



VINMONOPOLET

# ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP 2007



JOACHIM 23 ÅR



INE 24 ÅR



NICHOLAY 21 ÅR



TRULS 25 ÅR



LINE 16 ÅR



ANITA 19 ÅR



MIRIAM 20 ÅR



MAYLINN 20 ÅR



CHRISTIAN 26 ÅR



IDA 22 ÅR



CAROLINE 22 ÅR



JENS 22 ÅR



REBECCA 21 ÅR



DANIEL 21 ÅR



HÅVARD 28 ÅR



HELGA 25 ÅR



KATRINE 30 ÅR



HAAKON 28 ÅR



PERNILLE 20 ÅR



MORTEN 26 ÅR



ELINE 22 ÅR



MARI 21 ÅR



REZA 23 ÅR



HENRIETTE 20 ÅR

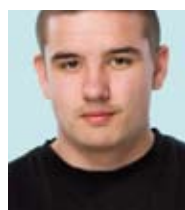
Er disse gamle nok til å handle på Vinmonopolet?  
*Skrap det grå feltet og sjekk alderen.*



MASOUD 23 ÅR



LINDA 24 ÅR



REMI 17 ÅR



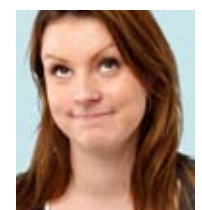
UNNI 22 ÅR



KRISTINE 19 ÅR



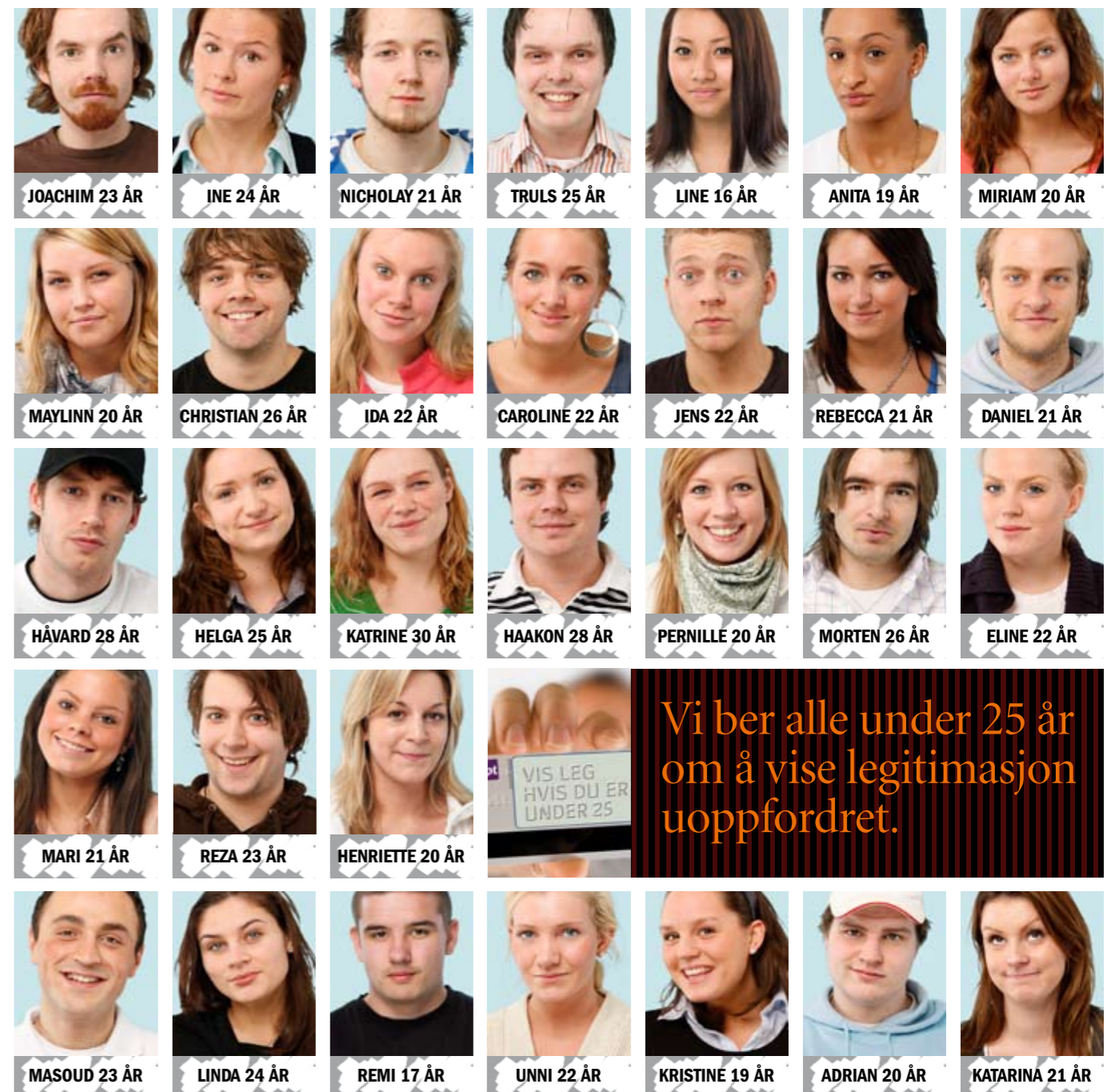
ADRIAN 20 ÅR



KATARINA 21 ÅR

# Det var kanskje ikke så enkelt å gjette riktig alder?

Vi som jobber i Vinmonopolet gjør denne øvelsen flere ganger om dagen, men selv for oss er det vanskelig å gjette hvor gammel kunden er. I løpet av 2007 spurte vi nærmere 900 000 kunder om legitimasjon.





# Vinmonopolet – kvalitet og ansvar i kontakt med mennesker

## Vinmonopolet

### – et alkoholpolitisk instrument

- Begrenset tilgjengelighet
- Ansvarlig salg

## Strategi og hovedmål

### Ivareta Vinmonopolordningen

- Sikre en effektiv sosial kontroll
- Gi riktig informasjon
- Følge opp rammebetingelser

### Være Norges ledende faghandelskjede

#### Gi det beste kundemøtet

- Sikre en lønnsom, effektiv og bærekraftig drift
- Utvikle en resultatorientert og samhandlende organisasjon

## Vår visjon

- Kvalitet og ansvar i kontakt med mennesker

## Våre verdier

- Tydelig
- Engasjert
- Inkluderende

## Hovedpunkter

- Salgsvolumet økte med 3,4 prosent fra året før til totalt 71,1 mill. liter.
- Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader var driftsresultatet 122,8 mill. kroner, mot 90,1 mill. kroner i 2006.
- Det ble etablert 11 nye selvbetjente butikker. I tillegg ble 6 butikker bygget om fra disk til selvbetjent. Ved utgangen av året hadde vi 222 butikker fordelt rundt om i landet, hvorav 215 selvbetjente.
- Vareutvalget økte fra 9900 til 10645 produkter.





«For å drive en enda mer effektiv alderskontroll hevet vi fra juli 2007 legitimasjonsplikten for kunder fra 23 til 25 år. Målet er at alle mellom 18 og 25 år uoppfordret viser legitimasjon når de handler i våre butikker.»

Vinmonopolet er det beste av to verdener. Vi har et unikt vareutvalg, gir folk den beste servicen og åpner stadig flere butikker. Likevel fører monopolordningen til en begrensning av alkoholkonsumet sammenliknet med om det ble solgt vin i butikk.

Siden Vinmonopolet er et heleid statlig selskap, kan vi føre alderskontroll uten at det kommer i konflikt med kommersielle interesser. Dette er en oppgave vi tar svært alvorlig. Hvert år avvises et stort antall personer fordi de enten ikke kan vise gyldig legitimasjon eller fordi de åpenbart er beruset.

For å drive en enda mer effektiv alderskontroll hevet vi fra juli 2007 derfor legitimasjonsplikten for kunder fra 23 til 25 år. Målet er at alle mellom 18 og 25 år uoppfordret viser legitimasjon når de handler i våre butikker.

Samtidig intensiverte vi opplæringen blant våre ansatte og økte fokuset på informasjonsmateriellet i butikkene våre om aldersgrensen og legitimasjonskontrollen. Antall stikkprøvekontroller i butikkene ble også økt for å teste om våre ansatte faktisk spør ungdom om aldersbevis. Resultatene fra disse undersøkelsene viser en jevn positiv stigning. I 2007 spurte vi 900 000 ungdommer om legitimasjon, en økning fra ca 500 000 fra året før. Rundt 19 000 kjøp ble avvist, mot ca 13 000 året før. Dette fokuset på alderskontroll tar vi med oss inn i 2008.

Samtidig som vi ivaretar vårt viktige samfunnsoppdrag, ønsker vi å ha mest mulig fornøyde kunder. Målinger som MMI's Store Norske Bedrifter og BI's kundebarometer ga i 2007 Vinmonopolet henholdsvis en 7. og en 12. plass som viser at vi er i toppsjiktet blant norske bedrifter. Kompetansen til våre ansatte og den hjelp man får i butikkene er blant det vi skårer høyt på. Vi skal ikke hvile på våre laurbær, men intensivere den varefaglige kompetansebyggingen og styrke de ansattes kompetansenivå videre i 2008. Vi vil oppdatere vår interne kompetansestige og bl.a. videreføre det samarbeidet vi har med Gastronomisk Institutt hvor våre ansatte kurses i mat- og vinkombinasjoner.

Kunnskapen og interessen om vin er stor blant publikum. Det er derfor en utfordring å tilfredsstille etterspørselen etter produktinformasjon og vare-

rådgivning som mat- og vinkombinasjoner uten at dette kommer i konflikt med alkohollovens strenge begrensninger for markedsføring.

I skrivende stund har Vinmonopolet 228 butikker fordelt rundt om i landet. I løpet av året planlegger vi åpning av over 20 nye butikker, det høyeste antall butikketableringer i løpet av ett år i Vinmonopolets historie. Av de 94 butikkene vi til nå har etablert siden år 2000 er ca 90 prosent av disse i kommuner uten Vinmonopol fra før. Ved utgangen av 2008 vil Vinmonopolet være etablert i 190 av landets kommuner.

I en måling fra MMI svarer 88 prosent at de er fornøyd med tilgangen til en av Vinmonopolets butikker der de bor. For innbyggerne i enkelte distriktskommuner er det likevel lang reisevei til nærmeste pol.

Regjeringen bestemte i juni 2006 å se på hvorvidt de kommunene som ønsker det som hovedregel skal kunne få Vinmonopol. I mai 2007 overleverte Vinmonopolet en utredning til Helse- og omsorgsdepartementet og fikk deretter tilslutning til å gå i gang med et prøveprosjekt med ni filialer.

I første omgang prøver vi ut konseptet i Løten, Lom, Drangedal, Luster, Vanylven, Namsskogan, Salangen, Lødingen og Vardø og evaluerer driften og videre utbygging i begynnelsen av 2009.

I 2008 vil vi fortsette å utvikle nettbutikken og nettstedet vårt vinmonopolet.no. En bedret søke- og bestillingsfunksjon samt mer varefaglig informasjon er under arbeid.

Etter den omfattende moderniseringen og utbyggingen av butikker vi har for tiden, fremstår Vinmonopolet i dag som en moderne og fremtidsrettet kjede av faghandelsbutikker med et bredt spekter av produkter til samme pris over hele landet. Dette gir et godt grunnlag for at selskapet for fremtiden kan videreføre sitt viktige samfunnsoppdrag.

*Kai G. Henriksen*

KAI G. HENRIKSEN, APRIL 2008  
Administrerende direktør



# STUSEFELLEN

*Vi oppfordrer alle mellom 18 og 25 år å vise legitimasjon når de handler hos Vinmonopolet.*





«Sosial kontroll er kanskje den viktigste enkeltoppgaven vi gjør for å sikre et ansvarlig salg.»

**LASSE ERIK MOEN**  
Kjededirektør i Vinmonopolet

■ **–DET ER I LØPET AV ETT KORT ØYEBLIKK** at man bestemmer seg for å spørre etter legitimasjon eller ikke, sier Vinmonopolets kjededirektør Lasse Erik Moen. Nå spør vi mange flere enn før, og vi spør uansett om legitimasjon når vi er i tvil.

I løpet av 2007 har Vinmonopolet fokusert sterkt på sosial kontroll – ved alderskontroll, salgsnekt til berusede personer og kontroll mot langing. Aldersgrensen for visning av legitimasjon ble endret i 2007 fra 23 til 25 år.

–Jo flere og oftere vi spør, desto sikrere er vi at ingen under aldersgrensene slipper gjennom, sier Moen. Vi avviser nå langt flere på grunn av alder, beruselse og langing.

I 2007 økte antall kunder vi ba om å vise legitimasjon med 82 prosent. Antallet som viste legitimasjon uoppfordret økte med 116 prosent, og antallet som ble avvist på grunn av alderskontroll økte med 48 prosent. Avvisninger på grunn av beruselse og langing økte med henholdsvis 18 og 134 prosent.

–Det å drive sosial kontroll er komplisert og vanskelig, sier han. Men jo mer vi trener på det, desto bedre blir vi. De butikkansatte har gjort en kjempogod jobb! Det er de som står i første linje, sier Moen.

–Sosial kontroll er Vinmonopolets overordnede samfunnsoppdrag. Vi skal sikre et ansvarlig salg. Vi er avhengig av å lykkes på dette området for å skape legitimitet for Vinmonopolordningen.



# ALVINGSPROSEN

«Unge som får alkohol hjemme, drikker tre ganger så mye alkohol som unge som ikke får slik servering av sine foreldre.»

---

«Alternativer til Vinmonopolet, som stadig blir fremmet av enkelte politikere, er ikke noe alternativ. Polet er best.»

---

**ANNE-KARIN KOLSTAD**  
Generalsekretær i Actis

---

■ **ACTIS ER PARAPLYORGANISASJON** for 27 rusorganisasjoner i Norge, blant annet Blå Kors, Rusmisbrukernes interesseorganisasjon, Landsforbundet mot stoffmisbruk og Juvente.

–Vår oppgave er på en måte å være både cheerleader og vaktbikkje i forhold til Vinmonopolet, sier generalsekretær i Actis, Anne-Karin Kolstad.

–Vinmonopolet er et av de viktigste alkoholpolitiske virkemidler vi har, sier hun. De er flinke i klassen til å passe på alderskontrollen og at overstadig berusede ikke får kjøpt, sier hun.

I en undersøkelse gjort av SIRUS (Statens institutt for rusmiddelforskning) sa hele 40 prosent av ungdom under 18 år at de hadde fått kjøpt alkohol i butikk og på utesteder. I samme undersøkelse sa under fire prosent av samme aldersgruppe at de hadde kjøpt alkohol på Vinmonopolet.

–Vinmonopolet tok det veldig seriøst og iverksatte tiltak med én gang. Jeg har aldri sett noen snu seg så kjapt rundt som de gjorde da. Vinmonopolet bør faktisk være et eksempel for utelivet og dagligvarebransjen. Måten de gjennomførte tiltak og opplæring på var veldig bra, sier Kolstad.

Hun fremhever at Vinmonopolet balanserer ansvarsrollen ved å være en god servicebedrift med imponerende utvalg.

–De skårer høyt i brukerundersøkelser, sier Kolstad. Vi har vært sterkt på banen når det gjelder å utvide Vinmonopolet med flere butikker. Vi er for det, men er opptatt av at det ikke må bli for mange utsalgssteder. Det er langt fra 200–300 pol til salg i 5 000 dagligvarebutikker, sier hun.







«Vi ser på Vinmonopolet som et virkemiddel som skal bidra til å begrense forbruket av alkohol.»

ØYVIND HORVERAK  
Forsker, SIRUS

■ **SIRUS** (Statens institutt for rusmiddelforskning) er en statlig forskningsorganisasjon under Helse- og omsorgsdepartementet som er opptatt av problemstillinger knyttet til bruk av alkohol, tobakk og narkotika, i tillegg til problemer knyttet til pengespill.

