv om vodka er den mestselgende brennevins-kategorien – opp 3,5 prosent til 3,7 mill. liter – domineres fortsatt brennevinsmarkedet i Norge av brune brenneviner, fortrinnsvis druebrennevin som det – etter en oppgang på 0,9 prosent – ble solgt 2,95 mill. liter av i 2004. Av druebrennevinene er særlig cognac populært. Salget av cognac økte med 3,4 prosent til 2,1 mill. liter.

Cognac

Cognac og annet druebrennevin står i en særstilling her til lands. Mens hver svenske årlig kjøper mindre enn 0,1 liter druebrennevin, går hver nordmann til

anskaffelse av snaut 0,7 liter. Det er store forskjeller mellom landsdelene. Mens trøndere og nordlendinger kjøpte en drøy liter druebrennevin på Vinmonopolet i 2005, var tallet for sørlendingene 0,3 liter i gjennomsnitt. Igjen spiller antakelig klimatiske forhold en viktig rolle. Man trenger, bokstavelig talt, noe å varme seg på i kulda og blåsten nordover i landet.

Akevitt

Også akevitt seiler i medvind. Salget av vårt tradisjonelle, norske brennevin økte med 24 000 liter til 1,06 mill. liter, den største omsetningen av akevitt siden 1981. Salget av whisky stoppet til slutt på 1,25 mill. liter etter en oppgang på 1,7 prosent.

Stabil salgsutvikling

Salgsutviklingen for brennevinsbaserte produkter inneholdende under 22 volumprosent var relativt stabil fra 2004 til 2005. For kategorien var det en liten nedgang på 1,5 prosent til 1,01 mill. liter i 2005.

Sterkøl

Salget av sterkøl økte med 0,5 prosent til 708 000 liter. Samlet salgsv verdi for 2005 var 56 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 2,5 prosent og stoppet til slutt på 85 000 liter i 2005. Verdien av dette salget var drøyt 7,4 mill. kroner.

Priser og avgifter

Per 1. januar 2005 og 2006

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 2005 og 1. januar 2006.

Merke	Smirnoff		Bailey's Original Irish Cream		La Frontera Amontillado Superiore		Gato Negro Cabernet Sauvignon		Aass Gulløl	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Grossistenes nettopris	39,34	39,78	63,43	69,64	31,85	33,63	20,57	20,13	6,60	7,24
Vinmonopolets avanse	13,81	13,91	21,11	21,78	12,65	13,14	9,51	9,38	3,97	4,02
Avgifter	196,75	200,21	105,26	108,48	80,50	82,23	49,82	50,39	10,83	11,14
Pant									1,00	1,00
Pris til kunde	249,90	253,90	189,90	199,90	125,00	129,00	79,90	79,90	22,40	23,40

Prisutvikling

Gjennomsnittlig prisutvikling per hovedvaretype fra 2002 til 2006 (per 1. januar)

Hovedvare	2002/2003	2003/2004	2004/2005	2005/2006
Svakvin	0,7 %	2,0 %	3,1 %	0,9 %
Brennevin	- 4,2 %	2,5 %	2,0 %	2,2 %
Sterkvin	1,8 %	2,4 %	3,9 %	1,5 %
Øl	2,5 %	1,3 %	2,3 %	3,2 %
Totalt	- 1,6 %	2,2 %	2,8 %	1,5 %

Utvikling av alkoholavgifter 2002– 2006:

Alkoholholdig drikk med alkoholstyrke	2002	2003	2004	2005	2006	
Over 22 volumprosent	kr 5,98	kr 5,44	kr 5,54	kr 5,54	kr 5,64	Per volumprosent og liter
Brennevin under 22 volumprosent	kr 3,47	kr 3,55	kr 5,54	kr 5,54	kr 5,64	Per volumprosent og liter
Mellom 4,75 og 22 volumprosent	kr 3,47	kr 3,55	kr 3,61	kr 3,61	kr 3,67	Per volumprosent og liter
Mellom 3,75 og 4,75 volumprosent	kr 15,55	kr 15,89	kr 16,18	kr 16,18	kr 16,46	Per liter
Mellom 2,75 og 3,75 volumprosent	kr 8,98	kr 9,18	kr 9,35	kr 9,35	kr 9,51	Per liter
Mellom 0,70 og 2,75 volumprosent	kr 2,38	kr 2,43	kr 2,47	kr 2,47	kr 2,51	Per liter
Mellom 0,00 og 0,70 volumprosent	kr 1,54	kr 1,55	kr 1,58	kr 1,58	kr 1,61	Per liter

Emballasjeavgift for 2006

Emballasjeavgiften er todelt og består av en fast grunnavgift og en variabel miljøavgift. Grunnavgiften per enhet er satt til kr 0,93, og utgangsbetøpet for den variable miljøavgiften kr 4,54.

Norsk Glassgjenvinning administrerer en godkjent returordning for glass. Den variable miljøavgiften reduseres med en beregnet prosentvis returandel. For tiden er returandelen på 90 prosent og det svares derfor bare 10 prosent av avgiften. Per 1. januar 2006 utgjør den variable miljøavgiften kr 0,45. Den samlede emballasjeavgiften for glass utgjør kr 1,38 per enhet.

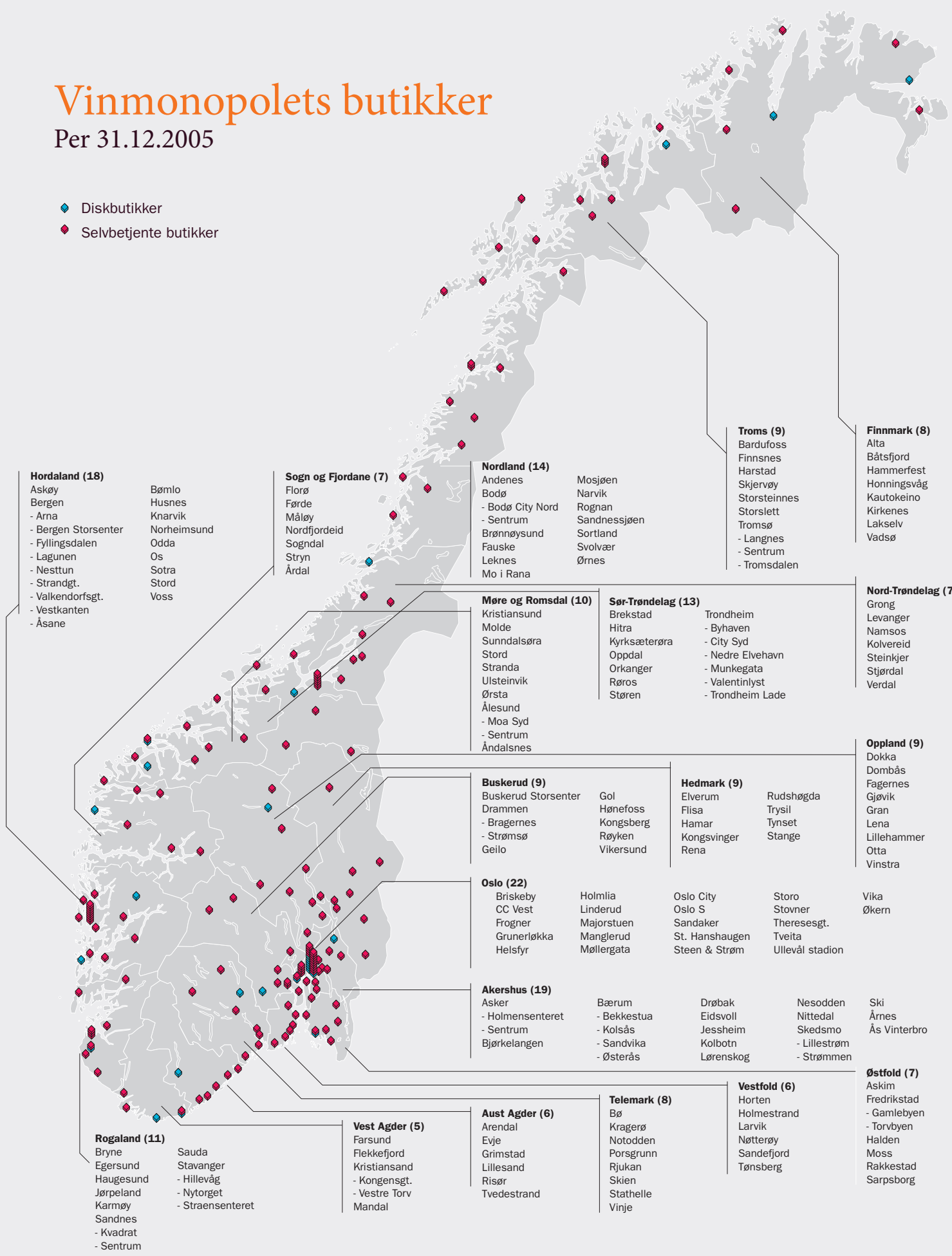
For plast og BIB-produkter er den samlede emballasjeavgiften kr 2,57 per enhet, og for produkter tappet på ren plast (pet-flasker) kr 1,53 per enhet.

Det svares merverdiavgift av både alkoholavgift og emballasjeavgift.

Vinmonopolets butikker

Per 31.12.2005

- ◆ Diskbutikker
- ◆ Selvbetjente butikker



Hordaland (18)

- Askøy
- Bergen
- Arna
- Bergen Storsenter
- Fyllingsdalen
- Lagunen
- 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
- Storsteinnes
- Storslett
- Tromsø
- Langnes
- Sentrum
- Tromsdalen

Finmark (8)

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

Møre og Romsdal (10)

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

Sør-Trøndelag (13)

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

Nord-Trøndelag (7)

- Grong
- Levanger
- Namsos
- Kolvereid
- Steinkjer
- Stjørdal
- Verdal

Buskerud (9)

- Buskerud Storsenter
- Drammen
- Bragernes
- Strømsø
- Geilo

- Gol
- Hønefoss
- Kongsberg
- Røyken
- Vikersund

Hedmark (9)

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

Oppland (9)

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

Oslo (22)

- Briskeby
- CC Vest
- Frogner
- Grunerløkka
- Helsfyr

- Holmlia
- Linderud
- Majorstuen
- Manglerud
- Møllergata

- Oslo City
- Oslo S
- Sandaker
- St. Hanshaugen
- Steen & Strøm

- Storo
- Stovner
- Theresesgt.
- Tveita
- Ullevål stadion

- Vika
- Økern

Akershus (19)

- Asker
- Holmensenteret
- Sentrum
- Bjerkelangen

- Bærum
- Bekkestua
- Kolsås
- Sandvika
- Østerås

- Drøbak
- Eidsvoll
- Jessheim
- Kolbotn
- Lørenskog

- Nesodden
- Nittedal
- Skedsmo
- Lillestrøm
- Strømmen

- Ski
- Årnes
- Ås Vinterbro

Rogaland (11)

- Bryne
- Egersund
- Haugesund
- Jørpeland
- Karmøy
- Sandnes
- Kvadrat
- Sentrum

- Sauda
- Stavanger
- Hillevåg
- Nytorget
- Straensesenteret

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)

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

Østfold (7)

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

Butikkene

Vinmonopolets butikker er spredt over hele landet fra Mandal i sør og Honningsvåg i nord. Butikkenes omsetning varierer fra 3,1 til 258,6 mill. kroner (for detaljer om butikkenes omsetning, se tabell 6 i statistikkdelen). For økt kundetilgjengelighet har man de senere årene åpnet flere mindre butikker. I enkelte områder er dette til god avlastning for de store butikkene.

I 2005 ble det åpnet tre nye selvbetjente butikker. I tillegg ble 29 butikker konvertert fra disk til selvbetjent.

Tabell med nye butikker:

Følgende butikker ble etablert i 2005	Type butikk	Åpningsdato
Oslo Ullevål Stadion	Selvbetjent	31. mars
Bergen Lagunen	Selvbetjent	21. april
Lena	Selvbetjent	13. oktober

174 av 198 butikker er nå selvbetjente. I løpet av 2006 vil de fleste butikkene være selvbetjente. Innføring av selvbetjente butikker som en forsøksordning i 1998 og senere som et fast konsept, har vært et vesentlig bidrag til både fornøyde kunder og ansatte. Kundene trives med å se og plukke varer selv. Samtidig spares de ansatte for henting og bæring av varer.

Den fylkesvise planen gir følgende fordeling av butikkene:

Fylke	Antall 31.12.2005	Planlagt 2006 *)	Antall 2006
Østfold	7	Eidsberg og Hvaler	9
Akershus	19		19
Oslo	22	Oslo	23
Hedmark	9		9
Oppland	9	Vågå	10
Buskerud	9		9
Vestfold	6		6
Telemark	8	Seljord	9
Aust-Agder	6		6
Vest-Agder	5	Vennesla, Lyngdal	7
Rogaland	11		11
Hordaland	19		19
Sogn og Fjordane	7	Gloppen	8
Møre og Romsdal	10	Herøy, Sykkylven og Elnesvågen	13
Sør-Trøndelag	13	Melhus og Rissa	15
Nord-Trøndelag	7		7
Nordland	14	Hadsel	15
Troms	9		9
Finnmark	8		8
Sum	198	14	212

Antall kunder i 2005

Vinmonopolets butikker hadde om lag 27,8 mill. kunder i 2005, med et totalsalg på 66,4 mill. liter, gir det et gjennomsnitt på om lag 2,37 liter per ekspedering.

I 2004 ble det besluttet å etablere butikker på Røa i Oslo og Elnesvågen i Møre og Romsdal. Problemer med å finne egnede lokaler til disse butikkene er årsaken til at de åpnes først i 2006.

*) Kommune

Oversikt over butikker

Per 31.12.2005

Region ØST - 50 butikker – herav 45 selvbetjente

Bjørkelangen	selvbetjent
Dokka	selvbetjent
Dombås	selvbetjent
Eidsvoll	
Elverum	selvbetjent
Fagernes	selvbetjent
Flisa	selvbetjent
Geilo	selvbetjent
Gjøvik	selvbetjent
Gol	selvbetjent
Gran	selvbetjent
Hamar	selvbetjent
Jessheim	selvbetjent
Kongsvinger	selvbetjent
Lena	selvbetjent
Lillehammer	selvbetjent
Lillestrøm	selvbetjent
Nittedal	selvbetjent
Oslo	
Alna	selvbetjent
Briskeby	selvbetjent
CC Vest	selvbetjent
Frogner	selvbetjent
Grünerløkka	
Holmlia	selvbetjent
Linderud	selvbetjent
Majorstuen	selvbetjent
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
Ullevål Stadion	selvbetjent
Vika	selvbetjent
Økern	selvbetjent
Otta	
Rena	selvbetjent
Rudshøgda	selvbetjent
Stange	selvbetjent
Strømmen	selvbetjent
Lørenskog Storsenter	selvbetjent
Trysil	selvbetjent
Tynset	selvbetjent
Vinstra	selvbetjent
Årnes	selvbetjent

Region SØR - 50 butikker – herav 41 selvbetjente

Arendal	selvbetjent
Asker	
Trekanten	selvbetjent
Holmensenteret	selvbetjent
Askim	selvbetjent
Buskerud Storsenter	selvbetjent
Bærum	
Bekkestua	selvbetjent
Kolsås	selvbetjent
Sandvika	
Østerås	selvbetjent
Bø	selvbetjent
Drammen	
Bragernes	selvbetjent
Strømsø	selvbetjent
Drobak	selvbetjent
Evje	
Farsund	selvbetjent
Flekkefjord	selvbetjent

Fredrikstad	
Torvbyen	selvbetjent
Gamlebyen	
Grimstad	
Halden	selvbetjent
Holmestrand	selvbetjent
Horten	selvbetjent
Hønefoss	selvbetjent
Kolbotn	
Kongsberg	
Kragerø	selvbetjent
Kristiansand	
Kongsgst.	selvbetjent
Vestre Torv	
Larvik	selvbetjent
Lillesand	selvbetjent
Mandal	
Moss	selvbetjent
Nesodden	selvbetjent
Notodden	
Nøtterøy	selvbetjent
Porsgrunn	selvbetjent
Rakkestad	selvbetjent
Risør	selvbetjent
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 - 42 butikker – herav 36 selvbetjente

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

Stord	selvbetjent
Stranda	selvbetjent
Stryn	selvbetjent
Ulsteinvik	selvbetjent
Voss	
Ørsta	
Ålesund	
Ålesund sentrum	selvbetjent
Stormoa	selvbetjent
Årdal	selvbetjent

Region NORD - 56 butikker – herav 52 selvbetjente

Alta	selvbetjent
Andenes	selvbetjent
Bardufoss	selvbetjent
Bodø	
Bodø sentrum	selvbetjent
Bodø City Nord	selvbetjent
Brekstad	selvbetjent
Brønnøysund	selvbetjent
Båtsfjord	selvbetjent
Fauske	selvbetjent
Finnsnes	selvbetjent
Grong	selvbetjent
Hammerfest	selvbetjent
Harstad	selvbetjent
Hitra	selvbetjent
Honningsvåg	selvbetjent
Kautokeino	selvbetjent
Kirkenes	selvbetjent
Kolvareid	
Kristiansund	selvbetjent
Kyrksæterøra	selvbetjent
Lakselv	
Leknes	selvbetjent
Levanger	selvbetjent

Mo i Rana	selvbetjent
Molde	selvbetjent
Mosjøen	selvbetjent
Namsos	selvbetjent
Narvik	selvbetjent
Oppdal	selvbetjent
Orkanger	selvbetjent
Rognan	selvbetjent
Røros	selvbetjent
Sandnessjøen	selvbetjent
Skjervøy	selvbetjent
Sortland	selvbetjent
Steinkjer	selvbetjent
Stjørdal	selvbetjent
Storslett	
Storsteinnes	selvbetjent
Støren	selvbetjent
Sunnalsøra	selvbetjent
Surnadal	selvbetjent
Svolvær	selvbetjent
Tromsø	
Langnes	selvbetjent
Tromsø 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	selvbetjent



Årgang 2005

Når dette skrives, er det fortsatt i tidligste laget å si så mye om hvordan vinene fra 2005 vil smake fordi mange av dem fortsatt ligger og døser på fat og i tank. De klimatiske forholdene fra fjoråret gir riktignok indikasjoner på hva vi kan vente oss fra de forskjellige land.