– SIRUS forholder seg nøytralt til alkoholpolitikken, sier Øyvind Horverak, forsker ved SIRUS. Det er forskning, ikke politikk, som er vårt felt.

– Vi registrerer at det har skjedd en endring i synet på Vinmonopolet de siste årene, sier Horverak. Før anså en at Vinmonopolet skulle være underlagt alkoholpolitiske vurderinger. I dag er det først og fremst forbrukerpolitiske vurderinger som ligger til grunn for Vinmonopolets utvikling – det viktigste er at alle skal ha lik adgang til vin og brennevin, uansett hvor de bor, sier han.

– Vinmonopolet bidrar også til å holde forbruket av vin og brennevin nede blant ungdom. For det første skjer det ved selve Vinmonopolordningen. De unge må oppsøke en bestemt butikk der en må være minst 18 år for å kunne kjøpe vin og 20 år for å kjøpe brennevin. Det i seg selv skremmer mange fra å forsøke seg, sier han.

En undersøkelse ved SIRUS, publisert i mai 2007, viste at 4 prosent av ungdom under 18 år hadde prøvd å kjøpe alkohol på Vinmonopolet, mens 20 prosent hadde forsøkt å kjøpe øl i en dagligvarebutikk.

– For det andre bidrar den sosiale kontrollen i selve butikken til å hindre at de som ikke oppfyller aldersgrensen, lykkes i å kjøpe alkohol. Men på dette feltet kan Vinmonopolet forbedre seg, sier Horverak.



# NAVNTALEN TUSSE

Omlag 19 000 kunder ble avvist i 2007 fordi de ikke var gamle nok, på grunn av beruselse eller fordi det var mistanke om langing av alkohol til mindreårige. Dette er en økning på 31 prosent fra 2006 da 13 000 kunder ble avvist i Vinmonopolets butikker.





«Noen ganger oppstår det småkomiske situasjoner, da får vi heller fleipe litt.»

## LENA MELING

Nestleder, Vinmonopolet på Manglerud

■ **–DET ER BEDRE Å SPØRRE ÉN GANG FOR MYE** enn én gang for lite, sier Lena Meling, som er nestleder i Vinmonopolets butikk på Manglerud i Oslo.

– Alle vi tror er under 25, spør vi. Noen av dem vi spør er over 30, og da må vi ta det med humor. Jeg er 37 år selv, og det hender jeg har spurt noen som har vist seg å være på min alder. Folk i 20-års alderen kan bli fornærmet når du spør. Men da kan du gjerne lette stemningen ved å spørre nestemann i køen, som er 50 år. De blir jo kjempeglade.

Noen nyansatte synes det kan være vanskelig å spørre.

– Vi har snakket mye rundt det når vi har møter. Vi er flinke til å støtte hverandre, sier hun.

Kampanjen i forbindelse med endringen fra 23 til 25 år for visning av legitimasjon har virket, sier hun. Både i kassa og på gulvet er de ansatte påpasselige.

– Yngre handler ofte sammen, og da hender det at de kommer inn i butikken selv om bare én av dem har legitimasjon, sier Meling. I slike situasjoner prøver vi å være i forkant og ber om legitimasjon før de kommer til kassa.

– Jeg hørte at det var en i USA som var 67 år og som ikke fikk kjøpt alkohol fordi han ikke hadde legitimasjon. Heldigvis er ikke vi så rigide, sier hun.



«Når du er 25 år, er det jo fem år siden du kunne kjøpe brennevin.»

KRISTINE DALENE, 19

■ **DET STÅR AT HVIS DU ER UNDER 25** så skal du vise legitimasjon, så jeg pleier å vise det selv. Jeg tenker ikke noe over det. De fleste kjøper med kort, derfor er det greit. Det er jo legitimasjon på kortet. Kanskje noen synes det er unødvendig. Noen blir sikkert irriterte også. Når du er 25 år, er det jo fem år siden du kunne kjøpe brennevin. Men mange som er for unge prøver å kjøpe. De som er litt eldre synes sikkert det er unødvendig å vise legitimasjon.



«Jeg ser egentlig ikke noe poeng i å øke kontrollgrensen.»

HAAKON MARIUS DAHL, 28

■ **JEG ER PÅ POLET CIRKA TO GANGER** i måneden. Jeg ser litt ung ut, men jeg handler ofte på samme pol, så de kjenner meg kanskje igjen. Det er lenge siden jeg ble spurt om legitimasjon sist. Jeg forstår hvis ansatte blir flauere når de spør, og ser at kunden er mer enn gammel nok. Jeg ser egentlig ikke noe poeng i å øke kontrollgrensen fra 23 til 25 år. Er ikke aldersgrensen for å kjøpe brennevin 20? Det er sikkert andre positive virkninger, men jeg ser ikke helt problemet. Hvis de er i tvil, må de spørre uansett. Men det gjør meg ingenting.



«Det er bra at aldersgrensen for kontroll går opp til 25.»

ANITA PEDERSEN, 19

■ **LEGITIMASJON ER IKKE** det første du tenker på når du skal kjøpe alkohol. Jeg har mange venner som er 22–23 år gamle. De fleste ser eldre ut enn det de er, spesielt når det er bykvedler med make-up og stæsj. De blir fornærmet når de må vise legitimasjon. De som er yngre tenker ikke så mye over det når de må vise leg. Det er bra at aldersgrensen for kontroll går opp til 25, med tanke på skandalene rundt ungdom og alkohol. Det blir mer kontroll på det.



«Budskapet kan fort leveres på feil måte. Man må i alle fall unngå å bruke pekefingeren.»

**HARALD STRØMME**  
Daglig leder i Try

■ **TRY REKLAMEBYRÅ** har jobbet med holdningskampanjer for Vinmonopolet i flere år. De nyeste kampanjene fokuserer på alderskontroll og visning av legitimasjon.

– «Vis legitimasjon» er i seg selv et trøtt budskap som må «sprites opp» hvis du unnskylder uttrykket, sier Harald Strømme, administrerende direktør i Try.

– Holdningskampanjer er jo generelt en litt vanskelig oppgave. En ting er å få folk til å prøve en ny Nugatti med mindre sukker. Men det å endre folks holdninger gjennom reklame er tilsynelatende en nesten umulig oppgave, med mindre man har gode argumenter, et godt resonnement og kreativ dramatisering.

– Vi har alle et slags skjold mot alle forsøk på påvirkning. I Norge er humor den vanligste måten å komme rundt dette på, sier Strømme.

En annen mulighet er å bruke alvor og spille på mer følelsesmessige strenger. For eksempel var kampanjen mot langing beregnet for å få foreldre til å innse hvilke skadevirkninger det kan ha å kjøpe alkohol til egne barn. Da er ikke humor det beste virkemiddelet.

Men alderskontroll er en litt annen problemstilling. En ny og bredere kampanje kommer i medier og butikker i 2008. Siden målgruppen er unge mennesker, kan budskapet ikke spres på en alvorstung måte.

– Det kan være ubehagelig for den som sitter i kassa og må spørre, sier Strømme. Det er viktig å gjøre det til en mindre pinlig situasjon. Sannsynligvis er det lettere å få til hvis folk assosierer det å vise legitimasjon med noe morsomt.



Det er vanskelig å unngå oppfordringen til de under 25 år om å vise legitimasjon på Vinmonopolet. Den enkle, men tydelige kampanjen er lett synlig ute i butikkene og ved kassene.





*Gjennomsnittlig debutalder for alkohol synes å  
være stabil i Norge med omkring 14,5 år for øl  
og 15 år for vin og brennevin.*



---

«Vinmonopolet er flinke til å sjekke legitimasjon. Vi synes det er veldig positivt.»

---

**ADRIAN FARNER ROGNE**  
Juventes politiske nestleder

---

■ **UNGDOMSORGANISASJONEN JUVENTE** er engasjert i rusgiftpolitikk og forebygging, og har vekket oppsikt med sine kontroversielle «skjenkekontroller.» Mindreårige forsøker å kjøpe alkohol i butikker, og resultatene av kontrollene blir publisert av Juvente.

–Vi testet 239 butikker over hele landet i 2007, sier Juventes politiske nestleder, Adrian Farnar Rogne.

Fem av disse var Vinmonopolets butikker, som konsekvent nektet salg til kontrollørene ved gjentatte forsøk. Rogne berømmer Vinmonopolets sterke satsing på alderskontroller.

Resultatene for dagligvarebutikkene sto i sterk kontrast da 15- og 16-åringer fikk kjøpt alkohol i rundt 45 prosent av kontrollene i fjor. I to forskjellige kontroller fikk en 12 år gammel jente kjøpt øl i en dagligvarebutikk. Totalt ble det solgt alkohol til mindreårige i 208 av 517 kontroller, cirka 40 prosent av tilfellene.

–Vinmonopolet tar denne problematikken mer alvorlig og utviser større ansvarlighet enn dagligvarebutikkene, sier Rogne. Videre er langing av alkohol til mindreårige en stor utfordring, der Vinmonopolet kan spille en nøkkelrolle gjennom informasjon og holdningsskapende arbeid, sier han.



**STYRRETS**  
**BERETNING**

**ÅRSREGNISKAP**

**NOTER**

## Årsberetning og årsregnskap 2007

### En ansvarlig og moderne 85-åring

Vinmonopolet har hatt en veldig positiv utvikling de siste årene. Omlegging til selvbetjening, forbedret kundeservice og flere butikker har ført til svært god kundetilfredshet. Dette har bl.a. resultert i prisen Årets Servicebedrift i 2006. MMI's undersøkelse Store Norske Bedrifter ga Vinmonopolet en 7. plass, og i BI's kundebarometer havnet Vinmonopolet på en 12. plass blant 177 norske bedrifter. MMI's siste omdømmemåling viser at 85 prosent av befolkningen har et godt eller meget godt inntrykk av bedriften, en økning fra 79 prosent i 2006. Det er særlig betjeningens hjelpsomhet og varekvaliteten kundene verdsetter, men også oversiktligheten i butikkene våre fremheves.

Vinmonopolet ivaretar sentrale alkoholpolitiske målsettinger. Gjennom regulert tilgjengelighet og ansvarlig salg bidrar selskapet til å begrense alkoholforbruket i Norge.

Siste omdømmemåling fra MMI viser i tillegg at 88 prosent er fornøyd med tilgangen til et Vinmonopol der de bor. Nær alle nye butikketableringer er i kommuner uten Vinmonopol fra før. Nå bor 94 prosent av Norges befolkning i en kommune med Vinmonopol eller mindre enn 30 km fra nærmeste Vinmonopol. Nettbutikken, kåret til Årets Nettsted 2006, og kundesenteret ble opprettet med tanke på å bedre tilgjengeligheten i områder uten butikk. Salget gjennom denne kanalen viser at målt mot antall innbyggere er det flest bestillinger nettopp i områder med liten butikkdekning, i fylkene Sogn og Fjordane, Nordland og Finnmark.

«En av Vinmonopolets høyest prioriterte oppgaver er den sosiale kontrollen som kontinuerlig utføres i butikkene.»

### Informasjon og samfunnsansvar

En av Vinmonopolets høyest prioriterte oppgaver er den sosiale kontrollen som kontinuerlig utføres i butikkene. Fra juli ble den sosiale kontrollen utvidet ved heving av legitimasjonsplikt fra 23 til 25 år. I 2007 ble ca 900 000 kunder spurt om aldersbevis, mot rundt 500 000 i 2006. Målet er at alle kunder i legitimasjonspliktig alder uoppfordret viser aldersbevis. Permanent merking av ny aldersgrense ble forsterket i løpet av året. Butikkene kontrolleres løpende gjennom alderskontrollører og servicetestere. Vinmonopolet gjennomførte flere holdningsskappende kampanjer i 2007. Kampanjene har fått stor oppmerksomhet i media og vunnet priser som blant annet gull i Dagbladets «Pustehullet». Kampanjene har bidratt til å sette alkoholpolitiske problemstillinger på dagsorden.

### Drift og tilgjengelighet

Vinmonopolet har som mål å sikre en mest mulig lik tilgjengelighet til våre butikker over hele landet innenfor de alkoholpolitiske og bedriftsøkonomiske rammebetingelsene som er lagt for selskapets virksomhet. Styret vedtok å åpne 11 nye butikker i 2007. Utvelgelsen baseres på analyser av befolkningsgrunnlag, handelsmønster og avstand til nærmeste Vinmonopolbutikk.

### Butikkene

I tillegg til 11 nye selvbetjente butikker i 2007 ble 11 butikker renoveret. Per 31.12.07 var 215 av Vinmonopolets 222 butikker selvbetjente. Vinmonopolet har fem butikkategorier: Fullsortiment med rundt 1 600 produkter, hovedsortiment med ca 850 produkter og grunnsortiment med ca 450 produkter. Distriktsbutikkene har rundt 250 produkter og filialene om lag 190 produkter.

### Prøveordning for filialdrift

For å styrke oppslutningen om Vinmonopolordningen er det ønskelig at den geografiske fordelingen av butikkene gir best mulig dekning også i distriktene. Regjeringen bestemte i juni 2006 å se på hvorvidt de kommunene som ønsker det som hovedregel skal kunne få Vinmonopol.

«Jeg hørte at det var en i USA som var 67 år og som ikke fikk kjøpt alkohol fordi han ikke hadde legitimasjon. Heldigvis er ikke vi så rigide.»

Lena Meling, nestleder Vinmonopolet Manglerud

I mai 2007 overleverte Vinmonopolet en utredning til Helse- og omsorgsdepartementet og fikk deretter tilslutning til å gå i gang med et prøveprosjekt med ni filialer. Som første filial i prosjektet åpnet Løten 14. desember 2007. Filialene driftes i hovedsak av personalet i et nærliggende Vinmonopol og salgsanslaget varierer mellom 12 tusen og 50 tusen liter i året. Prøveordningen for filialdrift evalueres i 2009 før man tar stilling til omfang og planer for videre filialutbygging.

### Netthandel og kundesenter

E-handel består av to salgskanaler: Nettbutikk gjennom vinmonopolet.no samt et eget kundesenter som tar bestillinger på e-post og telefon. Distribusjonsløsningen for e-handel håndteres av et sentralt lager. Posten distribuerer direkte til kunder per post eller levert på dør. For kunder som bor i kommuner uten Vinmonopolbutikk er frakten kostnadsfri.

Målet med e-handel er å bidra til å gi økt tilgjengelighet til Vinmonopolets produkter i distrikter uten butikkdekning. Dette bidrar til et mer rettferdig tilbud innenfor rammen av begrenset tilgjengelighet.

Salget gjennom nettbutikk og kundesenter var 555 tusen liter i 2007, en økning på 13 prosent fra året før. Salget tilsvarer 0,8 prosent av Vinmonopolets totale salg. Nettstedet har i overkant av 150 tusen besøk hver måned. Kundesenteret mottar over 1 000 e-post per måned og 4 000 telefonhenvendelser.

### Salget

Vinmonopolets salg økte med 3,4 prosent i 2007 til 71,1 mill. liter. Svakvin – som står for 80 prosent av Vinmonopolets salg – økte mest målt i liter. Det har aldri vært solgt mer svakvin i Norge enn i 2007.

Salgsøkningen sees i sammenheng med åpning av 11 nye butikker, omlegging til selvbetjening, økende interesse for vin blant folk, omtale i media samt høy kjøpekraft. Tall fra SIRUS (Statens institutt for rusmiddelforskning) viser videre at Vinmonopolet tar markedsandeler fra uregistrert alkoholomsetning

som hjemmebrent og smuglersprit. Salget av svakvin økte med 3,2 prosent til 56,7 mill. liter i 2007. Salg av vin på kartong fortsetter å øke, og utgjorde i 2007 52,1 prosent av svakvinssalget.

Salget av brennevin økte med 4,8 prosent fra 12,1 til 12,7 mill. liter, mens salget av sterkvin gikk ned 4,2 prosent til 958 tusen liter. Salg av sterkøl økte med 2,4 prosent til 715 tusen liter. Mesteparten av sterkølssalget var juleøl. Salg av alkoholfrie drikker utgjorde 98 tusen liter i 2007 mot 92 tusen liter i 2006.