Variasjon i værforholdene er noe som kjennetegner 2005. Tørke eller i det minste lite nedbør preget store deler av Europa i fjor, i hvert fall for Portugal, Spania og Frankrikes del. Dette førte til at det ble laget mindre vin her enn året før. Lav avkastning knyttes gjerne til høy kvalitet, og inntrykket er også at vi kan forvente flotte og gode viner fra 2005.

Frankrike

2005 ga en vinhøst som var rundt ni prosent mindre enn året før, samlet 53,3 millioner hektoliter. Dette er også noe mindre enn i et normalt år. Nedgangen gjelder både kvalitetsvin (AOC-vin) og enklere viner (Vin de Pays og Vin de Table).

Bordeaux

Vinåret i Bordeaux illustrerer årgangen i Frankrike ganske godt. Det var lite nedbør på vårparten, og nærmest ikke nedbør i juli og august. Generelt var det varmt, med en høy gjennomsnittstemperatur, men kjøligere og med færre varmetopper enn i det nærmest ekstreme året 2003. Vinene fra 2005 forventes å holde høy kvalitet, med et svalere frukt-bilde enn 2003-årgangen, samtidig med godt med tanniner uten at de tar overhånd. Både de grønne og blå druene ser ut til å ha klart seg veldig bra dette året. Produsentene av søte hvite viner som

Sauternes er også veldig entusiastiske. Muggsoppen botrytis cinerea utviklet seg godt i oktober og konsentrerte druene til et nivå lik det man så i den klassiske årgangen 2001.

Burgund

Forventningene i Burgund er også høye, om enn ikke så overveldende som for Bordeaux. Både Pinot Noir og Chardonnay har hatt gode vekstvilkår, men det er mulig at Chardonnayene har hatt en liten fordel, og at de hvite vinene får et lite forsprang over de røde. Avkastningene er generelt noe lavere enn i et normalår. I sør, i Maconnais, ble avlingen begrenset på grunn av lokale haglskurer. Chablis hadde lavere avkastning og mer regn enn Côte d'Or. Flere produsenter snakker om stor kompleksitet og et tydelig karakteristisk mineralisk innslag i vinene.

Champagne

Årgangen ser ut til å være veldig god i Champagne, kanskje spesielt for druen Chardonnay. Selv om det er vel tidlig å avgjøre, ser det ut til at vi kan forvente årgangschampagner fra 2005. Chardonnay nådde flere steder enda høyere modenhet enn Pinot Noir og særlig Pinot Meunier. Sykdom og til dels høy avkastning på grunn av store klaser var et problem for noen, mens alkoholinnholdet var i gjen-

nomsnitt noe høyere enn normalt for regionen. Syrenivået var for noen produsenter også noe lavere enn de gjerne skulle ønsket seg.

Rhône

Både Sør- og Nord-Rhône opplevde en god årgang i 2005. Takket være godt vær gjennom hele vekstsesongen, med lite regn og kjølige netter og lavere temperaturer enn i 2003 ble druene plukket i moden og sunn stand. Produksjonsmengden er riktignok lavere enn normalt. Det var lite regn mellom april og august, men nettopp de kjølige nettene opprettholdt balansen i druene, og ga godt syrenivå. I september kom det spredt regn, mer i sør enn i nord, men den sterke Mistralvinden tørket opp druene.

Languedoc-Roussillon

I Languedoc-Roussillon er tilbakemeldingene delte om årgangen. Området opplevde den tørreste vekstsesongen på flere tiår. Dette ble fulgt av regn i innhøstingsperioden. De som unngikk regnet oppnådde gode resultater. I de nordlige områdene kom regnet i månedsskiftet august-september. De vestlige områdene ble i stor grad spart for dette. Eksempelvis klarte Limoux seg bra mens Minervois var mindre heldig.

Loire

Også fra Loire kommer det gode tilbakemeldinger om 2005. En lavere avkastning enn normalt, men av veldig god kvalitet. Også her var det tørt og varmt, med kjølige netter, og heller ikke her så varmt som i 2003. Druene ble mange steder perfekt modne. For noen ble det spørsmål om å høste på rett tidspunkt, før druene ble overmodne. Også botrytis så ut til å trives dette året, så vi kan også vente oss godt med søte viner.

Italia

Også Italia regner med en betydelig mindre vinhøst enn i 2004, ned over 10 prosent. Her er riktignok ikke tilbakemeldingene i forhold til kvaliteten så gode som for Frankrike. Her er også vekstseksjonen preget av tørt vær, men nedbørsmengden i september var betydelig større enn året før. En del steder opplevde man tørkende vinder og til dels fint vær senere på høsten, men produsentens utvelgelse av sunne druer er nøkkelkriteriet for gode viner dette året. De hvite vinene ser gjennomgående ut til å bli bedre enn de røde i 2005.

Piemonte

2. oktober startet en seksdagers regnperiode i Piemonte. De som plukket før denne dagen har gjort det bedre enn dem som ikke rakk det. Barbera og Dolcetto ble høstet tidligere, så det er Nebbiolo i bl.a. Barolo og Barbaresco som var utsatt. De som unngikk regnet melder om sunn frukt og godt strukturerte viner.

Toscana

Generelt er tendensen at 2005 ikke er noe stort år for hoveddruen i Toscana, Sangiovese. Den fuktige høsten førte til dårlig modning og flere steder også til råte. Det er også her betydelige variasjoner innad i området. I Chianti Classico ble for eksempel de høyestliggende områdene, med god drenering og utlufting av vinmarkene mer skånet enn de lavestliggende områdene.

Spania

Spania var et av de landene hvor tørken slo til i 2005. Temperaturene var samtidig høyde, men ikke ekstreme. Resultatet er en liten avling, ned nesten 20 prosent fra året før, med små og konsentrerte druer. Mugg og råte var nesten fraværende, og kvaliteten ser ut til å være veldig god, særlig for de røde vinene. I Rioja ser Tempranillo ut til å ha gjort det bedre enn Garnacha. Mangel på syre eller friskhet kan være et problem. Frost i september gjorde at mange av bladene forsvant fra plantene i Ribera del Dureo, som førte til ubeskyttede druer. Tempranilloen ser likevel ut til å ha godt med farge, modne tanniner og godt med syre. Katalonia, med områdene Penedès og Priorat opplevde kraftig regnvær 7. og 8. september, men ikke nok til å skape råte eller mugg.

Portugal

For tredje år på rad var også Portugal plaget av tørke. Effektene av tørken var å se overalt. I nord var de spesielt utsatt for et løververk som var blitt helt brunsvidd av solen, og i tillegg var det mange

skogbranner. Selv med de stressfaktorer tørken bragte med seg ble druene i stor grad sunne og friske. Regn i september hjalp også til med nødvendig balanse. De nord- og østvendte vinmarkene og de høyestliggende områdene var der resultatene ble best.

Tyskland

2005 ble en god årgang i Tyskland. Druene har fått god modning, og kombinert med relativt bra syrenivå lover dette godt. Selv om syren og friskheten ikke er like knasende som i -04 har samtidig druene blitt mer modne, om enn ikke så varme og mektige som i -03, som mange igjen synes ga for mye. Kvaliteten blir altså høy, men avkastningen lavere enn normalt. Produsenter i Rheingau melder om opp til 30 prosent reduksjon. Her ble resultatet best i de bratte, godt drenerte vinmarkene. Etter flere uker med sol senhøstes og kjølige netter kunne det høstes inn små, aromatiske druer med tykt skall. Noen steder blir 2005-årgangen sammenlignet i struktur og stil med den meget gode 2001-årgangen.

Østerrike

En noe vanskelig årgang er meldingene fra Østerrike om 2005. En kald vår med en sein og irregulær blomstring ble fulgt av en sommer som heller ikke klarte å leve opp til navnet. I august kom regnet, og september var kjølig. Men så, så kom sola og varmen. Dette var tidlig nok for en del druetype, som Riesling og Grüner Veltliner i Wachau og Kamptal, mens andre igjen måtte arbeide intensivt i vinmarken for å oppnå god nok modning.

Noen druer, som for eksempel Chardonnay, ble ofte utsatt for råte. Likevel blir det laget mange gode viner i Østerrike i 2005, selv om friskheten kan bli lavere enn normalt og i hvert fall i forhold til årgangen før.

Ungarn

Også Ungarn er preget av en vanskelig årgang. I Tokaji lot våren vente på seg, og blomstringen kom sent. Våren var preget av regn og haglskurer, som hindret optimal modning. Nedbørmengden lå nesten en tredjedel over normalen. Høsten var bra med god varme og mye sol fra august av, så druene rakk å ta igjen det fortapte. Ikke ideelle forhold, men aszúviner som er mer fruktige enn dem fra 2004 meldes det om.