### Grossister

Ved utgangen av 2007 hadde Vinmonopolet grossistavtale med 191 bevillingshavere – 27 flere enn året før. De 10 største grossistene representerer en markedsandel på 55 prosent, en økning på 1 prosent fra 2006.

Grossistene benytter distribusjonsfirmaer/transportører for levering til butikkene. De tre største står for 98,8 prosent av levert kvantum til butikkene.

### Produktkontroll

Det er gjennomført rutinemessig kjemisk og sensorisk kontroll innen alle utvalg og varetyper i 2007. Kontrollen er hyppigst for produkter som er innkjøpt av Vinmonopolet til basisutvalget. Ca 1 400 produkter har gjennomgått kjemisk stikkprøvekontroll. Sensorisk mottakskontroll av nye produkter innkjøpt til basisutvalget førte til at syv produkter ble stoppet før lansering.

### Risikostyring og internrevisjon

Styret har hatt fokus på risikostyring og internrevisjon gjennom året. Risikoeksponeringen for selskapet på overordnet nivå er blitt kartlagt. Vurderingene ble gjennomført med referanse til målsettingene om å ivareta Vinmonopolordningen og å være Norges ledende faghandelskjede. Tiltaksplaner for å redusere eksponeringen og som grunnlag for videre oppfølging er blitt etablert. Det er utviklet et helhetlig system for risikostyring som er dokumentert gjennom en policy. Styret godkjente i mars ny instruks for internrevisjon. Funksjonen er en uavhengig, objektiv



bekreftelses- og rådgivningsfunksjon som har til formål å tilføre merverdi og forbedre organisasjonens drift. Den skal bidra til evaluering og forbedring i systemer og prosesser for styring og kontroll, herunder risikostyring, intern kontroll og virksomhetsstyring. Internrevisjonen rapporterer til styret og administrerende direktør.

#### Det ytre miljø

Arbeidet med Grønn Stat fortsatte i 2007 og miljøledelse er en integrert del i de interne styringssystemer. Fokusområdene er innkjøp, transport, energi og avfall.

Vinmonopolets butikker kildesorterer papir, papp, mykplast, glass og trevirke. Ved nyetableringer og ombygginger av butikker fokuseres det på gjenbruk. Det er etablert avtale for retur av IT-utstyr til resirkulering. Trykksaker som utgis er miljømerket og bærepapirene er laget av et råmateriale som kan gjenvinnes. I Vinmonopolets anbudsforespørsler bes bedriftene synliggjøre sin miljøpolitikk.

Det er opprettet en egen seksjon i avdeling Innkjøp og vareforsyning med ansvar for Kvalitet og Miljø.

#### Organisasjonen og de ansatte

Ved utgangen av året var 1 787 ansatt i Vinmonopolet. Det utgjør 1 135 årsverk. Andelen heltids- og deltidsansatte var hhv. 675 og 1 112. Det er en dreining mot flere deltidsansatte som skyldes etablering av små butikker i distriktene. Økningen i salg og antall butikker har medført moderat vekst i antall ansatte.

Intern opplæring har fortsatt vært i fokus for å bygge opp et godt kompetansenivå blant de ansatte. De fleste ledere har gjennomført ledelsesprogrammet Verdibasert Ledelse.

Vinmonopolet deltar i Inkluderende Arbeidsliv (IA). Det jobbes aktivt med å redusere sykefraværet og beholde ansatte med redusert funksjonsevne samt tilrettelegge for økt pensjonsalder. Sykefraværet i 2007 var 7,8 prosent mot 8,7 prosent i 2006.

Vinmonopolet har som mål å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn og kulturell bakgrunn. Selskapet følger opp regjeringens målsetting om å få flere innvandrere og personer med innvandrerbakgrunn i arbeid. Målsettingen følges opp ved blant annet å innkalle minst en kvalifisert søker med innvandrerbakgrunn til intervju ved ansettelser.

Vinmonopolet er opptatt av å opprettholde selskapet som en attraktiv arbeidsplass og å videreutvikle arbeidet med personal- og livsfasepolitikk som gjenspeiler de ansattes hverdag. Medarbeidertrivselsundersøkelsen i 2007 viser at hele 91 prosent svarer at de er godt tilfreds med jobben sin i Vinmonopolet.

#### Likestilling

Arbeidet med likestilling er en viktig del av Vinmonopolets personalpolitikk. Dette gjelder ved rekruttering, kompetanseutvikling, lønnspolitikk og arbeidsvilkår. Vinmonopolet ønsker en mest mulig jevn fordeling mellom kvinner og menn i alle typer stillinger. Deltidsarbeid, permisjon eller annet lovlig fravær skal ikke være til hinder for ansettelse eller avansement.

Andelen kvinnelige ledere per 31.12.07 var 48 prosent og varierer mellom de ulike ledernivåene. Ledergruppen har 43 prosent kvinneandel, mellomledere i administrasjonen består av 32 prosent kvinner. Fordelingen på heltidsstillinger i butikkene er 53 prosent kvinner, mens deltidsstillinger i butikk har en kvinneandel på 82 prosent.

Det er en tilnærmet lik rekruttering fordelt på kvinner og menn i de forskjellige stillingsgruppene.

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 kroner/tidsenhet.

#### Service- og støttefunksjoner

Stabsfunksjonene på kjedekontoret er organisert med henblikk på å gi optimal service- og støttefunk-

sjon til butikknett. Det igangsatte forbedringsprosjektet ivaretar en helhetlig effektivisering og struktur av støttefunksjonene. Effektivisering og dynamikk på kjedekontoret anses som et av suksesskriteriene for virksomheten.

#### Regnskap

Vinmonopolets omsetning (eks. mva.) var 9 742,7 mill. kroner, hvorav 5 392,9 mill. kroner var alkoholgifter. Dette er en omsetningsøkning på 581,5 mill. kroner fra 2006. Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader, var driftsresultatet 122,8 mill. kroner. Driftsresultatet ble 32,7 mill. kroner bedre enn i 2006. Resultatet før Vinmonopolavgift ble 167,2 mill. kroner som er 56,9 mill. kroner bedre enn i 2006. Resultatøkningen skyldes i hovedsak økt bruttofortjeneste, salg av et forretningsbygg, økte finansinntekter, samt lavere avskrivninger. Disse positive effektene motvirkes til en viss grad av økte lønns- og pensjonskostnader.

Vinmonopolavgiften som betales istedenfor ordinær skatt, er for 2007 beregnet til 37,0 mill. kroner. Stortinget har fastsatt at 40 prosent av overskuddet etter Vinmonopolavgift skal tilfalle staten. Dette utgjør 52,1 mill. kroner. Årets resultat etter Vinmonopolavgift og statens overskuddsandel utgjør 78,1 mill. kroner og foreslås overført til annen egenkapital.

Kontantstrømmene var 170,9 mill. kroner fra operasjonelle aktiviteter, og netto 19,5 mill. kroner ble benyttet til investeringsaktiviteter. Samlet beholdning av kontanter og kontantekvivalenter per 31.12.2007 var 1 592,1 mill. kroner i forhold til 1 440,7 mill. kroner ved forrige årsskifte. Den gode likviditeten ved årsskiftet må sees i sammenheng med høy omsetning og leverandørgjeld mot slutten av året.

Pensjonskostnaden har økt med 33,6 mill. kroner hovedsakelig som følge av endret forutsetning i 2006 om økt fremtidig lønnsvekst. Årets positive estimatavvik på 58 mill. kroner er regnskapsført direkte mot egenkapitalen, og skyldes hovedsakelig økt diskonteringsrente og bestandsoppdateringer.

«Vinmonopolet gjennomførte flere holdningsskapende kampanjer i 2007. Kampanjene har fått stor oppmerksomhet i media og vunnet priser som blant annet gull i Dagbladets 'Pustehullet'.»

AS Vinmonopolet har implementert en lederpensjonsordning som finansieres over driften. Totalkapitalen i selskapet utgjorde 2 447,8 mill. kroner per 31.12.2007. Bokført egenkapital per 31.12.2007 var 407,6 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 16,7, jfr også egenkapitalføring av estimatavvik. Til sammenlikning var egenkapitalen per 31.12.2006 på 287,1 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 12,3. Årsregnskapet er avlagt under forutsetning om fortsatt drift.

Vinmonopolets kredittrisiko er lav da det vesentligste av salget er kontantsalg. Renterisikoen er også lav som følge av at likvide midler hovedsakelig er plassert i konsernkontoordning med flytende rente. Vinmonopolet er ikke eksponert for valutarisiko.

#### Fremtidsutsikter

I løpet av 2008 planlegges det åpning av 22 nye butikker. Dette er det høyeste antall butikketableringer i løpet av ett år i Vinmonopolets historie. I rekordåret 2002 ble det åpnet 21 nye butikker. Med utgangspunkt i ambisjonen om å tilby en mest mulig likeverdig tilgjengelighet til våre produkter åpnes nær alle butikkene i kommuner uten Vinmonopol fra før. Ved utgangen av 2008 vil Vinmonopolet være etablert i 190 av landets kommuner.

Økningen i antall butikker fører også til at tilgjengeligheten på alkohol øker. De nye butikkene vil imidlertid være små, spesielt de nye filialene, og den totale

## «Forskning viser at nærhet til et Vinmonopol reduserer omfanget av uregistrert alkohol som hjemmebrenning og smugling.»

Økningen i Vinmonopolets salg vil være liten. Volumanslag ved etablering av rundt 80 nye butikker viser en salgsøkning på 2,5 prosent, en netto økning på 1,7 mill. liter. Alkoholpolitisk vil de samfunnsmessige negative konsekvensene av denne salgsøkningen være begrenset. Forskning viser at nærhet til et Vinmonopol reduserer omfanget av uregistrert alkohol som hjemmebrenning og smugling, samtidig vil omtrent halvparten av salget komme fra allerede eksisterende butikker.

Flere strategiske prosjekter slutføres i 2008. Dagens sortiment skal justeres for å bli mer markedsrettet. Det forventes større etterspørsel etter økologiske

produkter og det stilles større krav til produktinformasjon og produktmerking.

For å sikre et likt tilbud på tjenester og service skal det etableres en multikanalstrategi, som dekker butikker, nettsider, kundesenter og eventuelle nye kanaler for salg og informasjonsformidling.

Det skal gjennomføres et større investerings- og utviklingsprosjekt for å etablere ny IKT-arkitektur og systemer. Det blir basert på en ERP-løsning som innebærer en konsolidering av dagens systemer.

Vinmonopolets kjedekontor flyttes fra Dronning Mauds gate til nyrenovertede kontorer i Akersgaten. Flyttingen forberedes med tanke på å legge til rette for en mer samhandlende og inkluderende arbeidsform i mer åpne lokaler.

Styret ønsker å takke serviceheltene i butikkene og hverdagsheltene på kjedekontoret som alle gjennom sin dyktighet og sitt daglige arbeid bidrar til Vinmonopolets gode resultater.



Foto: Jo Michael

Helge Storvik

Ingvild Wold Strømsheim

Siri B. Hatlen  
Styreleder

Thorbjørn Myhre

Elianne Ingebrigtsen

Juul Lyseggen

Margrethe Sunde

Sverre Bugge

Elsbeth Tronstad  
Nestleder

Kai G. Henriksen



## Nøkkeltall

	2007	2006	2005	2004	2003
SALG (1 000 liter)					
Svakvin	56 651	54 878	52 893	50 064	47 529
Sterkvin	958	1 001	1 047	1 098	1 141
Brennevin	12 657	12 080	11 678	11 389	11 539
Øvrige produkter	813	790	793	787	776
<b>SUM</b>	<b>71 079</b>	<b>68 749</b>	<b>66 411</b>	<b>63 338</b>	<b>60 985</b>
INNETEKTER OG RESULTAT (mill. kroner)					
Brutto salgsinntekter	12 164,3	11 440,0	10 863,0	10 260,0	9 575,5
Driftsinntekter	9 742,7	9 161,2	8 708,4	8 275,4	7 725,2
Driftsresultat	122,8	90,1	101,3	98,8	68,4
Resultat før Vinmonopolavgift	167,2	110,3	116,6	115,5	101,6
KAPITAL					
Total kapital (mill. kroner)	2 447,8	2 335,3	2 102,9	1 849,6	1 592,9
Egenkapital (mill. kroner)	407,6	287,1	365,8	578,3	543,2
Egenkapitalandel (%)	16,7	12,3	17,4	31,3	34,1
LØNNSOMHET (%)					
Bruttomargin <sup>1)</sup>	12,1	12,1	12,2	12,2	12,3
Resultatgrad <sup>2)</sup>	1,7	1,2	1,4	1,4	1,3
Totalkapitalrentabilitet <sup>3)</sup>	7,1	5,0	5,9	6,8	6,6
Egenkapitalrentabilitet <sup>4)</sup>	48,1	33,8	24,7	20,6	19,5
LIKVIDITET					
Likviditetsgrad (%) <sup>5)</sup>	145,4	134,9	128,9	124,1	124,9
Arbeidskapital (mill. kroner) <sup>6)</sup>	639,8	491,3	378,2	294,9	248,9
PERSONALE					
Antall fast ansatte pr. 31.12.	1 787	1 743	1 701	1 702	1 699
Herav: Heltidsansatte	675	657	637	642	647
Deltidsansatte	1 112	1 086	1 064	1 060	1 052
Antall årsverk	1 135	1 121	1 122	1 121	1 127
Antall butikker pr. 31.12.	222	211	199	195	188

$$^1) \text{ Bruttomargin} = \frac{\text{Driftsinntekt} - \text{vareforbruk}}{\text{Driftsinntekt}} \times 100$$

$$^4) \text{ Egenkapitalrentabilitet} = \frac{\text{Resultat før Vinmonopolavgift}}{\text{Gjennomsnitt av egenkapital 1.1. og 31.12.}} \times 100$$

$$^2) \text{ Resultatgrad} = \frac{\text{Resultat før Vinmonopolavgift} + \text{finanskostnader}}{\text{Driftsinntekt}} \times 100$$

$$^5) \text{ Likviditetsgrad} = \frac{\text{Omløpsmidler}}{\text{Kortsiktig gjeld}} \times 100$$

$$^3) \text{ Totalkapitalrentabilitet} = \frac{\text{Resultat før Vinmonopolavgift} + \text{finanskostnader}}{\text{Gjennomsnitt av totalkapitalen 1.1. og 31.12.}} \times 100$$

$$^6) \text{ Arbeidskapital} = \text{Omløpsmidler} - \text{kortsiktig gjeld}$$

«Det står at hvis du er under 25 så skal du vise legitimasjon, så jeg pleier å vise det selv. Jeg tenker ikke noe over det.»

Kristine Dalene, 19 år

## Resultatregnskap

1.1.-31.12. (mill. kroner)	Note	2007	2006
DRIFTSINNETEKTER			
Salgsinntekter	2	9 731,4	9 156,6
Andre inntekter	13	11,3	4,6
<b>DRIFTSINNETEKTER</b>		<b>9 742,7</b>	<b>9 161,2</b>
DRIFTSKOSTNADER			
Vareforbruk	3	8 564,2	8 050,0
Lønn og andre personalkostnader	4,19	710,1	657,5
Avskrivinger på varige driftsmidler	13	64,3	78,5
Nedskrivinger på varige driftsmidler	13	1,1	2,0
Andre driftskostnader	5	280,2	283,1
<b>DRIFTSKOSTNADER</b>		<b>9 619,9</b>	<b>9 071,1</b>
<b>DRIFTSRESULTAT</b>		<b>122,8</b>	<b>90,1</b>
FINANS			
Finansinntekter	6,8	47,2	21,8
Finanskostnader	6	2,7	1,5
<b>FINANSPOSTER</b>		<b>44,5</b>	<b>20,3</b>
<b>RESULTAT FØR VINMONOPOLAVGIFT</b>		<b>167,2</b>	<b>110,3</b>
Vinmonopolavgift	14	37,0	22,7
<b>ÅRETS RESULTAT</b>		<b>130,2</b>	<b>87,6</b>
OVERFØRINGER OG DISPONERINGER			
Til overskuddsandel og utbytte	15,19	52,1	35,1
Til annen egenkapital	19	78,1	52,6
<b>SUM</b>		<b>130,2</b>	<b>87,6</b>

«Alle vi tror er under 25, spør vi. Noen av dem vi spør er over 30, og da må vi ta det med humor.»


Lena Meling, nestleder Vinmonopolet Manglerud

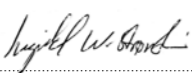
39

VINMONOPOLET ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP 2007  
REGNSKAP

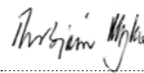
## Balanse

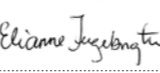
Per 31.12. (mill. kroner)	Note	2007	2006
<b>EIENDELER</b>			
Utsatt skattefordel	14	182,3	184,6
Varige driftsmidler	13	213,3	249,2
Langsiktige fordringer	12	4,2	4,2
<b>ANLEGGSMIDLER</b>		<b>399,7</b>	<b>438,0</b>
<b>OMLØPSMIDLER</b>			
Varebeholdning	9	421,0	420,6
Kundefordringer	10	15,8	12,1
Andre kortsiktige fordringer	11	19,2	23,9
Finansielle plasseringer	8	304,4	246,0
Kontanter, bankinnskudd	7	1 287,7	1 194,7
<b>OMLØPSMIDLER</b>		<b>2 048,1</b>	<b>1 897,3</b>
<b>SUM EIENDELER</b>		<b>2 447,8</b>	<b>2 335,3</b>
<b>GJELD OG EGENKAPITAL</b>			
<b>GJELD OG EGENKAPITAL</b>			
Innskutt kapital			
Aksjekapital	17	0,1	0,1
Opptjent kapital			
Annen egenkapital	18	407,5	287,0
<b>EGENKAPITAL</b>		<b>407,6</b>	<b>287,1</b>
<b>LANGSIKTIG GJELD</b>			
Pensjonsforpliktelser	19	631,9	642,2
<b>LANGSIKTIG GJELD</b>		<b>631,9</b>	<b>642,2</b>
<b>KORTSIKTIG GJELD</b>			
Leverandørgjeld		992,1	1 058,5
Vinmonopolavgift	14	87,2	67,7
Skyldig offentlige avgifter		100,4	84,4
Overskuddsandel og utbytte	15	52,1	35,1
Annen kortsiktig gjeld	16	176,4	160,3
<b>KORTSIKTIG GJELD</b>		<b>1 408,3</b>	<b>1 406,0</b>
<b>SUM GJELD OG EGENKAPITAL</b>		<b>2 447,8</b>	<b>2 335,3</b>


  
Helge Storvik


  
Ingvild Wold Strømsheim

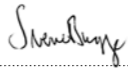
  
Siri B. Hatlen  
Styreleder


  
Thorbjørn Myhre

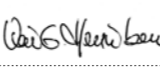
  
Elianne Ingebrigtsen

  
Juul Lyseggen

  
Margrethe Sunde

  
Sverre Bugge

  
Elsbeth Tronstad  
Nestleder

  
Kai G. Henriksen

## Kontantstrømanalyse

(mill. kroner)	2007	2006
<b>LIKVIDER TILFØRT FRA VIRKSOMHETEN</b>		
Tilført fra årets virksomhet *)	166,2	139,1
Endring leverandører	-66,5	73,5
Endring i lager, debitorer	-4,0	5,2
Endring andre kortsiktige poster	75,1	20,9
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA VIRKSOMHETEN</b>	<b>170,9</b>	<b>238,7</b>
<b>LIKVIDER BRUKT PÅ INVESTERINGER</b>		
Investeringer i varige driftsmidler	-31,3	-38,5
Salg av varige driftsmidler	11,8	3,4
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA INVESTERINGER</b>	<b>-19,5</b>	<b>-35,1</b>
Netto endring i likvider gjennom året	151,4	203,6
Likvider 1.1.	1 440,7	1 237,1
<b>LIKVIDER 31.12.</b>	<b>1 592,1</b>	<b>1 440,7</b>
<b>SPESIFIKASJON LIKVIDER 31.12.</b>		
Kontanter	26,4	28,7
Bankinnskudd	1 261,2	1 166,0
Finansielle plasseringer	304,4	246,0
<b>SUM LIKVIDER</b>	<b>1 592,1</b>	<b>1 440,7</b>
<b>Resultat før Vinmonopolavgift</b>		
Resultat før Vinmonopolavgift	167,2	110,3
Gevinst ved salg av driftsmidler	-10,0	-3,3
Ordinære av- og nedskrivninger	65,4	80,5
Betalbar Vinmonopolavgift	-31,6	-28,2
Forskjell mellom kostnadsført pensjon og inn-/utbetalinger	10,3	16,3
Overskuddsandel	-35,1	-36,5
<b>*) TILFØRT FRA ÅRETS VIRKSOMHET</b>	<b>166,2</b>	<b>139,1</b>



## 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 regnskaps-skikk 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 anleggsmiddel/langsiktig gjeld.

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

Anleggsmidler vurderes til anskaffelseskost, men nedskrives til virkelig verdi dersom verdifallet ikke forventes å være forbigående.

#### 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. Pensjonsordningen for lønnsytelser utover 12G er finansiert over drift.

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

Vinmonopolet følger Norsk Regnskapsstandard 6A som gir regnskapspliktige mulighet til å anvende rammeverket i International Accounting Standard 19(IFRS). Årets beregnede kostnad føres over resultatregnskapet som lønn og andre personalkostnader. Nåverdien av pensjonsforpliktelsen er etter fradrag for beregnede pensjonsmidler klassifisert som langsiktig gjeld i balansen. Estimaterendringer føres løpende direkte mot egenkapitalen.

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 eierskapet, og ikke med leieavtalen, behandles som en operasjonell leieavtale og leiebetalinger klassifiseres som driftskostnad i regnskapet.

#### 1.10 Kontantstrømpoppstilling

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

### 2 Salgsinntekter

Fordeling hovedvaregrupper (mill. kroner)	2007	2006
Svakvin	5 516,3	5 203,8
Sterkvin	145,4	146,1
Brennevin	3 994,4	3 733,9
Øvrige produkter	55,7	53,0
Andre salgsvarer	19,6	19,8
<b>SUM</b>	<b>9 731,4</b>	<b>9 156,6</b>

Alkoholavgifter utgjør 5 392,9 mill. kroner av salgsinntekter og varekostnader (5 084,5 mill. kroner i 2006).

### 3 Vareforbruk

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

**4 Lønnskostnader, antall ansatte og godtgjørelser**

(1 000 kr)	2007	2006
Lønn	503 914	488 168
Arbeidsgiveravgift	64 390	69 005
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	108 218	74 647
Innleid arbeidskraft	21 959	19 087
Andre godtgjørelser	11 613	6 609
<b>SUM</b>	<b>710 095</b>	<b>657 516</b>

Gjennomsnittlig antall ansatte for 2007 er 1 765 (1 714 for 2006).

Lønn og andre ytelser administrerende direktør (eks.sosiale kostnader)

(1 000 kr)	2007	2006
Lønn	1 461	1 302
Pensjonskostnad	258	333
Andre godtgjørelser	135	104
<b>SUM</b>	<b>1 854</b>	<b>1 739</b>

Samlet styrehonorar var i 2007 kroner 1 154 000 herav til styrets leder kroner 200 000 ( i 2006 kroner 978 082, herav til styrets leder kroner 145 000). Samlet honorar til bedriftsforsamlingen var kroner 53 750 ( i 2006 kroner 34 975).

Revisjon (eks. mva.)

(1 000 kr)	2007	2006
Lovpålagte revisjonstjenester	835	781
Skatterådgivning og avgiftstjenester	36	0
Andre ikke-revisjonstjenester	383	0
<b>SUM</b>	<b>1 254</b>	<b>781</b>

**5 Andre driftskostnader**

Andre driftskostnader inkluderer følgende kostnader:

(1 000 kr)	2007	2006
Andre personalkostnader	21 351	19 076
Frakt og transport	10 391	8 725
Energj	9 456	11 102
Kostnader lokaler	112 507	108 591
Inventar og driftsmaterialer	17 086	20 786
Vedlikeholds- og servicekostnader	24 237	19 571
Eksterne tjenester	18 538	18 266
Kontorrekvisita, trykksaker mv.	4 878	4 726
IT, telefon, porto mv.	12 558	13 127
Reisekostnader	10 094	10 861
Informasjons- og emballasjemateriell	21 678	27 053
Forsikringer og bankomkostninger	8 877	10 143
Andre kostnader	8 499	11 034
<b>SUM</b>	<b>280 152</b>	<b>283 060</b>

**6 Finansposter**

Finansposter inneholder følgende inntekter og kostnader:

(1 000 kr)	2007	2006
<b>FINANSINNTEKTER</b>		
Renteinntekter bank	38 387	18 821
Avkastning obligasjoner/sertifikat	8 794	2 949
Andre finansinntekter	7	2
<b>SUM</b>	<b>47 187</b>	<b>21 772</b>

(1 000 kr)	2007	2006
<b>FINANSKOSTNADER</b>		
Rentekostnader bank	2 665	1 509
Andre finanskostnader	65	4
<b>SUM</b>	<b>2 730</b>	<b>1 513</b>

**7 Kontanter og bankinnskudd**

Per 31.12.2007 var 20,8 mill. kroner av selskapets bankinnskudd avsatt til betaling av skattetrekk for ansatte (19,5 mill. kroner i 2006). Bankbeholdningen er plassert på konsernkontosystem i Sparebanken Midt-Norge.

**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 2007 en gjennomsnittlig durasjon på 2,6 år, og dersom investeringene ikke realiseres før ved forfall vil dette gi en gjennomsnittlig årlig avkastning på 5,5 prosent. Porteføljens gjennomsnittlige løpetid skal være fra 1 – 5 år. Plasseringene er fordelt som følger:

(1 000 kr)	Kostpris	Markedsv.	Bokført verdi
Statsobligasjoner	33 337	31 233	31 233
Finansobligasjoner og særinnskudd	276 020	273 187	273 187
<b>SUM</b>	<b>309 357</b>	<b>304 420</b>	<b>304 420</b>

Gjennomsnittlig faktisk avkastning for 2007 utgjør 3,8 prosent p.a. De finansielle plasseringene klassifiseres som omløpsmidler og inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg. Selskapet har kostnadsført urealisert tap på 4 937 147 kroner pr. 31.12.2007.

**9 Varebeholdning**

Vinmonopolets varebeholdning fordeles på 222 butikker, samt et eget lager som håndterer utsendelser for fjernhandelskanalen. Verdien av varebeholdningen vises i tabellen under:

(mill. kroner)	2007	2006
Varelager i butikk	417,5	417,7
Varelager i nettbutikk	3,8	3,2
Total varelagerbeholdning	421,3	420,9
Ukurans	0,3	0,3
<b>SUM</b>	<b>421,0</b>	<b>420,6</b>

**10 Kundefordringer**

Kundefordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap på krav med kroner 585 000 ( i 2006 kroner 200 000).

«Jeg forstår hvis ansatte blir flauere når de spør, og ser at kunden er mer enn gammel nok.»

Håkon, 28 år

**11 Andre kortsiktige fordringer**

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

(1 000 kr)	2007	2006
Påløpne renteinntekter	1 007	496
Forskuddsbetalte kostnader	17 003	22 154
Andre kortsiktige fordringer	1 189	1 215
<b>SUM</b>	<b>19 199</b>	<b>23 866</b>

Andre kortsiktige fordringer inneholder aksjer i Norsk GlassGjenvinning AS med kroner 227 000 (stemme- og eierandel 22,7 prosent), bokført til pålydende. Aksjer i heleid datterselskap, Nordpolet AS er bokført med kroner 100 000 (note 21).

**12 Langsiktige fordringer**

Langsiktige fordringer består av obligasjons- og pantelån i forbindelse med selskapets leieavtaler på 4,2 mill. kroner (4,2 mill. kroner i 2006). Lånene er rentefrie og bundet inntil kontraktsutløp.



«Sannsynligvis er det lettere å få folk til å vise legitimasjon hvis de assosierer det med noe morsomt.»

Administrerende direktør i Try, Harald Strømme

### 13 Varige driftsmidler

(1 000 kr)	Forretningsbygg	Leide lokaler	Transportmidler
Anskaffelseskost 01.01.	97 046	131 672	4 681
Tilgang	1 604	5 027	67
Nedskrivning	0	-1 324	0
Avgang	-5 803	0	0
Anskaffelseskost 31.12.	92 847	135 375	4 749
Akkumulert avskrivning 01.01.	51 083	72 194	4 308
Årets avskrivning	1 635	12 384	171
Nedskrivning	0	-829	0
Avgang	-4 619	0	0
Akkumulert avskrivning 31.12.	48 099	83 749	4 479
<b>Bokført verdi 01.01.2007</b>	<b>45 962</b>	<b>59 478</b>	<b>373</b>
<b>Bokført verdi 31.12.2007</b>	<b>44 748</b>	<b>51 626</b>	<b>270</b>

(1 000 kr)	Inventar	EDB-utstyr/ programvare	Spesialtilpasset programvare
Anskaffelseskost 01.01.	340 190	225 573	42 926
Tilgang	15 886	4 264	3 570
Nedskrivning	-2 551	0	0
Avgang	-23	-26 579	0
Anskaffelseskost 31.12.	353 501	203 258	46 496
Akkumulert avskrivning 01.01.	226 467	206 107	39 827
Årets avskrivning	36 344	11 029	2 772
Nedskrivning	-1 931	0	0
Avgang	-21	-26 579	0
Akkumulert avskrivning 31.12.	260 859	190 556	42 599
<b>Bokført verdi 01.01.2007</b>	<b>113 723</b>	<b>19 466</b>	<b>3 099</b>
<b>Bokført verdi 31.12.2007</b>	<b>92 643</b>	<b>12 702</b>	<b>3 898</b>

(1 000 kr)	Tomter	Kunst	TOTALT
Anskaffelseskost 01.01.	6 027	1 108	849 223
Tilgang	848	0	31 267
Nedskrivning	0	0	-3 875
Avgang	-612	0	-33 016
Anskaffelseskost 31.12.	6 262	1 108	843 598
Akkumulert avskrivning 01.01.	0	0	599 984
Årets avskrivning	0	0	64 335
Nedskrivning	0	0	-2 760
Avgang	0	0	-31 219
Akkumulert avskrivning 31.12.	0	0	630 341
<b>Bokført verdi 01.01.2007</b>	<b>6 027</b>	<b>1 108</b>	<b>249 238</b>
<b>Bokført verdi 31.12.2007</b>	<b>6 262</b>	<b>1 108</b>	<b>213 257</b>

Gevinst ved salg av driftsmidler utgjør 10 mill. kroner, og består av salg av en forretningseiendom. Inntekten er klassifisert under andre inntekter i regnskapet.

Ordinære avskrivninger beregnes på bakgrunn av økonomisk levetid for driftsmidlene og fordeles lineært etter følgende satser:

Inventar	15-20 %
EDB-utstyr	20-33 %
Transportmidler	20 %
Forretningsbygg	1,5-5 %
Leide lokaler	Over kontraktstid

**14 Vinmonopolavgift**

Årets skatteøkende og skattereduserende forskjeller er knyttet til:

(1 000 kr)	2007	2006
Varige driftsmidler	-10 048	-6 517
Omløpsmidler	-885	-500
Pensjonsforpliktelser	-631 905	-642 499
Andre avsetninger	-8 163	-9 860
Sum grunnlag	-651 002	-659 376
Skattesats	28 %	28 %
<b>Utsatt skattefordel</b>	<b>-182 280</b>	<b>-184 625</b>

Årets skattekostnad beregnes som følger:

(1 000 kr)	2007	2006
Årets betalbare Vinmonopolavgift	51 098	36 126
Endring utsatt skattefordel *)	-14 111	-13 396
<b>Sum skattekostnad/Vinmonopolavg.</b>	<b>36 987</b>	<b>22 730</b>

\*) Utover dette er en økning på kr 16 456 i 2007 knyttet til estimatavik på pensjon som er belastet egenkapitalen direkte.