USA

I motsetning til Europa opplevde man i USA en økning i vinproduksjonen i 2005 mot året før, på rundt ni prosent. Årgangen betegnes som «god», selv med til dels store variasjoner i været. I California var våren usedvanlig kald og regnfull. Vekstsesongen generelt var ganske normal, hvor både blomstring og veraison (tidspunktet blå druer skifter farge) skjedde på normal tid. I Napa Valley er de veldig fornøyd med årgangen, hvor druene ble plukket veldig sent, og var fulle av aroma.

Chile

Vinåret i Chile, som strakk seg fra 2004 – 2005, blir betegnet som et meget godt år. Det var et år med lavere gjennomsnittstemperaturer enn normalt for sommeren, som førte til at en del viner

har noe lavere alkoholinnhold enn ellers. Dette kan være av det gode, i et land der alkoholinnholdet faktisk kan bli for høyt. Ren og tiltalende frukt er beskrivelse av vinene, i alt fra Sauvignon Blanc, Chardonnay, Cabernet Sauvignon, Carmenere og Merlot. Innhøstingen skjedde overalt senere enn normalt, og var ferdig rundt midten av mai.

Sør-Afrika

Årgangen har ikke vært helt enkel for vinbøndene i Sør-Afrika i 2005, men vinene ser likevel ut til å bli bra. Varmt og tørt vær ga en liten avling med godt konsentrerte blå druer. Også de grønne druene, som blir plukket tidligere, ga en liten avling. Fra Cape-regionen ser både Sauvignon Blanc og Chenin Blanc ut til å ha gjort det spesielt bra.

Australia

Årgangen 2005 beskrives som en konsistent årgang i Australia, med generelt gode værforhold. Noe kjøligere enn normalt, med få heteperioder og nok regn, førte til jevnt modnende frukt og en god kvalitet. Noe regn og haglstormer opplevde riktignok Riverina i New South Wales og østre deler av Victoria. Produksjonen gikk opp seks prosent mot året før, nok en ny produksjonsrekord i Australia. Chardonnay ser riktignok ut til å slite med høyt nok syreinnhold.

New Zealand

Produksjonen gikk ned åtte prosent fra rekordåret 2004, men kvaliteten ser ut til å bli god for vinene fra New Zealand. På North Island og Hawke's Bay hadde de en

veldig varm sommer, men regnet kom til innhøstingen. De grønne druene gjorde det ikke så bra, men de røde desto bedre. På South Island var de plaget med kulde ved blomstring, som førte til lave avlinger, men kvalitetsmessig godt utbytte. Også i Central Otago ble Pinot Noir angrepet av frost ved blomstring, men også her forløp vekstsesongen seg videre normalt og kvaliteten ser ut til å være god.

Argentina

Argentina opplevde et år med mer normale temperaturer enn de tre foregående varme årene. Det var en lang og noe kjøligere vekstsesong enn vanlig, som sluttet med en sen innhøsting. Det sørlige Mendoza ble rammet av frost under blomstringen i november, men fikk til gjengjeld mange fine dager på høsten som gavnet de sent modnende druene som Malbec og Cabernet Sauvignon.

Statistikk

Tabell 1. Solgte varemengder 1996 – 2005, hovedvaretype, 1000 liter

År	Totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholritt ⁵
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
2005	66 410	11 678	1 047	52 893	708	85

Tabell 2. Solgte varemengder 2001 – 2005, hovedvaretype og alkoholinnhold, 1000 liter

Varegruppe	2001	2002	2003	2004	2005
Brennevin ¹	9 027	11 188	11 538	11 389	11 678
Over 22 volumprosent	8 047	8 768	9 863	10 363	10 668
15-22 volumprosent	851	1 024	1 109	954	962
7-14,99 volumprosent	42	45	48	28	26
Under 7 volumprosent	87	1 351	517	43	23
Sterkvin ²	1 224	1 200	1 141	1 098	1 047
15-22 volumprosent	413	412	417	807	918
Under 15 volumprosent	811	788	724	291	129
Svakvin ³	43 183	45 694	47 529	50 064	52 893
Øl ⁴	655	708	697	705	708
Alkoholritt/lettvin ⁵	78	81	80	83	85
I alt	54 167	58 871	60 985	63 338	66 410

Tabell 3. Solgte mengder brennevin ¹ 2001 – 2005, ulike varettyper, 1000 liter

Varetypenavn	2001	2002	2003	2004	2005
Vodka ⁶	2 695	2 975	3 374	3 566	3 691
Druebrennevin	2 251	2 462	2 804	2 919	2 945
Cognac	1 386	1 618	1 901	2 022	2 090
Annet druebrennevin	865	844	903	897	855
Whisky	1 054	1 098	1 202	1 231	1 252
Skottland	816	840	916	940	945

Varetypenavn	2001	2002	2003	2004	2005
- Maltwhisky	38	42	50	69	73
- Øvrig skotsk whisky	778	798	866	870	871
Irland	80	91	111	120	131
Canada	122	124	128	118	113
USA	37	42	48	53	63
Likør	884	1 007	1 090	1 046	1 065
Likør under 22 %	596	720	808	751	769
Likør over 22 %	288	287	282	295	296
- Urtelikør	108	112	122	133	137
- Sitruslikør	70	74	80	82	79
Akevitt	823	897	1 003	1 040	1 064
Gin	376	426	479	506	520
Bitter	357	388	434	445	469
Bitter over 22 %	287	314	363	385	414
Bitter under 22 %	70	73	71	60	55
Rom	103	126	144	136	132
Hvit rom	83	102	114	102	92
Brun rom	20	23	30	35	40
Fruktbrennevin	48	51	55	59	59
Tequila	38	40	43	44	42
Calvados	9	11	12	14	15
Genever	42	39	39	37	34
Øvrig brennevin	394	1 720	914	402	448
Øvrig brennevin over 22 %	84	92	117	187	261
Øvrig brennevin under 22 %	311	1 627	797	215	187
Totalt	9 028	11 188	11 538	11 389	11 678

Tabell 4. Solgte mengder sterkvin ³ 2001 – 2005, 1000 liter

Sterkvinn	2001	2002	2003	2004	2005
Vermut	811	791	725	680	614
Sherry	248	235	226	218	204
Portvin	134	137	140	140	140
Madeira	13	13	14	14	13
Annen sterkvin	18	24	36	46	75
Sterkvinn, totalt	1 224	1 200	1 141	1 098	1 047

Tabell 5. Solgte mengder svakvin ³ etter varetype, land og distrikt, 2001 – 2005, 1000 liter

Land	2001	2002	2003	2004	2005
Rødvin	31 151	32 460	34 950	36 807	38 724
Frankrike	8 382	9 665	9 768	8 423	8 149
- Languedoc-Roussillon	5 274	6 526	6 496	5 080	4 924
- Rhône ⁷	630	670	601	1 179	1 215
- Bordeaux	648	380	395	385	363

Land	2001	2002	2003	2004	2005
- Burgund	165	204	209	195	192
- Andre franske	1 666	1 886	2 067	1 584	1 455
Italia	6 050	6 824	7 330	7 085	7 906
- Puglia	3 127	3 005	3 359	2 959	2 942
- Veneto	905	978	961	1 054	1 459
- Abruzzo	680	829	717	789	1 059
- Sicilia	59	259	465	594	780
- Toscana	421	473	460	514	544
- Piemonte	98	147	236	338	420
- Andre italienske	760	1 132	1 131	838	702
Spania	5 120	5 769	6 227	6 091	6 353
- Rioja	1 473	1 609	1 570	1 412	1 451
- Catalonia	1 525	1 360	1 120	1 006	1 126
- Navarra	312	348	346	525	628
- Andre spanske	1 809	2 452	3 191	3 148	3 147
Chile	5 765	4 807	4 460	4 418	4 044
Australia	1 669	1 611	2 247	3 099	3 938
Argentina	221	177	552	1 452	2 391
Portugal	1 065	1 199	1 461	2 401	2 347
Sør-Afrika	845	747	1 421	2 285	2 021
USA	668	684	731	897	913
Ungarn	205	211	228	228	218
Bulgaria	387	263	160	107	190
Andre land	774	503	365	321	254
Hvitvin	9 402	10 353	10 812	11 497	12 216
Tyskland	3 495	3 645	3 497	3 665	3 851
- Rhin	1 902	1 840	1 866	1 924	1 945
- Mosel-Saar-Ruwer	1 573	1 792	1 616	1 715	1 885
- Andre tyske	20	13	15	26	21
Frankrike	2 828	3 314	3 684	3 752	3 832
- Burgund	228	450	634	631	719
- Loire	301	332	379	313	294
- Bordeaux	171	173	176	179	240
- Alsace	159	183	200	215	215
- Andre franske	1 968	2 174	2 295	2 414	2 364
Italia	727	838	892	936	1 086
Ungarn	445	688	939	986	925
Australia	529	509	426	514	604
Spania	497	496	449	454	487
Argentina	4	7	88	151	394
Sør-Afrika	93	80	87	278	302
Chile	270	260	247	233	218
USA	119	114	126	145	165
Portugal	96	138	130	112	112
Andre land	298	265	247	271	240
Musserende vin	1 077	1 138	1 139	1 243	1 354
Spania	429	418	396	413	464
Italia	342	364	330	353	374
Frankrike	223	238	271	308	342