Avstemming av skattekostnaden (årets Vinmonopolavgift):

(1 000 kr)	2007	2006
28 % av resultat før skattekostnad	46 825	30 898
28 % av permanente forskjeller	284	676
28 % av Vinmonopolavgift foregående år	-10 122	-8 844

Vinmonopolavgift	2007	2006
<b>Vinmonopolavgift</b>	<b>36 987</b>	<b>22 730</b>

**15 Overskuddsandel**

Det er beregnet 40 % overskuddsandel av resultat etter Vinmonopolavgift for 2007.

**16 Annen kortsiktig gjeld**

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

(1 000 kr)	2007	2006
Lån fra ansatte gjennom eget interesekontor	61 500	55 065
Gavekort	25 136	19 157
Andre påløpte kostnader	1 809	50
Skyldig lønn og feriepenger	87 979	86 009
<b>SUM</b>	<b>176 424</b>	<b>160 281</b>

**17 Aksjekapital**

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

**18 Egenkapital**

(1 000 kr)	Aksje-kapital	Annen egenkapital	Sum
Egenkapital 31.12.2006	50	287 120	287 170
Årsresultat 2007		130 244	130 244
Estimatavik pensjon etter skatt		42 317	42 317
Overskuddsandel		-52 098	-52 098
Egenkapital 31.12.2007	50	407 583	407 633

**19 Pensjonsforpliktelser**

Vinmonopolets pensjonsordninger er organisert gjennom Statens Pensjonskasse. Ved beregning av årets netto pensjonskostnad legges foregående års forutsetninger til grunn. Ved beregning av netto pensjonsforpliktelser er følgende forutsetninger lagt til grunn:

Forutsetninger	2007	2006
Diskonteringsssats	4,70 %	4,50 %
Lønnsregulering	4,25 %	4,25 %
Pensjonsregulering	4,25 %	4,25 %
Avkastning på pensjonsmidler	4,25 %	4,00 %
G-regulering	4,25 %	4,25 %
Frivillig avgang	3,00 %	3,00 %
Årlig uttakstilbøyelighet - AFP (62-67 år)	13,00 %	13,00 %

Årets pensjonskostnad fremkommer slik:

Periodens netto pensjonskostnad (1 000 kr)	2007	2006
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	74 248	58 166
Rentekostnad av påløpte pensjonsforpliktelser	55 692	39 667
Risikopremie/administrasjon	1 185	1 017
Avkastning av pensjonsmidlene	-28 059	-25 560
Netto pensjonskostnad	103 065	73 290
Arbeidsgiveravgift	14 532	10 334
Netto pensjonskostnad før ansattrekk	117 598	83 624
Medlemsandel trukket	9 379	8 977
<b>Total netto pensjonskostnad</b>	<b>108 218</b>	<b>74 647</b>

Pensjonsforpliktelser og pensjonsmidler fremkommer slik:

Per 31.12. (1 000 kr)	2007	2006
Pensjonsforpliktelser brutto - PBO	1 293 472	1 252 140
Verdi av pensjonsmidler	739 655	689 039
Beregnet netto pensjonsforpliktelse	553 817	563 101
Arbeidsgiveravgift	78 088	79 397
<b>Balanseført netto pensjonsforpliktelse</b>	<b>631 905</b>	<b>642 499</b>

**20 Leieforpliktelser**

Selskapet har kontraktsfestede leieforpliktelser som medfører følgende utbetalinger de nærmeste årene:

(1 000 kr)	2008	2009	2010	2011	2012
Butikker og kontorer	106 683	91 095	73 524	58 145	32 738

Antallet leieavtaler er 224 i 2007. Av dette er 217 butikklokaler. Gjennomsnittlig leie er kr 1 068 per kvadratmeter. Det er 2 framleier i 2007.

**21 Nordpolet AS**

AS Vinmonopolet overtok 01.01.1999 driften av Nordpolet AS på Svalbard. Innskutt aksjekapital utgjør kroner 100 000. Nordpolets overskudd skal tilbakeføres lokalsamfunnet på Svalbard gjennom Longyearbyen lokalstyre, og konsolideres derfor ikke.

Datterselskapet vurderes etter kostmetoden i selskapsregnskapet. Investeringen er bokført til kroner 100 000, og er presentert under andre kortsiktige fordringer.

Resultat 01.01. - 31.12 (1 000 kr)	2007	2006
Salgsinntekter	19 716	20 591
Vareforbruk	11 014	11 769
Ordinære avskrivninger	3	0
Andre driftskostnader	3 041	3 051
Driftsresultat	5 658	5 771
Finansposter	106	23
Årets resultat	5 764	5 794

Disponering av resultat: Til Longyearbyen lokalstyre	2007	2006
Til Longyearbyen lokalstyre	5 764	5 794

Balanse per 31.12. (1 000 kr)	2007	2006
Anleggsmidler	53	0
Omløpsmidler	10 342	10 272
<b>Eiendeler</b>	<b>10 394</b>	<b>10 272</b>
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	6 014	5 892
<b>Gjeld og egenkapital</b>	<b>10 394</b>	<b>10 272</b>

«Det er i løpet av ett kort øyeblikk at man bestemmer seg for å spørre etter legitimasjon eller ikke.»

Vinmonopolets kjededirektør, Lasse Erik Moen



**KONTROLLKOMITEENS INNSTILLING**

Kontrollkomiteen har gjennomgått det avsluttede og reviderte årsoppgjør samt revisjonsberetningen. Styrets forslag til disposisjon av overskuddet kr 130.200.000, har kontrollkomiteen ingen merknader til. Kontrollkomiteen anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2007.

Oslo, 28. april 2008

**Ole John Østenstad (leder)**  
**May Britt Vihovde**  
**Ola D. Gløtvold**

**BEDRIFTSFORSAMLINGENS UTTALELSE**

I samsvar med revisjonsberetningen for 2007 og kontrollkomiteens innstilling anbefaler bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2007, slik det fremtrer etter styrets vedtak av 3. april 2008, blir fastsatt som selskapets regnskap for 2007. Likeledes anbefaler bedriftsforsamlingen at årsberetningen godkjennes.

Oslo, 28. april 2008

**Gunn Inger Løvseth (leder)**

Til Det Kongelige Helse – og omsorgsdepartement

**Revisjonsberetning for 2007**

Vi har revidert årsregnskapet for AS Vinmonopolet for regnskapsåret 2007, som viser et overskudd på kr 130.200.000,-. Vi har også revidert opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til anvendelse av overskuddet. Årsregnskapet består av resultatregnskap, balanse, kontantstrømpstilling og noteopplysninger. Regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge er anvendt ved utarbeidelsen av regnskapet. Årsregnskapet og årsberetningen er avgitt av selskapets styre og administrerende direktør. Vår oppgave er å uttale oss om årsregnskapet og øvrige forhold i henhold til revisorlovens krav.

Vi har utført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder revisjonsstandarder vedtatt av Den norske Revisorforening. Revisjonsstandardene krever at vi planlegger og utfører revisjonen for å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon. Revisjon omfatter kontroll av utvalgte deler av materialet som underbygger informasjonen i årsregnskapet, vurdering av de benyttede regnskapsprinsipper og vesentlige regnskapsestimater, samt vurdering av innholdet i og presentasjonen av årsregnskapet. I den grad det følger av god revisjonsskikk, omfatter revisjon også en gjennomgåelse av selskapets formuesforvaltning og regnskaps- og interne kontrollsystemer. Vi mener at vår revisjon gir et forsvarlig grunnlag for vår uttalelse.

Vi mener at

- årsregnskapet er avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av selskapets økonomiske stilling 31. desember 2007 og av resultatet og kontantstrømmene i regnskapsåret i overensstemmelse med god regnskapsskikk i Norge
- ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av selskapets regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringskikk i Norge
- opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til anvendelse av overskuddet er konsistente med årsregnskapet og er i samsvar med lov og forskrifter.

Oslo, 3.april 2008  
ERNST & YOUNG AS



Olve Gravråk  
statsautorisert revisor



## Styre

(Funksjonstid 1. juli 2006 – 30. juni 2008)

### Medlemmer oppnevnt av Kongen i statsråd:

Siri B. Hatlen, konserndirektør, Hosle, leder  
Elsbeth Tronstad, direktør, Stabekk, nestleder  
Sverre Bugge, sjef forvaltnings- og regnskapsavdelingen, Finstadjordet  
Thorbjørn Myhre, rektor, Molde  
Ingvild Wold Strømsheim, seniorrådgiver, Oslo  
Margrethe Sunde, driftsdirektør, Oslo

### Medlemmer valgt av og blant de ansatte:

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

### Varamedlemmer oppnevnt av Kongen i statsråd:

Geir Riise, HMS-direktør, Oslo  
Vibeke Limi, gruppeleder, Jar  
Åsunn Lyngedal, daglig leder, Narvik  
Odd Holten, pensjonist, Fredrikstad

### Varamedlemmer valgt av og blant de ansatte:

Åse Engesæth, butikksjef  
Kjell-Roar Nilsen, nestleder butikk  
Harald Galåen, butikksjef  
Randi Holvik, deltidsekspeditor  
Astrid Kristenstuen, konsulent  
Svend Bang Pedersen, butikksjef  
Brit O. Baarholm, distriktssjef

## Bedriftsforsamling

(Funksjonstid 1. juli 2006 – 30. juni 2008)

### Medlemmer oppnevnt av Kongen i statsråd:

Gunn Inger Løvseth, assisterende rådmann, Melhus, leder  
Ola Røtvei, ordfører, Oppdal  
Ole Berget, politisk rådgiver, Oslo  
Lisbeth Lunde Axelsen, fagleder psykiatritjenesten, Os  
Kristin Lindberg, diakoniarbeider, Leknes  
Ola D. Gløtvold, daglig leder, Engerdal  
Gjertrud Kjellesvik, lærer, Haugesund  
May Britt Vihovde, student, Haugesund  
Ole Johan Bakke, kommunelege 1, Våle  
Anne-Karin Nygård, generalsekretær, Oslo  
Lise Kjølsvold, professor, Oslo  
Ole John Østenstad, rådmann, Førde  
Olav Bratland, selvstendig næringsdrivende, Stordal  
Margaret Eide Hillestad, prosjektleder, Oslo

### Medlemmer valgt av og blant de ansatte:

Gunnar Arne Sagstad, deltidsekspeditor, Ytre Arna, nestleder  
Arne Thodok Eriksen, deltidsekspeditor, Nesodden  
Tor Arne Mjøen, butikkekspeditor, Beitstad  
Inger Lise Sandvik, butikkekspeditor, Fredrikstad  
Turid Ramsevik Svoren, deltidsekspeditor, Deknepollen  
Morten Saugstad, leder eiendomsforvaltning, Oslo  
Tone Myklebust, butikksjef, Molde

## Kontrollkomité

Kontrollkomiteen er valgt av og blant bedriftsforsamlingens oppnevnte medlemmer. Hovedoppgavene er å føre tilsyn med styrets og adm. direktørs forvaltning av selskapet, og å påse at kontrolloppgavene blir utført.

### Medlemmer:

Ole John Østenstad, leder  
Ola D. Gløtvold  
May Britt Vihovde

## Revisor

### Ernst & Young AS

#### Administrativ ledelse:

Kai G. Henriksen, adm. direktør  
Nordis Vik Olausson, leder kommunikasjon og samfunnskontakt  
Lars Sogn, leder juridisk  
Erlend Leinum, direktør innkjøp og vareforsyning  
Lasse Erik Moen, kjededirektør  
Britt-Magni Rutgersen, leder økonomi og IT  
Siv Tophøj, leder HR



10045

Ved utgangen av 2007 besto Vinmonopolets vareutvalg av 10 645 produkter. Dette er varer som finnes i butikkenes faste og lokale utvalg i tillegg til produkter for kundebestilling.

## Rødvin fortsatt på topp

NR	VARENAVN	Bestselgere 2007 (1000 liter)				Andel	
		TYPE	LAND	LITER	SVAKVIN	BRENNEVIN	
1	J.P. Chenet Cabernet Syrah	Rødvin	Frankrike	1 748	3,1 %		
2	Lindemans Shiraz Cabernet	Rødvin	Australia	1 296	2,3 %		
3	Gato Negro Cabernet Sauvignon 2006/2007	Rødvin	Chile	815	1,4 %		
4	La Boisélière	Rødvin	Frankrike	735	1,3 %		
5	Da Luca Primitivo Merlot 2005	Rødvin	Italia	707	1,2 %		
6	Chapelle du Bois 2005	Rødvin	Frankrike	687	1,2 %		
7	Viña Maipo Cabernet Sauvignon 2002/2006	Rødvin	Chile	687	1,2 %		
8	Soñador Malbec Cabernet Sauvignon Merlot 2006/2007	Rødvin	Argentina	642	1,1 %		
9	Mezzomondo Negroamaro	Rødvin	Italia	593	1,0 %		
10	Kalinka	Vodka	Norge	578		4,6 %	
11	El Copero 2005/2006	Rødvin	Spania	571	1,0 %		
12	Tariquet 2005/2006	Hvitvin	Frankrike	566	1,0 %		
13	Arrow Ruby Cabernet	Rødvin	USA	520	0,9 %		
14	Dr. L. Riesling 2005/2006	Hvitvin	Tyskland	519	0,9 %		
15	Chapel Hill Rhine Riesling & Sauvignon Blanc 2005/2006	Hvitvin	Ungarn	499	0,9 %		
16	Marqués de Chivé Tempranillo Crianza	Rødvin	Spania	497	0,9 %		
17	Baileys Original Irish Cream	Likør under 22 %	Irland	484		3,8 %	
18	Absolut Vodka	Vodka	Sverige	480		3,8 %	
19	Amigo	Rødvin	Spania	478	0,8 %		
20	Ken Creek	Rødvin	Australia	468	0,8 %		
21	Vidigal	Rødvin	Portugal	467	0,8 %		
22	Smirnoff	Vodka	England	446		3,5 %	
23	Dunavár Chardonnay 2005	Hvitvin	Ungarn	430	0,8 %		
24	Dworek Vodka	Vodka	Polen	429		3,4 %	
25	Black Tower Rivaner 2006	Hvitvin	Tyskland	428	0,8 %		
26	Bache-Gabrielsen 3 kors	Druebrennevin	Frankrike	394		3,1 %	
27	Boheme	Rødvin	Italia	392	0,7 %		
28	Vikingfjord	Vodka	Norge	386		3,0 %	
29	Vidigal Reserva 2004	Rødvin	Portugal	382	0,7 %		
30	Lindemans Bin 45 Cabernet Sauvignon	Rødvin	Australia	378	0,7 %		
31	Banrock Station Shiraz Mataro	Rødvin	Australia	374	0,7 %		
32	Robertson Cabernet Sauvignon 2003/2006	Rødvin	Sør-Afrika	356	0,6 %		
33	Braastad V.S.O.P. Réserve	Druebrennevin	Frankrike	353		2,8 %	
34	J. Bäumer Rheingau Riesling 2006	Hvitvin	Tyskland	342	0,6 %		
35	Othello	Rødvin	Frankrike	340	0,6 %		
36	Valpantena Corvina 2004/2006	Rødvin	Italia	325	0,6 %		
37	Quinta de Bons-Ventos 2006	Rødvin	Portugal	319	0,6 %		
38	Marqués de Cáceres Vendimia Seleccionada 2003/2004	Rødvin	Spania	311	0,5 %		
39	Rosemount Shiraz Cabernet	Rødvin	Australia	309	0,5 %		
40	Jägermeister	Bitter	Tyskland	307		2,4 %	
41	Astica Chardonnay	Hvitvin	Argentina	306	0,5 %		
42	J.P. Chenet Merlot 2005/2006	Rødvin	Frankrike	303	0,5 %		
43	Cantina Rossa 2006	Rødvin	Italia	302	0,5 %		
44	Cuvée Christer Berens M d'A	Rødvin	Italia	283	0,5 %		
45	J.P. Chenet Cabernet Syrah 2005/2006	Rødvin	Frankrike	279	0,5 %		
46	Moselland Riesling Kabinett 2005/2006	Hvitvin	Tyskland	260	0,5 %		
47	Bihn Liebfraumilch	Hvitvin	Tyskland	260	0,5 %		
48	Barone Ricasoli Formulae 2006	Rødvin	Italia	259	0,5 %		
49	Moselland Ars Vitis Riesling 2006	Hvitvin	Tyskland	253	0,4 %		
50	Grand Veneur Merlot	Rødvin	Frankrike	249	0,4 %		
Andel vin/brennevin					35,2 %	30,5 %	



## VINMONOPOLET'S BESTSELGERLISTE

Blant de 10 mestselgende produktene finner vi ni rødviner og ett brennevinmerke. På 12. plass dukker den første hvitvinen opp.



37 prosent av foreldre mener at ungdom bør få smake alkohol hjemme sammen med foreldrene før de har fylt 18 år.

Synovate MMI

## Rikt varesortiment

### FILIALSORTIMENT

Består av 150 produkter.

150



### DISTRIKTSSORTIMENT

Distriktsortimentet består av filialsortimentet i tillegg til 50 produkter, til sammen 200 produkter.

200



### GRUNNSORTIMENT

Grunnsortimentet inneholder distriktsortimentet i tillegg til 220 produkter, til sammen 420 produkter.

420



### HOVEDSORTIMENT

Hovedsortimentet inneholder grunnsortimentet samt 330 produkter, totalt 750 produkter.

750



### FULLSORTIMENT

Fullsortimentet består av hovedsortimentet i tillegg til 690 produkter, til sammen 1440 produkter.

1440



Filial-, distrikts- og grunnsortiment kan i tillegg ha inntil 20 % av det faste sortimentet på lokal liste. Hoved- og fullsortiment kan ha inntil 15 % på lokal liste.

De fem faste sortimentene settes sammen på bakgrunn av oppnådd salg, slik at bestselgerne får bredest distribusjon samt varefaglige vurderinger for å sikre en tilfredsstillende bredde i sortimentet.

Ved utgangen av 2007 besto Vinmonopolets totale utvalg av hele 10 645 produkter. Dette er produkter som finnes i butikkens faste og lokale utvalg, i tillegg til produkter for kundebestilling.

Det faste utvalget er delt inn i fem ulike sortimenter, og hver butikkategori fører et definert fast sortiment i tillegg til et lokalt sortiment som skal dekke den lokale etterspørselen.

### Markeds- og produktplan

Vinmonopolet utarbeider hvert halvår en markeds- og produktplan. Målet med planen er å sikre et bredt sammensatt vareutvalg med god variasjon i pris, varettyper land og stilretninger, for å dekke faktisk og forventet etterspørsel.

Markeds- og produktplanen er offentlig og gjøres tilgjengelig via ekstranett for grossister med bevilling. Videre distribueres den til alle relevante ambassader, journalister og andre interessenter. Den legges også ut på vinmonopolet.no. I planen redegjør Vinmonopolet for sine innkjøpsplaner. På bakgrunn av planen sendes det ut tilbudspørsmål til grossistene. For 2007 ble det sendt ut 246 tilbudspørsmål som til sammen resulterte i tilbud på 3 602 produkter. 3 258 av tilbudene ble testet sensorisk av sensorisk prøveinstans, som er et panel av kvalifiserte dommere. Dette resulterte i innkjøp av 292 produkter.

I tillegg til innkjøp med bakgrunn i tilbudskonkurranse, har Vinmonopolet en testordning hvor grossistene kan teste selvvalgte produkter i det norske markedet. I 2007 lanserte vi 200 produkter i testutvalget, og 101 testprodukter kvalifiserte seg til basisutvalget. Som følge av endringer i forskrift om AS Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet mv. 23. mars 2006, fikk Vinmonopolet fra 2007 anledning til å overføre produkter fra bestillingsutvalget til basisutvalget. Dette resulterte i at vi i 2007 overførte 113 produkter.

Alle nyhetene lanseres i fullsortimentsbutikkene. I snitt i 2007 ble det i denne butikkatego-

rien lansert i overkant av 80 produkter i basis- og partiutvalget annenhver måned, hvorav i overkant av 20 fra fokusområdene. I tillegg kommer i snitt vel 30 testlanseringer og i underkant av 20 overføringer fra bestillingsutvalget. I de øvrige butikkategoriene ble det i snitt lansert 10 nyheter annenhver måned, hvorav rundt halvparten fra fokusområdene.

### Fokusområder

Siden 2003 har Vinmonopolet ved hver nyhetslansering hatt et fokusområde. Et fokusområde vil være produkter fra et land, et område eller en stilretning som det legges spesiell vekt på i et nyhetslipp. Fokusområdene blir utformet og valgt ut på bakgrunn av analyser av salg og trender i Norge og internasjonalt. For kundene betyr dette at de får mange ulike og spennende produkter å velge mellom fra et aktuelt område eller stilretning. I 2007 har fokusområdene vært svært varierte: Torr sherry, vin fra nye Australia, hvitvin med adresse, vin fra Loire, Campania og champagne. Dette har vært temaer som er blitt svært godt mottatt, både av kundene og i pressen.

### 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 alkoholholdige drikker fra Vinmonopolets leverandører, jf. forskrift 16. januar 1996 nr. 24 om nemnda. I 2007 ble åtte klager oversendt nemnda for behandling. Fem av sakene førte ikke frem, de tre siste er foreløpig ikke behandlet av nemnda.

### 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

ta hensyn til både håndteringskostnadene i butikk og andre faktorer som påvirker ressursforbruket.

Kalkylen kan uttrykkes ved følgende formel:  
Avanse = fast påslag + verdipåslag

Det faste påslaget, som skal dekke Vinmonopolets variable kostnader knyttet til håndtering av produktene, er fastsatt til 4 kroner per liter for brennevin over 22 volumprosent, og 5 kroner per liter for øvrige produkter. Det faste påslaget er mindre for brennevin enn for øvrige produkter, fordi disse produktene medfører 20–30 prosent mindre ressursbruk i butikkene. Verdipåslaget, som skal dekke selskapets faste kostnader og i tillegg sikre et økonomisk resultat av driften, er fastsatt til 28 prosent av innkjøpsprisen eksklusive avgifter. Procentsatsen reduseres gradvis når avansen overstiger 30 kroner. Avansen vil maksimalt kunne utgjøre 75 kroner per enhet.

## Salget

Vinmonopolets salg økte med 3,4 prosent i 2007. Svakvin – som står for 80 prosent av Vinmonopolets salg – økte mest målt i liter. Det har aldri vært solgt mer svakvin i Norge enn i 2007.

### Kroner og liter

Både omsetningen i kroner og liter økte fra 2006 til 2007. Bruttoomsetningen var på 12,2 mrd. kroner, en økning tilsvarende 6,3 prosent. Til sammen ble det solgt 71,1 mill. liter drikkevarer. Dette tilsvarende en volumøkning fra forrige år på 3,4 prosent. Målt i liter ren alkohol var økningen på 4,1 prosent.

### Utviklingen i salget

Økning i omsetning (kroner)	6,3 %
Økning i volum (totalt antall liter)	3,4 %
Økning i liter ren alkohol	4,1 %

Vi ser salgsøkningen i sammenheng med flere årsaker: Åpning av 11 nye butikker, omlegging til selvbetjening i seks butikker, stadig økende interesse for vin blant folk og i mediene, 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 ca. 90 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 3,2 prosent til 56,7 mill. liter i 2007 – tidenes høyeste vinsalg i Norge. Salget av vin på kartong (pappvin eller bag-in-box) fortsetter å øke, og utgjorde 52,1 prosent av svakvinssalget. I alt ble det solgt svakvin til en verdi av 6,9 mrd. kroner. Det til-

svarer en økning på 6 prosent. At tallene i kroner og øre øker mer enn litersalget, skyldes både prisøkning og at Vinmonopolets kunder i økende grad etterspør dyre produkter.

Markedet for svakvin domineres klart av rødvin, som har en særstilling her til lands. I Norge er forholdet mellom rødvin og hvitvin 3:1, mot 1:1 i England og 3:2 i Sverige. Antakelig kan mye av dette forklares utfra bosettingsmønstre og 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 2007 solgte Vinmonopolet 40,3 mill. liter rødvin, til en verdi av 4,8 mrd. kroner. Dette representerte en volumøkning på 2,9 prosent og en omsetningsøkning på 5,2 prosent. Aldri før har Vinmonopolet solgt så mye rødvin i løpet av et år. Salget av rødvin utgjorde 71,1 prosent av svakvinssalget (eller 56,7 prosent av totalsalget).

Vinmarkedet er dynamisk, trender kommer og går. For andre gang i historien ble det solgt mest italiensk rødvin på Vinmonopolet, til sammen 9,5 mill. liter, en økning på 13,5 prosent fra 2006. Franske rødviner – tradisjonelt markedsledende i Norge – opplevde fallende omsetning for fjerde år på rad og ble med sine 7,9 mill. liter henvist til andre plass, en nedgang på 1,9 prosent fra året før.

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 2007 nedgang for åttende år på rad; salget gikk ned 3 prosent, til 3,3 mill. liter.

Australia er ved siden av Italia det eneste landet med rødvinssalg over én million liter som opplevde oppgang i 2007. Landet er fjerde mest populære rødvinland i Norge, etter en vekst på 27 prosent, til 5,1 mill. liter.

Veksten for argentinske og portugisiske viner har stoppet. Med en nedgang på rundt 5 prosent endte til slutt salget på henholdsvis 2,7 og 2,6 mill. liter. Landene var sjettede og syvende største rødvinseleverandører til det norske markedet i 2007.

Salget av hvitvin økte med 2,4 prosent til 13,6 mill. liter i 2007. Det ble solgt hvitvin for 1,6 mrd.

2006   
2007 



ITALIA 2007

9,5 mill. liter  
2006 – 8,4 mill. liter



FRANKRIKE 2007

7,9 mill. liter  
2006 – 8,1 mill. liter



SPANIA 2007

6,4 mill. liter  
2006 – 6,4 mill. liter



AUSTRALIA 2007

5,1 mill. liter  
2006 – 4,0 mill. liter

CHILE – 3,3 mill. liter  
ARGENTINA – 2,7 mill. liter  
PORTUGAL – 2,6 mill. liter

### ANTALL LITER RØDVIN SOLGT ETTER LAND

I 2007 solgte Vinmonopolet 40,3 mill. liter rødvin til en verdi av 4,8 mrd. kroner. Dette representerer en volumøkning på 2,9 prosent og en omsetningsøkning på 5,2 prosent.



kroner. Som vanlig er det nærmest dødt løp mellom gigantene Tyskland og Frankrike. Landene noteres med henholdsvis 4,3 og 4,1 mill. liter. For tyske viner betyr dette en økning på 1,8 prosent fra året før, for franske en nedgang på 1,1 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 62 prosent av hvitvinsalget.

Både italienske, australske og østerrikske noteres for solid vekst i 2007, henholdsvis 12, 25 og 123 prosent – til 1,2 mill., 790 000 og 260 000 liter. Derimot hadde ungarske hvitviner dalende popularitet, ned 3,8 prosent til 1,0 mill. liter.

Salget av musserende vin økte med 14,1 prosent, til 1,8 mill. liter. Verdien av salget var 312 mill. kroner i 2007, en økning på 19,0 prosent fra 2006. Det er fortsatt de spanske merkene som dominerer kategorien, med Frankrike og Italia på de to neste plassene. Mens salget av spansk og fransk musserende økte med 17 prosent til 690 000 og 494 000 liter, var økningen for de italienske merkene noe mer beskjeden: 11 prosent, til 435 000 liter. Disse tre landene står for 89,4 prosent av salget av musserende i Norge.

Ellers har rosévin fått sin renessanse. Produktkategorien, som det ble solgt over én million liter av i 1980, lå tjue år senere nede med «brukket rygg» – i 2000 solgte Vinmonopolet bare 186 000 liter rosévin. I 2007 var salget på 683 000 liter, en økning på 11 prosent fra året før.

#### Sterkvinn

Varegruppen omfatter bl.a. vermut, sherry, portvin og madeira. Det ble solgt 960 000 liter sterkvinn, til en verdi av 182 mill. kroner i 2007. Dette innebærer en nedgang i salgsvolum (liter) på 4,2 prosent, og i omsetning (kroner) på 0,5 prosent. Med unntak av en midlertidig økning i sterkvinnsalget i 2000 som følge av avgiftsreduksjonen fra 1. januar 2000, har salget av sterkvinn sunket jevnt og trutt siden 1991. Vermut utgjør den største delen av sterkvinnsalget, med 534 000 liter.

#### Brennevin

Salget av brennevin økte med 4,8 prosent fra 12,1 mill. til 12,7 mill. liter. Verdien av dette salget var på 5 mrd. kroner, en oppgang på 7 prosent fra 2006.

Selv om vodka er den mestselgende brennevinskategorien – opp 4,3 prosent til 3,9 mill. liter – domineres fortsatt brennevinsmarkedet i Norge av brune brenneviner, fortrinnsvis druebrennevin, som det – etter en oppgang på 1 prosent – ble solgt 2,9 mill. liter av i 2007. Av druebrennevinene er særlig cognac populært. Salget av cognac økte med 2,4 prosent, til 2,2 mill. liter.

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 innkjøp av nær innpå 0,7 liter. Det er store forskjeller mellom landsdelene. Mens trøndere og nordlendinger kjøpte en drøy liter druebrennevin på Vinmonopolet i 2007, 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.

Også akevitt seiler i medvind. Salget av vårt tradisjonelle, norske brennevin økte med 3,6 prosent, til 1,2 mill. liter, den største omsetningen av akevitt siden 1980. Salget av whisky stoppet til slutt på 1,3 mill. liter, etter en oppgang på 5 prosent.

#### Sterkøl

Salget av sterkøl økte med 2,4 prosent til 715 000 liter. Samlet salgsverdi for 2007 var 60 mill. kroner. Mesteparten av sterkølsalget var juleøl.

#### Lettvin og alkoholfrie drikker

Vinmonopolet tilbyr også alkoholfrie produkter, samt lettvin med 6,6 prosent og stoppet til slutt på 98 000 liter i 2007. Verdien av dette salget var 8,5 mill. kroner.

«De butikkansatte gjør en kjempegod jobb med sosial kontroll! Det er de som står i første linje.»

Vinmonopolets kjededirektør, Lasse Erik Moen

## Priser og avgifter

Per 1. januar 2007 og 2008

Her er noen eksempler på hvordan prisene fordeles seg på grossistenes nettopriser til Vinmonopolet, Vinmonopolets avanse (brutto fortjeneste) og samlede offentlige avgifter. Offentlige avgif-

ter består av alkoholavgift, emballasjeavgift, samt merverdiavgift.

I tabellen sammenliknes priselementene per 1. januar 2007 og 1. januar 2008.

#### Gjennomsnittlig prisutvikling per hovedvaretype fra 2003 til 2008 (per 1. januar)

Hovedvaretype	2003/2004	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008
Svakvin	2,0 %	3,1 %	0,9 %	1,4 %	1,3 %
Brennevin	2,5 %	2,0 %	2,2 %	2,1 %	2,6 %
Sterkvinn	2,4 %	3,9 %	1,5 %	2,2 %	2,4 %
Øl	1,3 %	2,3 %	3,2 %	3,4 %	3,4 %
<b>Totalt</b>	<b>2,2 %</b>	<b>2,8 %</b>	<b>1,5 %</b>	<b>1,6 %</b>	<b>1,6 %</b>

#### Utvikling av alkoholavgiften 2003–2008:

Alkoholholdig drikk med alkoholstyrke	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
<b>Over 22 %</b>	5,44	5,54	5,54	5,64	5,74	5,89	volumprosent og liter
<b>Brennevin under 22 %</b>	3,55	5,54	5,54	5,64	5,74	5,89	volumprosent og liter
<b>Mellom 4,75 og 22 %</b>	3,55	3,61	3,61	3,67	3,74	3,84	volumprosent og liter
<b>Mellom 3,75 og 4,75 %</b>	15,89	16,18	16,18	16,46	16,76	17,20	per liter
<b>Mellom 2,75 og 3,75 %</b>	9,18	9,35	9,35	9,51	9,68	9,93	per liter
<b>Mellom 0,70 og 2,75 %</b>	2,43	2,47	2,47	2,51	2,56	2,63	per liter
<b>Mellom 0,00 og 0,70 %</b>	1,55	1,58	1,58	1,61	1,64	1,68	per liter

#### Emballasjeavgift for 2008

Emballasjeavgiften er todelt og består av en fast grunnavgift og en variabel miljøavgift. Grunnavgiften per enhet er satt til kr 0,97, og utgangsbetøpet for den variable miljøavgiften er kr 4,74.