Land	2001	2002	2003	2004	2005
- Champagne	97	102	121	139	164
- Andre franske	126	136	150	169	178
Andre land	82	118	143	167	174
Rosévin	188	204	233	283	378
Frankrike	62	68	83	110	146
Italia	13	21	34	52	89
Portugal	88	84	78	71	69
Andre rosé	25	32	38	50	74
Aromatisert svakvin	341	446	172	112	106
Fruktvin	996	1 066	199	97	92
Cider	747	812	89	1	0
Annen fruktvin	249	254	110	96	92
Musserende fruktvin	18	17	17	18	17
Øvrig svakvin	9	9	8	8	6
Totalt	43 183	45 694	47 529	50 064	52 893

Tabell 6. Butikkenes omsetning 2005 (SB = selvbetjening)

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kroner)	Liter i alt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkohol- fritt ⁵
Alta	50 716	285 588	67 245	2 316	210 853	4 799	376
Andenes	12 043	65 506	18 017	759	45 638	929	162
Arendal, SB 7/11	78 670	511 557	78 956	8 341	419 043	4 555	663
Asker	183 685	1 258 086	127 167	16 902	1 102 206	10 473	1 338
Asker sentrum	87 344	597 974	64 264	8 265	519 805	4 943	697
Holmensenteret	96 340	660 112	62 903	8 637	582 401	5 530	641
Askim	58 276	324 234	85 352	7 171	227 905	3 338	467
Askøy	32 671	202 622	37 716	2 011	160 397	2 108	390
Bardufoss, SB 6/9	24 661	138 218	33 830	1 639	100 907	1 652	190
Bergen	689 171	4 413 359	654 473	54 845	3 648 855	49 062	6 124
Arna	33 635	205 792	40 061	2 215	160 152	2 945	420
Bergen Storsenter	125 406	803 276	120 043	10 695	659 323	12 325	890
Fyllingsdalen	75 080	494 115	72 913	5 985	409 572	4 895	750
Lagunen, åpnet 21/4	58 540	387 708	48 535	4 579	330 067	3 974	554
Nesttun	101 023	660 184	80 406	9 107	564 301	5 699	670
Strandgt.	44 092	280 239	39 528	3 487	233 561	3 300	363
Valkendorfsgt.	63 711	375 501	61 542	5 008	305 073	3 419	460
Vestkanten	73 334	459 899	80 844	5 511	367 064	5 636	844
Åsane	114 348	746 644	110 602	8 258	619 743	6 867	1 174
Bjørkelangen	23 439	120 412	38 056	3 111	77 141	1 923	182
Bodø	145 752	887 774	163 104	10 209	704 368	8 837	1 256
Bodø sentrum, flyttet 10/2	56 486	326 570	65 861	3 961	252 607	3 620	520
Bodø City Nord	89 266	561 204	97 243	6 248	451 760	5 217	736
Brekstad	26 519	143 202	40 218	2 976	97 482	2 314	211
Bryne	49 506	299 128	60 464	3 277	232 097	2 743	546
Brønnøysund	26 262	140 437	39 381	2 258	97 107	1 488	203

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kroner)	Liter i alt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkohol- fritt ⁵
Buskerud Storsenter	80 709	479 919	102 164	9 886	361 677	5 389	804
Bærum	314 989	2 126 186	224 159	38 394	1 846 152	15 836	1 646
Bekkestua	92 514	619 237	58 431	10 535	545 517	4 248	506
Kolsås	90 179	612 706	71 974	9 193	525 224	5 828	486
Sandvika	53 734	359 255	38 803	6 701	311 045	2 370	335
Østerås	78 563	534 988	54 950	11 965	464 365	3 389	319
Bø i Telemark	34 696	199 607	48 801	4 182	143 484	2 862	279
Bømlo	11 023	69 763	13 012	643	55 134	770	204
Båtsfjord	5 791	29 961	9 091	451	19 927	436	57
Dokka, SB 17/2	23 239	123 918	36 376	3 638	82 134	1 623	147
Dombås	14 248	78 871	20 312	1 323	55 782	1 357	96
Drammen	174 543	1 069 591	189 627	22 502	842 733	13 479	1 251
Bragernes	115 845	719 020	119 495	15 281	574 916	8 486	842
Strømsø, SB 13/6	58 698	350 571	70 132	7 221	267 817	4 993	409
Drøbak, SB 17/3	42 105	277 067	35 597	4 203	234 780	2 315	172
Egersund	29 832	174 293	38 758	2 760	129 433	3 023	319
Eidsvoll	26 362	147 901	37 822	2 847	105 331	1 718	182
Elverum	57 193	331 542	75 095	6 756	246 619	2 744	327
Evje	15 995	92 579	23 462	1 387	66 188	1 425	117
Fagernes	52 713	297 819	71 229	5 593	217 504	3 150	343
Farsund	23 072	139 862	28 266	2 198	107 653	1 548	197
Fauske	40 458	235 125	54 293	3 178	174 030	3 321	303
Finnsnes	37 418	209 801	51 550	2 485	152 121	3 253	392
Flekkefjord, SB 31/5	22 468	131 118	32 736	1 820	94 705	1 634	223
Flisa	23 077	117 706	38 348	3 579	74 460	1 135	185
Florø	25 671	143 926	35 034	1 402	106 065	1 233	192
Fredrikstad	138 390	823 049	172 455	19 119	620 947	9 192	1 336
Gamlebyen	30 509	177 497	40 652	4 116	130 395	2 104	230
Torvbyen	107 881	645 552	131 803	15 003	490 551	7 088	1 107
Førde, flyttet 15/9	58 236	338 067	77 887	3 907	249 142	6 643	488
Geilo	26 337	161 337	23 669	1 916	134 613	983	156
Gjøvik	110 810	645 338	146 266	13 250	480 688	4 277	856
Gol	43 294	251 727	56 811	4 059	187 507	2 949	402
Gran, flyttet 10/11	44 767	246 864	64 065	6 274	173 576	2 613	336
Grimstad	39 375	258 112	37 613	4 319	213 727	2 017	437
Grong	10 314	53 756	16 372	1 098	35 382	836	68
Halden	38 115	213 711	54 772	4 956	149 752	3 851	381
Hamar	121 417	733 656	138 514	14 664	572 905	6 712	862
Hammerfest	35 355	187 197	51 765	1 965	130 607	2 594	265
Harstad	78 722	468 685	95 783	5 376	361 418	5 533	574
Haugesund	133 302	814 108	155 451	10 748	640 957	5 408	1 544
Hitra	17 062	89 162	27 380	2 014	58 711	945	113
Holmestrand	40 110	242 790	48 988	5 084	186 642	1 793	283
Honningsvåg, SB 2/11	12 531	63 496	20 668	644	41 447	698	40
Horten	60 475	370 988	71 674	6 992	289 528	2 421	373
Husnes	20 179	121 238	25 884	1 294	92 533	1 359	168
Hønefoss	79 249	478 052	96 609	10 299	365 267	5 272	606
Jessheim	81 471	484 746	99 922	7 254	370 125	6 681	765

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kroner)	Liter i alt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkohol- fritt ⁵
Jørpeland	21 601	127 494	27 914	2 235	95 823	1 240	281
Karmøy	36 311	219 808	45 762	2 972	168 553	2 006	515
Kautokeino	3 130	15 489	5 613	95	9 129	614	39
Kirkenes	26 263	148 366	36 212	2 497	108 182	1 298	178
Knarvik	44 165	264 818	57 411	3 046	200 297	3 590	473
Kolbotn	45 572	301 668	36 156	4 257	258 434	2 517	305
Kolvereid	16 651	86 354	26 889	1 523	56 993	845	103
Kongsberg	59 464	362 102	65 615	6 537	287 033	2 405	512
Kongsvinger, flyttet 4/5	34 698	176 108	57 283	5 446	111 421	1 723	236
Kragerø	37 964	243 171	40 368	3 344	198 073	1 197	188
Kristiansand	185 383	1 226 895	171 247	16 949	1 023 873	13 158	1 670
Kongensgt.	132 609	887 396	114 446	11 451	749 565	10 634	1 301
Vestre Torv	52 774	339 499	56 800	5 498	274 308	2 524	369
Kristiansund N. flyttet, 17/11	70 093	397 932	93 387	7 944	292 705	3 381	515
Kyrksæterøra	12 299	65 473	18 961	1 261	43 851	1 281	120
Lakselv	13 424	73 003	19 172	698	51 997	1 035	102
Larvik	92 720	587 157	97 511	12 102	472 652	4 031	860
Leknes, SB 30/9	29 582	158 457	43 538	2 513	110 468	1 736	203
Lena, åpnet 13/10	8 375	41 270	13 814	906	25 989	508	53
Levanger	36 601	215 998	46 379	3 924	163 126	2 279	290
Lillehammer	93 089	577 556	103 354	9 351	459 922	4 226	704
Lillesand	30 756	203 947	28 967	3 241	169 957	1 575	207
Lørenskog, Triaden	95 182	597 015	96 755	9 494	481 615	8 466	686
Mandal	39 822	248 664	45 172	4 039	196 112	2 919	421
Mo i Rana	81 597	480 705	104 130	7 651	362 370	5 985	569
Molde	101 120	608 034	121 898	8 506	470 363	6 353	914
Mosjøen, SB 27/1	39 085	219 791	51 610	3 656	160 379	3 857	289
Moss, SB 7/6	98 896	594 704	115 224	11 203	462 003	5 532	742
Måløy	19 115	101 746	28 859	1 271	70 151	1 349	117
Namsos, flyttet 4/3	48 236	270 489	67 139	5 644	194 908	2 486	311
Narvik	66 043	382 936	84 746	4 984	288 966	3 776	465
Nesodden	37 673	257 159	26 908	3 543	223 244	3 240	224
Nittedal	35 076	218 643	39 146	3 569	172 403	3 252	274
Nordfjardeid, flyttet 14/9	23 656	135 126	32 743	1 816	97 420	2 959	188
Norheimsund	19 430	119 010	22 908	1 193	93 161	1 532	215
Notodden	28 206	163 595	37 902	3 415	121 192	923	163
Nøtterøy	92 314	606 373	82 075	11 656	509 513	2 521	608
Odda	24 795	150 454	32 261	2 430	112 604	2 952	207
Oppdal	30 831	178 093	38 127	2 621	135 185	1 934	227
Orkanger, SB 10/3	45 322	250 864	62 850	4 752	179 795	3 144	323
Os	38 558	242 695	41 878	2 826	195 430	2 237	323
Oslo	1 892 465	11 966 385	1 438 728	175 170	10 211 620	127 828	13 038
Alna	46 218	287 697	39 368	3 320	239 701	4 983	324
Briskeby, SB 17/11	69 997	400 555	30 140	6 324	360 757	3 136	198
CC Vest	258 612	1 716 472	119 804	26 466	1 556 434	12 704	1 063
Frogner	97 253	606 222	53 059	9 532	539 201	4 034	396
Grünerløkka	54 100	344 230	48 315	2 834	288 856	3 959	266
Holmlia, SB 25/8	33 931	226 160	32 009	4 124	187 706	2 136	184