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 2008 utgjør den variable miljøavgiften kr 0,47. Den samlede emballasjeavgiften for glass utgjør kr 1,44 per enhet.

For plast- og BIB-produkter er den samlede emballasjeavgiften kr 1,88 per enhet, og for produkter tappet på ren pappemballasje (Elo/Tetrapack) kr 1,31 per enhet. Det svares merverdiavgift av både alkoholavgift og emballasjeavgift.

I 2007 ble det etablert 11 nye butikker,  
fra Søgne i sør til Setermoen i nord.

**BUTIKKER**



## Butikkene

Vinmonopolets butikker er spredt over hele landet fra Mandal i sør til Honningsvåg i nord. Butikkenes omsetning (åpent hele 2007) varierer fra 2,5 mill. kroner til 178 mill. kroner (for detaljer om butikkens omsetning, se tabell 6 i statistikkdelen). For å øke kundetilgjengeligheten har man de senere år åpnet flere mindre butikker. I enkelte områder er dette til god avlastning for større butikker.

215 av 222 butikker er nå selvbetjente. I løpet av 2008 vil flere diskbutikker bygges om til selvbetjent. Innføring av selvbetjente butikker som en forsøksordning i 1999 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.

### Følgende butikker ble etablert i 2007

Raufoss	29.03.07
Oslo Grønland	26.04.07
Søgne	21.06.07
Frøya	05.07.07
Ulefoss	23.08.07
Høyanger	11.10.07
Myre	11.10.07
Rygge	08.11.07
Setermoen	15.11.07
Volda	29.11.07
Løten	14.12.07

### Antall kunder i 2007

Vinmonopolets butikker hadde om lag 29,5 mill. kunder i 2007.

Med et totalsalg på 71,1 mill. liter, gir det et gjennomsnitt på omlag 2,4 liter per ekspedering.

### Den fylkesvise planen gir følgende fordeling av butikkene:

Fylke	Antall 31.12.2007	Planlagt 2008	Antall 2008
Østfold	10		10
Akershus	19	Vestby***, Sørum, Sandvika	22
Oslo	24	Oslo, øst i Oslo	25
Hedmark	10		10
Oppland	11	Ringebu, Jevnaker, Lom	13
Buskerud	9	Lier*, Øvre Eiker	11
Vestfold	6	Re, Tjøme	8
Telemark	10	Drangedal	11
Aust-Agder	6		6
Vest-Agder	7	Lyngdal**	8
Rogaland	11	Sola***	12
Hordaland	19	Laksevåg	20
Sogn og Fjordane	10	Luster	11
Møre og Romsdal	14	Haram, Vanylven	16
Sør-Trøndelag	16		16
Nord-Trøndelag	7	Namsskogan	8
Nordland	16	Lødingen	17
Troms	10	Salangen	11
Finnmark	8	Vardø	9
<b>SUM</b>	<b>222</b>	<b>22</b>	<b>244</b>

\* Etableringen av butikk i Lier skal opp i kommunestyremøte i februar 2008.

\*\* I 2006 ble det besluttet å åpne butikk i Lyngdal i Vest-Agder. Problemer med å finne egnede lokaler til denne butikken er årsaken til at den først åpner i mai 2008.

\*\*\*Vestby og Sola ble ikke åpnet i 2007 pga at vi ikke hadde egnede lokaler tilgjengelige.



### FØRSTE FILIAL PÅ LØTEN

14. desember åpnet Vinmonopolet årets siste butikk på Løten. Denne butikken er samtidig Vinmonopolets første filial.

2008

VINÅRET

Naturen er inne i en periode der den  
spiller jordens befolkning mange puss.  
Dette påvirker også vinverdenen.



## Vinåret 2007

Tørke, flommer, skogbranner, tropiske stormer, El Niño, samt mer eller mindre forskjøvede årstider og andre luner fra naturens side: Alt påvirker vinmarkenes syklus. Noen ganger gjør det ikke så stor skade. Andre ganger er det nesten katastrofalt. Sikkert er det i hvert fall at enkelte vinområder på kloden til enhver tid er påvirket av de klimamessige endringene vi opplever for tiden.

Inntil nå har det vært laget for mye vin i verden, med overskuddslagre som det store problemet. Men EUs vinland arbeider med langsiktige planer for å få bukt med vinsjøen, så det er håp om bedre balanse mellom tilbudet og etterspørselen i årene som kommer.

Ennå er det for tidlig å si noe helt sikkert om årgang 2007. Det meste av vinene ligger fortsatt på tank og fat, og spesielt for vin med høy kvalitet må vi nok vente et par år før de slippes på markedet. Ellers må vi tenke på geografien, og vinlandene sør for ekvator ligger et halvt år foran Europa. Det vil si at "vinhøsten" starter cirka i februar, mens kalenderen viser september/oktober før europeiske produsenter kan høste sin vin. Men - det er altså samme årgang.

### Argentina

Verdens femte største vinland melder at Mendoza-regionen ble rammet av skadelige haglskurer, som ødela for mange produsenter. I områder som ikke ble rammet av haglstormene, er det store forventninger til viner av druene Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Bonarda og Tannat. Sauvignon Blanc og Chardonnay er på det jevne.

### Australia

2007 har vært et av de mest utfordrende årene med hensyn til vinproduksjon. Frost tidlig i sesongen var ødeleggende for mange vinmarker i Sørøst-Australia. Deretter kom det lange tørkeperioder med kratt- og skogbranner. Røyken fra brannene påvirker også kvaliteten på druene. Denne årgangen har ganske store variasjoner fra distrikt til distrikt. Året har gitt 30 prosent lavere produksjon enn gjennomsnittet.

### Chile

De fleste produsenter er godt fornøyd med vinhøsten, der naturen for én gangs skyld var i godlune stort sett hele vekstsesongen. Både røde og hvite viner forventes å bli av god kvalitet.

### Frankrike

*Alsace.* Varierende vær utover våren og høsten skapte uro i denne nordlige vinregionen. Men to måneder med nærmest ideelle forhold like inntil innhøstingen reddet en potensielt laber årgang, og resultatet ble isteden til vin som antakelig blir av meget god kvalitet. Tilhengere av de søte dessertvinene fra Alsace, Vendanges Tardives og Sélections de Grain nobles skal også ha noe godt i vente, ifølge rapportene. Generelt er produsentene meget godt fornøyd med årets vinhøst.

*Bordeaux.* –Generelt et middels vinår, sies det fra Bordeaux. En varm og nedbørsfattig september reddet en heller oppgitt vinhøst etter en kald og våt sommer. De som er mest fornøyd, er produsentene av den hvite, søte Sauternes. De lyktes stort sett godt med årets utgave av denne verdensberømte dessertvinen. Selv om rødvinene regnes som middels, ber produsentene om tålmodighet. Det vil helt sikkert bli noen gode rødviner også fra dette året.

*Burgund.* Det forventes ikke noen toppviner fra Burgund, hverken røde eller hvite. Det beror mye på hvilken vinmark vi snakker om, og på den enkelte vinmakers vanskelige avgjørelser gjennom en trasig vekstsesong. Meldugg og råte var hovedproblemet. Riktig høstetidspunkt og streng utsortering av druer avgjør kvaliteten på den ennå uferdige vinen.

*Champagne.* Stort volum og ganske god kvalitet er stikkord for vinåret 2007. Det startet med varm vår, deretter mye regn, og sluttet med tidlig innhøsting. Av druene i området kom Chardonnay heldigst ut, mens Pinot Noir og Pinot Meunier stedvis ble rammet av meldugg og råte. Et vanskelig år, der det fortsatt er for tidlig å si om det blir laget Vintage Champagne.

«Langing av alkohol til mindreårige er en stor utfordring, der Vinmonopolet kan spille en nøkkelrolle gjennom informasjon og holdningsskapende arbeid.»

Juventes politiske nestleder, Adrian Farner Rogne

*Rhône.* Området ble stort sett spart for mye av det dårlige været man hadde ellers i Frankrike. I det sørlige Rhône er man godt fornøyd med de store avlingene etter en tørr og varm sommer. I Château-Neuf-du-Pape var produsentene spesielt godt fornøyd. Mistralen var sterkere enn vanlig, og dermed ble det minimalt med sykdommer, som ellers lett kan sette seg på plantene. Godt modne druer, høy alkohol, ganske lav syre, men runde og fyldige viner er omkvedet. I nordlige Rhône var det værmessig mer likt det Frankrike ellers opplevde, så her var det råteproblemer og mye annet å kjempe mot. Til slutt ble det brukbar høst for noen, og gjengangeren blant produsentene er: - Det kunne ha vært mye verre.

*Loire.* Et langstrakt dalføre med varierende resultater. For noen var forholdene så ille at de i midten av august lurte på om de kunne forvente noen druehøst overhodet. Regn og sterk hete om hverandre førte til store problemer utover sommeren og høsten; det var en stadig kamp mot råte og meldugg. Generelt sett et år med mindre vin. Cabernet Franc av variabel kvalitet, Chenin Blanc på det jevne. De søte vinene Coteaux de Layon og Quarts de Chau-me er hederlige unntak.

### Italia

På tross av varierende vær utover våren og sommeren hadde de fleste produsentene godt håp om en heldig årgang. Vinåret gikk inn i en syklus med minimale vannreserver. Men mildt klima i august berget drueplantene fra uttørking, og det ble ideelle forhold i september/oktober med mye varme og spredte regnbyger. Totalt sett ble det meget god kvalitet på blå og grønne druer i Italia, og spesielt bra gikk det med de druetypene som modner sent. Det gjelder Sangiovese i Chianti, Montepulciano i Abruzzo, Aglianico i Campania og Nebbiolo i områdene Barolo og Barbaresco. I Veneto ble det god kvalitet på druen Corvina og andre lokale druer som vi kjenner fra vintypene Amarone og Valpolicella. Problemet her var en smule nervøsitet for været den siste delen av høsten, og det førte til en litt tidlig innhøsting. –Vi burde ha ventet litt til, sier noen produsenter.

### New Zealand

Etter en kald sommer ble produsentene mer opp-tatt av kvantitet enn kvalitet. Spesielt det kalde desemberværet i 2006 førte til små druer på klasene. Generelt vil nok kvaliteten på flere vintyper ikke være helt på høyden.

### Portugal

De siste årene har hete og tørke vært det normale i Portugal, men vinåret 2007 startet heldigvis bedre. Områdene som lager mer ordinær vin, fikk en gunstig værtype stort sett hele vekstperioden. Det var spesielt Douro som fikk sin andel av det dårlige været, med mye og langvarig nedbør på vårparten. Det gikk heldigvis ikke ut over blomstringen, men senere på året slo det til med kjølig vær som forsinket innhøstingen inntil to uker.

### Spania

Spanjolene mener dårlig vær og plantesykdom får ta skylden for mye middelmådig vin i 2007. Men som vi ellers også pleier å høre, er det noen som får til god vin uansett, så helsvart er det ikke. Det snakkes om en prisstigning på vin på grunn av lavere kvantum.

Rioja var blant områdene som ble rammet av haglskurer på våren, og plantesykdommer i løpet av sommeren. Det er snakk om 30 prosent mindre avling sammenliknet med i et normalår. Priorat fikk også et dårlig vinår grunnet mye regn i slutten av modningstiden. Rias Baixas i nordvest rapporterer imidlertid om en utmerket høst for Albariño-baserte hvitviner. En annen region med vellykket høst er Penedes, i nærheten av Barcelona. Dette området er også kjent for sin cava-produksjon. Produsente-

«Totalt sett ble det meget god kvalitet på blå og grønne druer i Italia, og spesielt bra gikk det med de druetypene som modner sent.»

ne kaller det et optimalt år. Fra Ribera del Duero må vi regne med litt blandet kvalitet. En ødeleggende frost sent i september tvang vindyrkerne til en noe tidlig innhøsting. Men som vanlig greier noen med tilgang til teknisk og kostbart utstyr likevel å lage god vin. Noen produsenter hadde kraftige vifter i vinmarkene som "blåste" bort frosten og dermed beskyttet bladene på vinplantene.

#### Sør-Afrika

Vinhøsten regnes som en av de beste, uten noen uheldige innslag fra naturens side, og det forventes toppkvaliteter både av røde og hvite viner. Det ble større avlinger enn året før i alle regioner, unntatt i Stellenbosch. Det totale vinkvantum kom opp i vel 1 mill. hektoliter, rundt 4 prosent mer enn i 2006.

#### Tyskland

De første rapportene sier at 2007-årgangen vil være god - både i kvalitet og kvantitet. Den totale druemengden er omtrent 8 prosent større enn gjennomsnittet, men 15 prosent større enn 2005 og 2006. Den sentmodnende Riesling fikk sin lengste tid på vinstokkene noensinne, inntil 150 dager på det meste. Den lange og saktegående modningen gjorde at vinbøndene kunne plukke druer til alle kvalitetsklasser, og med høy kvalitet. April måned var for eksempel den varmeste som er målt hittil, og ga et forsprang i syklusen på hele tre uker. Samlet sett fikk Tysklands vinområder en vellykket årgang, med godt modne druer av fin kvalitet. Og som rosinen i pølsa slo det til med hard nok frost den 19. desember, slik at det flere steder også kunne lages Eiswein.

#### USA - California

I Central Coast er de fleste fornøyd med høsten 2007, som ble større enn året før. De tre viktigste druesortene, Pinot Noir, Syrah og Chardonnay har gitt viner med god konsentrasjon og livlig syre. I Napa Valley er de svært godt fornøyd med sin Cabernet Sauvignon. Det var en ukomplisert vekstsesong, riktignok med haglstormer og andre mer vanlige naturgitte hendelser, men uten hetebølger. Sonoma rapporterer om den lengste høstepe-

«Sonoma rapporterer om den lengste høsteperioden noensinne. I tre måneder kunne de i ro og mak plukke selektivt.»

rioden noensinne. I tre måneder kunne de i ro og mak plukke selektivt. Pinot Noir og Chardonnay har en vellykket årgang. Store forventninger også til Zinfandel.

#### Østerrike

Vinmakerne fikk store utfordringer på høstparten, da det slo til med mye regn etter en varm sommer. Grüner Veltliner klarte seg best under disse forholdene, mens Riesling ble angrepet av muggsopp. Spesielt i toppregionen Wachau ble det råteproblemer. Men regnet ga seg, og milde vinder tørket opp vinmarkene og ga igjen bedre modningsforhold. Mange av de beste vinmarkene ble ikke plukket før tidlig i november. Når det gjelder røde viner, fikk druesorten Zweigelt problemer i den fuktige perioden, mens den tykkskallede Blaufränkisch slapp forholdsvis uskadet fra det. I Burgenland oppsto det edelrâte, slik at der kunne man lage områdets berømte søte viner.