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kroner)	Liter i alt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkohol- fritt ⁵
Linderud	67 970	415 048	79 638	7 575	323 131	4 083	620
Majorstuen, flyttet 3/11	92 003	620 198	65 168	12 125	538 146	4 285	474
Manglerud	145 046	942 394	127 622	15 093	787 907	10 987	784
Møllergata	42 156	272 435	31 702	2 912	234 626	2 877	318
Oslo City	147 271	920 851	141 264	13 121	752 737	12 617	1 112
Oslo S	40 409	245 561	46 215	3 008	194 015	2 135	188
Rommen	75 816	413 187	41 428	5 517	361 013	2 450	2 778
Sandaker	53 839	346 364	50 157	5 192	285 246	5 402	369
St.Hanshaugen	36 195	240 640	27 721	2 384	207 105	3 192	239
Steen & Strøm	58 710	362 968	36 746	4 814	317 329	3 711	368
Storo	124 417	818 746	89 764	11 055	706 195	10 790	943
Stovner	76 174	461 471	91 370	8 126	353 653	7 716	606
Thereses gate	72 819	491 094	41 929	5 395	438 205	5 215	351
Tveita	85 927	539 460	94 784	10 019	426 652	7 573	433
Ullevål Stadion, åpnet 31/3	45 771	312 898	24 564	4 516	279 252	4 337	230
Vika	103 059	604 283	51 226	6 500	540 928	5 132	497
Økern	64 773	377 451	74 734	5 219	292 825	4 375	299
Otta	25 935	143 564	37 990	2 918	101 132	1 357	167
Porsgrunn	85 914	525 206	102 150	10 146	408 389	3 925	597
Rakkestad	17 038	91 247	26 530	2 111	61 345	1 053	207
Rena	12 229	67 979	17 645	1 405	48 341	514	74
Risør, SB 12/5	19 476	128 475	19 012	1 967	106 698	647	152
Rjukan	19 437	106 130	26 729	2 090	75 994	1 160	156
Rognan	10 010	56 586	13 986	790	40 863	857	90
Rudshøgda	61 024	346 833	85 590	7 333	250 861	2 648	401
Røros	25 191	140 440	34 184	2 055	102 443	1 541	217
Sandefjord	124 277	785 692	124 756	15 203	640 379	4 293	1 061
Sandnes	233 284	1 495 481	220 468	17 804	1 241 403	14 135	1 671
Kvadrat	148 944	969 146	128 549	9 518	820 418	9 544	1 117
Sandnes sentrum	84 341	526 335	91 919	8 286	420 985	4 591	554
Sandnessjøen	30 568	174 230	41 818	2 737	127 735	1 727	212
Sarpsborg	76 294	424 213	108 957	11 479	294 964	8 036	777
Sauda	15 324	89 169	21 588	1 362	65 550	586	83
Skedsmo	174 600	1 053 614	197 077	16 442	825 320	13 325	1 449
Lillestrøm	83 008	486 931	96 680	7 909	375 864	5 781	697
Strømmen	91 592	566 682	100 398	8 532	449 456	7 543	753
Ski	103 134	662 574	98 635	9 816	545 684	7 451	988
Skien	89 220	555 468	101 199	11 516	437 470	4 559	725
Skjervøy	5 970	30 273	10 074	271	19 445	456	26
Slemmestad	53 402	345 730	54 523	4 718	282 178	3 874	437
Sogndal	31 385	186 893	41 424	1 798	139 727	3 660	285
Sortland	65 015	368 003	91 018	4 399	268 375	3 568	643
Sotra	44 437	279 240	50 279	3 212	222 035	3 117	597
Stange	23 840	133 640	33 528	3 309	95 598	1 006	200
Stathelle	39 329	247 924	44 976	4 097	196 487	2 067	296
Stavanger	282 877	1 828 399	262 121	26 373	1 521 743	16 086	2 075
Hillevåg	130 498	868 799	118 114	12 622	729 164	7 676	1 222
Nytorget	46 370	281 122	54 264	4 602	219 984	2 011	260

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kroner)	Liter i alt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkohol- fritt ⁵
Strøensenteret	106 009	678 478	89 743	9 150	572 594	6 399	592
Steinkjer, SB 3/3	60 998	340 850	85 644	6 689	244 773	3 139	606
Stjørdal	63 269	359 129	86 430	6 022	261 711	4 418	547
Stord, flyttet 4/3	42 829	272 196	47 130	3 196	219 081	2 420	369
Storslett	16 421	84 375	25 356	1 001	56 359	1 541	119
Storsteinnes	11 355	58 050	18 169	649	37 771	1 370	91
Stranda	10 134	60 490	12 887	687	45 533	1 343	41
Stryn	19 294	108 233	26 994	1 332	77 618	2 134	156
Støren	16 283	83 607	25 942	1 427	55 185	953	99
Sunnalsøra, SB 29/9	23 670	128 673	34 142	2 133	90 863	1 410	125
Surnadal	18 759	99 752	28 879	1 933	66 571	2 257	113
Svolvær, flyttet 6/10	30 731	174 726	40 430	3 131	129 190	1 842	134
Tromsø	219 228	1 319 693	237 671	13 257	1 043 761	23 114	1 891
Langnes	88 926	550 503	90 403	4 742	444 642	10 010	707
Tromsdalen	56 410	333 143	66 113	3 270	257 225	6 053	483
Tromsø sentrum	73 892	436 046	81 156	5 245	341 894	7 051	701
Trondheim	537 533	3 247 078	603 505	54 058	2 550 566	34 976	3 973
Byhaven	70 588	421 068	77 060	7 350	331 303	4 737	617
City Syd	124 822	739 269	155 747	12 491	563 113	6 916	1 002
Lade	76 743	473 420	85 449	7 837	374 213	5 401	521
Munkegata	61 563	364 060	76 798	6 524	277 123	3 129	487
Nedre Elvehavn	67 761	417 733	64 029	5 586	343 277	4 423	417
Valentinlyst	136 057	831 528	144 423	14 270	661 537	10 370	929
Trysil	21 525	116 272	30 266	2 378	82 079	1 403	147
Tvedestrand	30 857	198 423	32 767	3 493	160 428	1 430	305
Tynset	29 040	157 476	43 199	2 890	109 251	1 920	215
Tønsberg	96 430	617 597	96 600	10 988	506 228	3 239	542
Ulsteinvik	31 981	190 103	39 563	2 334	144 466	3 511	230
Vadsø	16 473	96 121	21 266	910	72 421	1 367	157
Verdal	29 658	163 419	42 604	3 439	114 261	2 919	196
Vikersund	29 224	169 247	39 752	4 106	123 095	2 058	236
Vinje	14 223	77 945	20 810	1 598	53 291	2 155	91
Vinstra	31 136	170 830	45 583	2 846	120 861	1 370	170
Vinterbro	57 203	375 005	54 072	4 534	312 019	3 977	403
Voss	38 747	234 183	46 749	2 354	180 584	4 222	275
Ørnes	15 796	87 409	22 371	1 049	62 719	1 048	222
Ørsta	28 230	175 283	33 952	2 041	135 959	3 072	260
Ålesund	168 136	1 038 408	182 989	13 405	832 505	8 174	1 336
Stormoa, SB 29/9	88 812	554 479	95 906	6 613	446 074	5 206	679
Ålesund sentrum	79 324	483 929	87 083	6 792	386 430	2 968	657
Åndalsnes, SB 8/9	17 854	102 736	23 703	2 009	75 131	1 714	179
Årdal	14 506	77 065	21 889	1 109	53 025	952	90
Årnes, SB 3/2	29 186	160 568	41 570	3 678	112 939	2 143	238
Totalt	10 841 970	66 410 246	11 678 006	1 046 574	52 892 703	708 367	84 596

Tabell 7a. Grossistenes markedsandel 2005, totalt salg, 1000 liter

Nr	Grossist	2005	Andel 2005
1	Arcus	9 642	14,5 %
2	Vectura AS	6 250	9,4 %
3	Ekjord AS	3 903	5,9 %
4	Engelstad Vin og Brennevin	3 720	5,6 %
5	Amundsen AS	3 415	5,1 %
6	Stenberg & Blom AS	3 091	4,7 %
7	Haugen-Gruppen AS	3 045	4,6 %
8	Strøm AS	2 935	4,4 %
9	Brand Partners AS	2 505	3,8 %
10	Bibendum AS	2 494	3,8 %
11	Robert Prizelius AS	1 980	3,0 %
12	Best Buys International AS	1 952	2,9 %
13	Red & White AS	1 866	2,8 %
14	Eurowine AS	1 774	2,7 %
15	Vinarius AS	1 654	2,5 %
	Andre	16 183	24,4 %
	Totalt	66 410	100,0 %

Tabell 7b. Grossistenes markedsandel 2005, svakvin, 1000 liter

Nr	Grossist	2005	Andel 2005
1	Vectura AS	5 363	10,1 %
2	Arcus	5 057	9,6 %
3	Ekjord AS	3 652	6,9 %
4	Engelstad Vin og Brennevin	3 587	6,8 %
5	Haugen-Gruppen AS	3 036	5,7 %
6	Stenberg & Blom AS	2 854	5,4 %
7	Strøm AS	2 784	5,3 %
8	Amundsen AS	2 517	4,8 %
9	Brand Partners AS	2 201	4,2 %
10	Bibendum AS	2 087	3,9 %
11	Best Buys International AS	1 944	3,7 %
12	Red & White AS	1 854	3,5 %
13	Eurowine AS	1 737	3,3 %
14	Vinarius AS	1 647	3,1 %
15	Robert Prizelius AS	1 493	2,8 %
	Andre	11 079	20,9 %
	Totalt	52 893	100,0 %

Tabell 7c. Grossistenes markedsandel 2005, brennevin, 1000 liter

Nr	Grossist	2005	Andel 2005
1	Arcus	4 423	37,9 %
2	Diageo Norway AS	1 527	13,1 %
3	Amundsen AS	897	7,7 %
4	Vectura AS	755	6,5 %
5	Maxxium Norge AS	725	6,2 %
6	Bacardi Martini AS	524	4,5 %
7	Robert Prizelius AS	418	3,6 %
8	Bibendum AS	381	3,3 %
9	Company of Spirits	326	2,8 %
10	Brand Partners AS	263	2,3 %
11	Ekjord AS	250	2,1 %
12	Stenberg & Blom AS	212	1,8 %
13	Allied Domecq Spirit & Wine AS	182	1,6 %
14	Strøm AS	150	1,3 %
15	Engelstad Vin og Brennevin	102	0,9 %
	Andre	542	4,6 %
	Totalt	11 678	100,0 %

Tabell 8. Vinmonopolets vareutvalg

År	Antall produkter	Nye produkter
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
2005	8 500	400

Tabell 9. Det registrerte alkoholforbruket i Norge pr. innbygger 15 år og over 1920 – 2005 ⁸

År	Liter			Liter ren alkohol ⁹				
	Brennevin	Vin	Øl	I alt	Brennevin	Vin	Øl	Fruktdrikk
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 ¹⁰	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	2,99	0,11
2005	3,25	16,61	67,20	6,37	1,28	2,00	2,98	0,11

Tabell 10. Registrert omsetning av alkohol i Norge 1920 – 2005, 1000 liter ⁸

År	Liter				Liter ren alkohol ⁹				
	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	
1986	12 988	21 541	211 593		17 541	5 351	2 750	9 440	
1987	13 462	24 739	214 718		18 154	5 506	3 151	9 497	
1988	12 041	26 973	220 369		17 839	4 925	3 284	9 630	
1989	11 097	27 815	218 583		17 353	4 539	3 310	9 504	
1990	10 384	27 231	221 753		17 139	4 248	3 257	9 634	
1991	9 450	27 484	225 307		16 882	3 857	3 214	9 811	
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 ¹⁰	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
2005	11 945	61 022	246 841	8 791	23 410	4 711	7 358	10 944	396

Tabell 11. Registrert alkoholforbruk i noen europeiske land, 2003, liter per innbygger ¹¹

Land	Liter ren alkohol ⁹		Vareliter	
	Totalt	Brennevin	Vin	Øl
Ungarn	11,4	3,5	37,4	72,2
Irland	10,8	2,0	15,2	141,2
Tyskland	10,2	2,0	23,6	117,5
Spania	10,0	2,4	30,6	78,3
Portugal	9,6	1,4	42,0	58,7
Storbritannia	9,6	1,8	20,1	101,5
Danmark	9,5	1,1	32,6	96,2
Frankrike	9,3	2,4	48,5	35,5
Østerrike	9,3	1,4	29,8	110,6
Sveits	9,0	1,6	40,9	58,1
Belgia	8,8	1,4	23,0	96,2
Den russiske føderasjon	8,7	6,2	8,6	32,8
Romania	8,1	2,0	23,0	67,0
Finland	7,9	2,1	26,3	80,2
Nederland	7,9	1,5	19,6	78,7
Hellas	7,7	1,6	33,8	40,4
Italia	6,9	0,4	47,5	30,1
Polen	6,7	1,3	11,9	79,0
Island	5,4	1,2	12,0	55,8
Bulgaria	5,0	2,1	21,3	7,9
Sverige	4,9	0,9	16,6	54,2
Norge	4,4	0,8	12,4	50,4

Noter

- ¹ 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.
- ² Drikk som er laget av druesaft ved alkoholgjæring og tilsatt tilvirket alkohol.
- ³ Drikk som er laget av druesaft, frukt, bær, plantesaft eller honning ved alkoholgjæring uten tilsetning av tilvirket alkohol.
- ⁴ Øl med alkoholstyrke over 4,75 volumprosent alkohol.
- ⁵ Vin med alkoholstyrke til og med 2,75 volumprosent alkohol.
- ⁶ Inkludert ukrydret brennevin.
- ⁷ 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, 598 000 liter i 2005.
- ⁸ Kilde: Statistisk sentralbyrå. Produktkategoriseringen er ikke identisk med Vinmonopolets.
- ⁹ 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.
- ¹⁰ Anslag. Det finnes ikke offisiell alkoholstatistikk for Norge for 1998.
- ¹¹ 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. Tallene hentet fra www.sirus.no

Likestilling

Kjønnsfordeling fordelt på forskjellige stillingsgrupper:

	Andel kvinner	Andel menn
Totalt	70,8 %	29,2 %
- Administrasjonen (149)	48,3 %	51,7 %
- Heltid (140)	45,0 %	55,0 %
- Deltid (9)	100,0 %	0 %
Butikker (1 552)	72,9 %	27,1 %
- Heltid (497)	51,3 %	48,7 %
- Deltid (1 055)	83,1 %	16,9 %
Ledere - totalt (221)	42,7 %	57,3 %
- Direktørnivå (6)	33,3 %	66,6 %
- Øvrige ledere i administrasjonen med personalansvar (16)	31,3 %	68,7 %
Butikksjefer (199)	40,0 %	60,0 %
- Butikksjef - heltid (184)	39,7 %	60,3 %
- Butikksjef - deltid (15)	100,0 %	0 %

English summary

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 4.9 per cent from the year before to 66.4 million litres. The sales of table wine increased by 5.7 per cent to 52.9 million litres while the sales of spirits increased by 2.5 percent to 11.7 million litres. The figure for fortified wine shows a decrease to 1 million litres, down 4.7 per cent. The rise in overall sales is due to various factors: 3 new outlets and 29 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.

One particular aspect distinguishes the Norwegian demand for table wine from the pattern seen in other countries; the persisting dominance of the sales of red wine in relation to white. In Norway the ratio is 3:1 in favour of red wine, compared to 1:1 in UK and 3:2 in Sweden. The reason for this is climatic factors. In many parts of Norway, during most of the year, it's "too cold" to drink white wine. Thus, we see that sales of white wine reaches a top in July, while the sales of red wine peaks in December; while white wine is most popular in the southern parts of Norway, red wine is most popular in the north.

The major trend in the sales of red wine in Norway in 2005 was a shift in the demand from wine from France, Chile and South Africa to wine from the Italy, Australia, and Argentine. French red wine is still market leading but will, if recent trend prolongs, loose its market leading position to Italian red wine during 2006.

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 8 708.4 million in sales revenue excluding VAT last year. Profit before tax came to NOK 116.6 million as against NOK 115.4 million the year before. The special tax levied on Vinmonopolet in lieu of ordinary corporation tax is put at NOK 25.2 million. By decision of Stortinget (the Parliament), Vinmonopolet will pay a dividend of 40 per cent of profit after the special tax to the state. This amounts to NOK 36.5 million.

As of 31 December, Vinmonopolet had 198 shops in operation with 1 701 full- and part-time employees. Work hours corresponded to 1 122 full-time employees.

Key figures

	2005	2004	2003	2002	2001
SALES (1 000 LITRES)					
Table wine	52 893	50 064	47 529	45 695	43 191
Fortified wine	1 047	1 098	1 141	1 200	1 224
Spirits	11 678	11 389	11 539	11 188	9 020
Other products	793	787	776	789	733
Total	66 411	63 338	60 985	58 872	54 168
REVENUE AND RESULTS (NOK MILL)					
Gross sales revenue (incl VAT)	10 863,0	10 260,0	9 575,5	9 068,3	8 820,2
Operating revenue	8 708,4	8 275,4	7 725,2	7 320,0	7 117,3
Operating profit	101,3	98,8	68,4	46,0	56,7
Net profit before tax	116,6	115,4	101,6	82,7	92,4
CAPITAL					
Assets (NOK mill)	2 102,9	1 849,6	1 592,9	1 547,7	1 500,8
Shareholder's equity (NOK mill)	365,8	578,3	543,2	497,6	481,2
Equity to assets ratio (%)	17,4	31,3	34,1	32,2	32,1
PROFITABILITY (%)					
Gross profit ratio ¹⁾	12,2	12,2	12,3	12,0	11,3
Operating margin ²⁾	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3
Return on assets ³⁾	5,9	6,8	6,6	5,6	6,2
Return on shareholder's equity ⁴⁾	24,7	20,6	19,5	16,9	20,1
LIQUIDITY					
Current ratio (%) ⁵⁾	128,9	124,1	124,9	121,0	126,4
Working capital (NOK mill) ⁶⁾	378,2	294,9	248,9	208,1	251,8
EMPLOYEES					
Total permanent employees at Des 31	1 701	1 702	1 699	1 664	1 563
Of which: full time	637	642	647	645	602
part time	1 064	1 060	1 052	1 019	961
Equivalent full-time employees	1 122	1 121	1 127	1 087	1 026
Retail outlets at Dec 31	198	195	188	177	156

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

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

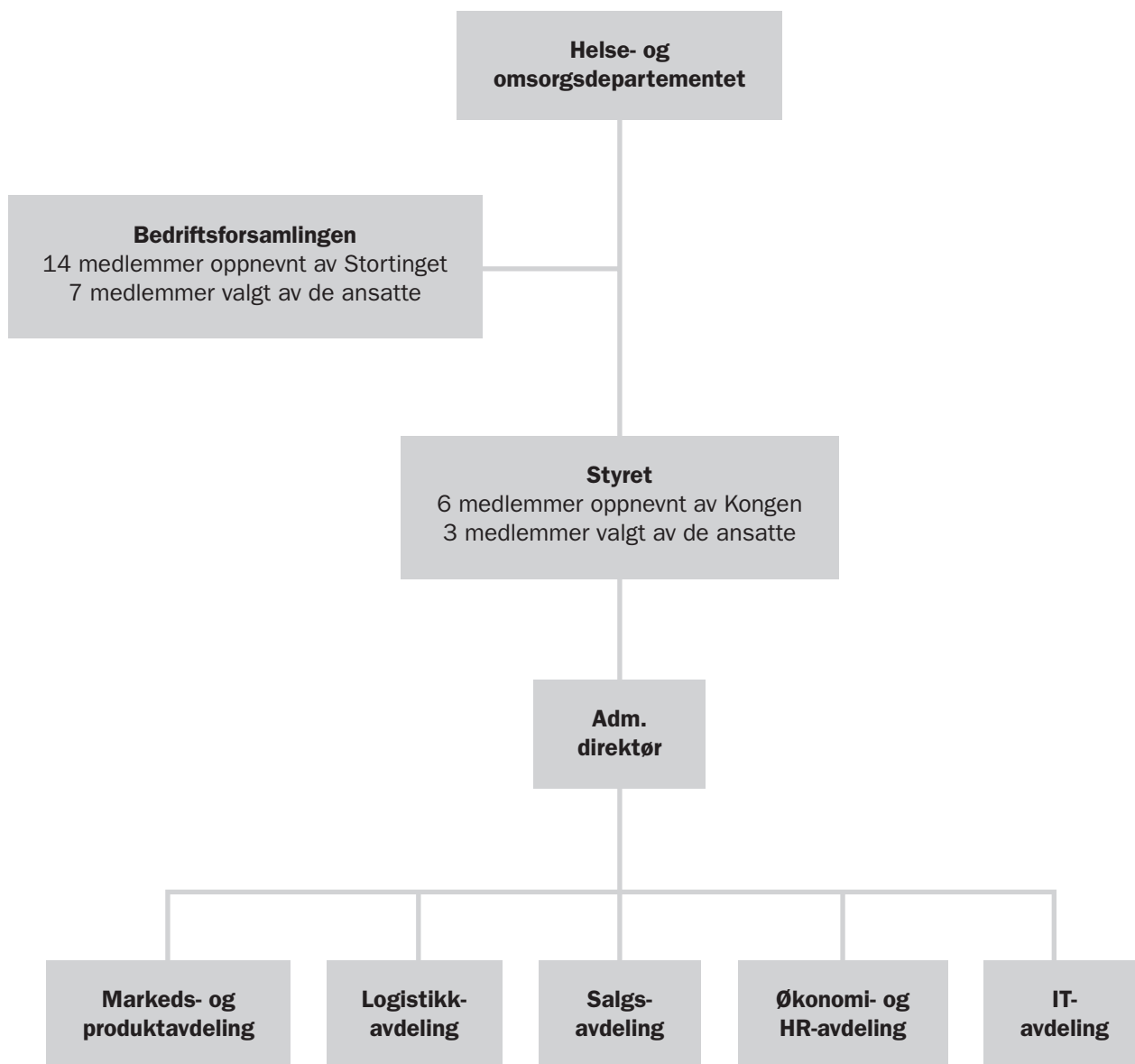
3) Return on asset = $\frac{\text{Profit before tax} + \text{financial expenses}}{\text{Average of total capital as of Jan 1 and Dec 31}} \times 100$

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 2006



Styre

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

Medlemmer oppnevnt av Kongen:

Siri B. Hatlen, sivilingeniør, Hosle, leder (oppnevnt 4.11.2005)

Elsbeth Tronstad, direktør, Stabekk, nestleder

Thorbjørn Myhre, rektor, Molde (oppnevnt 6.12.2005)

Arnfinn Holten, pensjonist, Asker

Jan Blomseth, daglig leder, Tromsø

Ingvild Wold Strømsheim, 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:

Gunn Inger Løvseth, ass. rådmann (oppnevnt 6.12.2005)

Svein Arne Tinnesand, fylkesbiblioteksjef

Vibeke Limi, selvstendig næringsdrivende

Olav Bratland, disponent

Varamedlemmer valgt av og blant de ansatte:

Kjell-Roar Nilsen, nestleder butikk

Åse Engesæth, butikksjef

Harald Galåen, butikksjef

Randi Holvik, deltidsekspeditor

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

Björg Wallevik, rådgiver, Kristiansand

Jan Erik Fåne, daglig leder, Jessheim

Magnhild Afseth Olrud, tannlege, Furnes

Inger-Marie Ytterhorn, politisk rådgiver, Oslo

Peter N. Myhre, byråd, Oslo

Klara Gauthun Tveit, fritidsleder PUH, Sauda

Arild Skau, politiker, Rolvsøy

Aud Angell, daglig leder, Ågskardet

Tor Nymo, miljøarbeider, Bardufoss

Medlemmer valgt av og blant de ansatte:

Grethe Frydenlund, opplæringskonsulent, Nesbru

Gunnar Arne Sagstad, deltidsekspeditor, Ytre Arna

Tor Arne Mjøen, butikkekspeditor, Trondheim

Arne Thodok Eriksen, deltidsekspeditor, Nesodden

Turid Ramsvik Svoren, deltidsekspeditor, 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 adm. 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

Nordis Vik Olausson, konst. adm. direktør

Lars Sogn, markedsdirektør

Anne B. Heyerdahl, logistikkdirektør

Kjell Eliassen, salgsdirektør

Britt-Magni Rutgersen, fung. økonomi- og HR-direktør

Thore Nylund, IT-direktør

AS Vinmonopolet

Foretaksregisteret NO 817 209 882 MVA

Hovedkontor

Dronning Mauds gate 1, Oslo

Postboks 1944 Vika, 0125 Oslo

Telefon 04560

Telefaks 22 01 50 09

www.vinmonopolet.no

kundesenter@vinmonopolet.no

Idé/konsept: Vinmonopolet, layout: Uniform, foto side 5: Yvonne Holt,
foto side 13: Samfoto, Marianne Otterdahl-Jensen
trykkeri: Molvik, opplag: 4500, trykket på miljøvennlig papir