#### SENT OG GODT I TYSKLAND

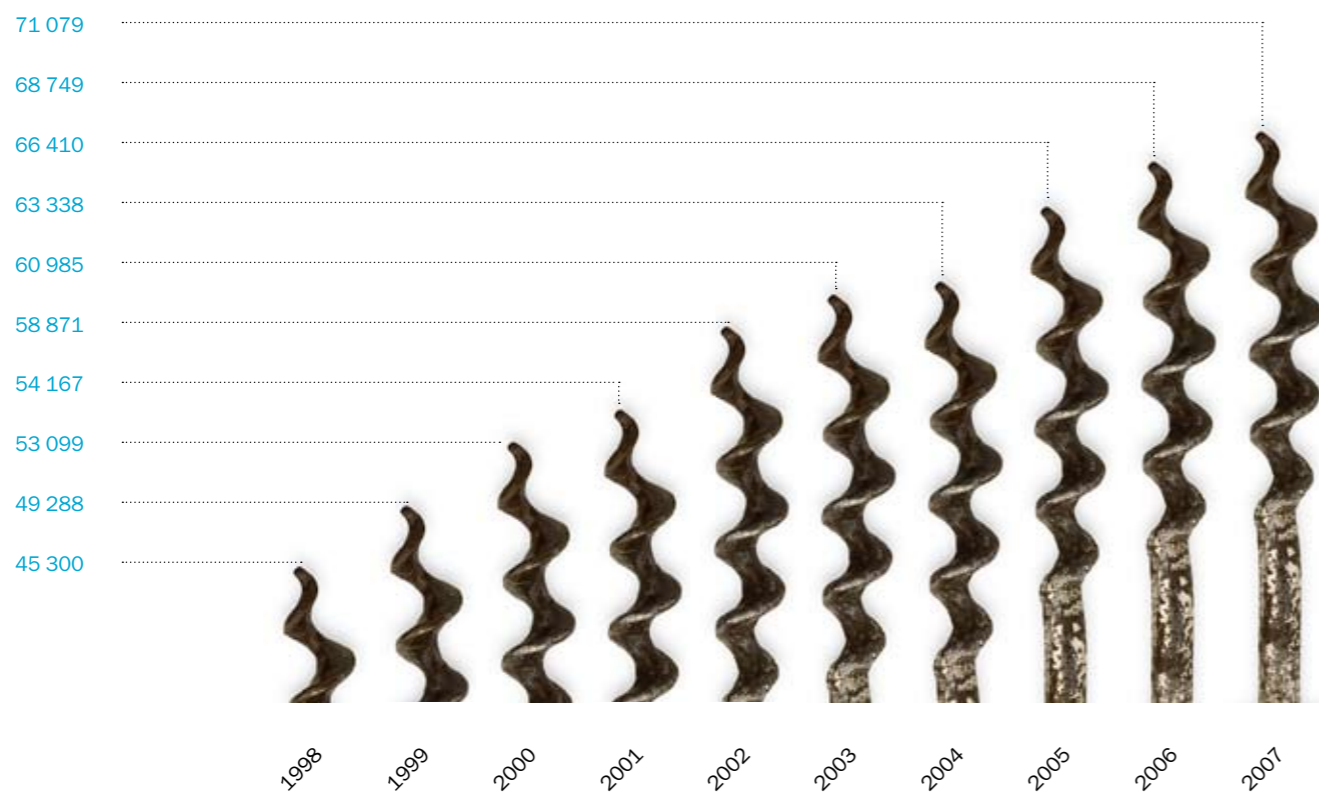
I Tyskland sier de første rapportene at 2007-årgangen vil være god - både i kvalitet og kvantitet. Den sentmodnende Riesling fikk sin lengste tid på vinstokkene noensinne. Den lange og saktegående modningen gjorde at vinbøndene kunne plukke druer til alle kvalitetsklasser, og med høy kvalitet.



## Statistikk

Tabell 1. Solgte varemengder 1998–2007, hovedvaretype, 1000 liter

År	Totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholritt <sup>5</sup>
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
2006	68 749	12 080	1 001	54 878	698	92
2007	71 079	12 657	958	56 651	715	98

UTVIKLING I SOLGTE VAREMENGDER  
(1000 liter)

Tabell 2. Solgte varemengder 2003–2007, hovedvaretype og alkoholinnhold, 1000 liter

Varegruppe	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Brennevin<sup>1</sup></b>	11 538	11 389	11 678	12 080	12 657
Over 22 volumprosent	9 863	10 363	10 668	11 001	11 508
15–22 volumprosent	1 109	954	962	1 045	1 138
7–15 volumprosent	48	28	26	21	9
Under 7 volumprosent	517	43	23	13	2
<b>Sterkvin<sup>2</sup></b>	1 141	1 098	1 047	1 001	958
15–22 volumprosent	417	807	918	881	863
Under 15 volumprosent	724	291	129	119	95
<b>Svakvin<sup>3</sup></b>	47 529	50 064	52 893	54 878	56 651
<b>Øl<sup>4</sup></b>	697	705	708	698	715
<b>Alkoholritt/lettvin<sup>5</sup></b>	80	83	85	92	98
<b>I ALT</b>	<b>60 985</b>	<b>63 338</b>	<b>66 410</b>	<b>68 749</b>	<b>71 079</b>

Tabell 3. Solgte mengder brennevin<sup>1</sup> 2003–2007, ulike varettyper, 1000 liter

Varetypenavn	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Vodka<sup>6</sup></b>	<b>3 374</b>	<b>3 566</b>	<b>3 691</b>	<b>3 785</b>	<b>3 949</b>
<b>Druebrennevin</b>	2 804	2 919	2 945	2 917	2 934
Cognac	1 901	2 022	2 090	2 118	2 168
Annet druebrennevin	903	897	855	799	766
<b>Whisky</b>	<b>1 202</b>	<b>1 231</b>	<b>1 252</b>	<b>1 278</b>	<b>1 342</b>
Skottland	916	940	945	948	982
Maltwhisky	50	69	73	79	88
Øvrig skotsk whisky	866	870	871	869	894
Irland	111	120	131	138	156
Canada	128	118	113	119	124
USA	48	53	63	72	79
<b>Likør</b>	<b>1 090</b>	<b>1 046</b>	<b>1 065</b>	<b>1 114</b>	<b>1 178</b>
Likør under 22 %	808	751	769	814	870
Likør over 22 %	282	295	296	300	308
Urtelikør	122	133	137	137	143
Sitruslikør	80	82	79	79	81
<b>Akevitt</b>	<b>1 003</b>	<b>1 040</b>	<b>1 064</b>	<b>1 130</b>	<b>1 171</b>
<b>Bitter</b>	<b>434</b>	<b>445</b>	<b>469</b>	<b>515</b>	<b>568</b>
Bitter over 22 %	363	385	414	462	524
Bitter under 22 %	71	60	55	53	44
<b>Gin</b>	<b>479</b>	<b>506</b>	<b>520</b>	<b>533</b>	<b>532</b>
<b>Rom</b>	<b>144</b>	<b>136</b>	<b>132</b>	<b>138</b>	<b>154</b>
Hvit rom	114	102	92	94	101
Brun rom	30	35	40	45	53
<b>Fruktbrennevin</b>	<b>55</b>	<b>59</b>	<b>59</b>	<b>62</b>	<b>61</b>
Tequila	43	44	42	43	42
Calvados	12	14	15	18	18
<b>Genever</b>	<b>39</b>	<b>37</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>30</b>
<b>Øvrig brennevin</b>	<b>914</b>	<b>402</b>	<b>448</b>	<b>577</b>	<b>738</b>
Øvrig brennevin over 22 %	117	187	261	364	503
Øvrig brennevin under 22 %	797	215	187	213	235
<b>TOTALT</b>	<b>11 538</b>	<b>11 389</b>	<b>11 678</b>	<b>12 080</b>	<b>12 657</b>

Tabell 4. Solgte mengder sterkvin<sup>2</sup> 2003–2007, 1000 liter

Sterkvin	2003	2004	2005	2006	2007
Vermut	725	680	614	574	534
Sherry	226	218	204	185	179
Portvin	140	140	140	140	136
Madeira	14	14	13	14	14
Annen sterkvin	36	46	75	88	95
<b>TOTALT</b>	<b>1 141</b>	<b>1 098</b>	<b>1 047</b>	<b>1 001</b>	<b>958</b>

Tabell 5. Solgte mengder svakvin<sup>3</sup> etter varetype, land og distrikt, 2003–2007, 1000 liter

Land	2003	2004	2005	2006	2007
<b>RØDVIN</b>	<b>34 950</b>	<b>36 807</b>	<b>38 724</b>	<b>39 119</b>	<b>40 269</b>
<b>Italia</b>	<b>7 330</b>	<b>7 085</b>	<b>7 906</b>	<b>8 351</b>	<b>9 478</b>
Puglia	3 359	2 959	2 942	3 145	3 364
Veneto	961	1 054	1 459	1 517	1 682
Abruzzo	717	789	1 059	1 080	1 409
Toscana	460	514	544	671	966
Piemonte	236	338	420	583	734
Sicilia	465	594	780	681	573
Andre italienske	1 131	838	702	673	750
<b>Frankrike</b>	<b>9 768</b>	<b>8 423</b>	<b>8 149</b>	<b>8 068</b>	<b>7 912</b>
Languedoc-Roussillon	6 496	5 080	4 924	4 825	4 928
Rhône <sup>7</sup>	601	1 179	1 215	1 221	1 230
Bordeaux	395	385	363	436	463
Burgund	209	195	192	203	238
Andre franske	2 067	1 584	1 455	1 382	1 053
<b>Spania</b>	<b>6 227</b>	<b>6 091</b>	<b>6 353</b>	<b>6 461</b>	<b>6 375</b>
Rioja	1 570	1 412	1 451	1 398	1 329
Catalonia	1 120	1 006	1 126	1 141	1 073
Navarra	346	525	628	506	486
Andre spanske	3 191	3 148	3 147	3 416	3 487
<b>Australia</b>	<b>2 247</b>	<b>3 099</b>	<b>3 938</b>	<b>4 037</b>	<b>5 128</b>
<b>Chile</b>	<b>4 460</b>	<b>4 418</b>	<b>4 044</b>	<b>3 425</b>	<b>3 323</b>
<b>Argentina</b>	<b>552</b>	<b>1 452</b>	<b>2 391</b>	<b>2 863</b>	<b>2 728</b>
<b>Portugal</b>	<b>1 461</b>	<b>2 401</b>	<b>2 347</b>	<b>2 789</b>	<b>2 648</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>1 421</b>	<b>2 285</b>	<b>2 021</b>	<b>1 599</b>	<b>1 293</b>
<b>USA</b>	<b>731</b>	<b>897</b>	<b>913</b>	<b>882</b>	<b>913</b>
<b>Ungarn</b>	<b>228</b>	<b>228</b>	<b>218</b>	<b>210</b>	<b>187</b>
<b>Bulgaria</b>	<b>160</b>	<b>107</b>	<b>190</b>	<b>206</b>	<b>71</b>
<b>Andre land</b>	<b>365</b>	<b>321</b>	<b>254</b>	<b>229</b>	<b>211</b>
<b>HVITVIN</b>	<b>10 812</b>	<b>11 497</b>	<b>12 216</b>	<b>13 310</b>	<b>13 627</b>
<b>Tyskland</b>	<b>3 497</b>	<b>3 665</b>	<b>3 851</b>	<b>4 265</b>	<b>4 343</b>
Mosel-Saar-Ruwer	1 616	1 714	1 885	2 050	1 989
Rheinhessen	1 433	1 447	1 353	1 306	1 335
Rheingau	30	81	200	414	518
Pfalz	283	285	288	370	388
Nahe	109	100	92	92	85
Andre tyske	27	38	33	33	28

Land	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Frankrike</b>	<b>3 684</b>	<b>3 752</b>	<b>3 832</b>	<b>4 191</b>	<b>4 146</b>
Burgund	634	631	719	858	999
Loire	379	313	294	423	441
Alsace	200	215	215	259	252
Bordeaux	176	179	240	269	172
Andre franske	2 295	2 414	2 364	2 383	2 282
<b>Italia</b>	<b>892</b>	<b>936</b>	<b>1 086</b>	<b>1 015</b>	<b>1 134</b>
<b>Ungarn</b>	<b>939</b>	<b>986</b>	<b>925</b>	<b>1 077</b>	<b>1 036</b>
<b>Australia</b>	<b>426</b>	<b>514</b>	<b>604</b>	<b>632</b>	<b>787</b>
<b>Argentina</b>	<b>88</b>	<b>151</b>	<b>394</b>	<b>562</b>	<b>602</b>
<b>Spania</b>	<b>449</b>	<b>454</b>	<b>487</b>	<b>527</b>	<b>478</b>
<b>Østerrike</b>	<b>32</b>	<b>99</b>	<b>78</b>	<b>115</b>	<b>256</b>
<b>Chile</b>	<b>247</b>	<b>233</b>	<b>218</b>	<b>188</b>	<b>214</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>87</b>	<b>278</b>	<b>302</b>	<b>241</b>	<b>184</b>
<b>USA</b>	<b>126</b>	<b>145</b>	<b>165</b>	<b>159</b>	<b>180</b>
<b>Portugal</b>	<b>130</b>	<b>112</b>	<b>112</b>	<b>174</b>	<b>124</b>
<b>Andre land</b>	<b>215</b>	<b>172</b>	<b>162</b>	<b>164</b>	<b>143</b>
<b>MUSSERENDE VIN</b>	<b>1 139</b>	<b>1 243</b>	<b>1 354</b>	<b>1 587</b>	<b>1 811</b>
<b>Spania</b>	<b>396</b>	<b>413</b>	<b>464</b>	<b>588</b>	<b>690</b>
<b>Frankrike</b>	<b>271</b>	<b>308</b>	<b>342</b>	<b>423</b>	<b>494</b>
Champagne	121	139	164	207	267
Andre franske	150	169	178	216	227
<b>Italia</b>	<b>330</b>	<b>353</b>	<b>374</b>	<b>393</b>	<b>435</b>
<b>Andre land</b>	<b>143</b>	<b>167</b>	<b>174</b>	<b>184</b>	<b>192</b>
<b>ROSÉVIN</b>	<b>233</b>	<b>283</b>	<b>378</b>	<b>617</b>	<b>683</b>
<b>Frankrike</b>	<b>83</b>	<b>110</b>	<b>146</b>	<b>185</b>	<b>191</b>
<b>Spania</b>	<b>23</b>	<b>28</b>	<b>47</b>	<b>164</b>	<b>185</b>
<b>Italia</b>	<b>34</b>	<b>52</b>	<b>89</b>	<b>118</b>	<b>147</b>
<b>Portugal</b>	<b>78</b>	<b>71</b>	<b>69</b>	<b>83</b>	<b>84</b>
<b>Andre land</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>28</b>	<b>66</b>	<b>76</b>
<b>AROMATISERT SVAKVIN</b>	<b>172</b>	<b>112</b>	<b>106</b>	<b>115</b>	<b>125</b>
<b>FRUKTVIN</b>	<b>199</b>	<b>97</b>	<b>92</b>	<b>109</b>	<b>114</b>
<b>Musserende fruktvin</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>16</b>
<b>Øvrig svakvin</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>
<b>TOTALT</b>	<b>47 529</b>	<b>50 064</b>	<b>52 893</b>	<b>54 878</b>	<b>56 651</b>



Tabell 6. Butikkenes omsetning 2007

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kr)	Totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
<b>Alta</b>	<b>55 114</b>	<b>294 660</b>	<b>72 264</b>	<b>2 226</b>	<b>215 060</b>	<b>4 748</b>	<b>362</b>
<b>Andenes</b>	<b>13 485</b>	<b>70 119</b>	<b>19 796</b>	<b>852</b>	<b>48 441</b>	<b>855</b>	<b>176</b>
<b>Arendal</b>	<b>94 827</b>	<b>587 488</b>	<b>93 728</b>	<b>8 384</b>	<b>479 821</b>	<b>4 719</b>	<b>836</b>
<b>Asker</b>	<b>192 971</b>	<b>1 261 909</b>	<b>124 400</b>	<b>14 220</b>	<b>1 111 867</b>	<b>10 176</b>	<b>1 246</b>
Asker sentrum	94 197	615 613	65 177	6 939	537 511	5 229	757
Holmensenteret	98 774	646 296	59 223	7 280	574 356	4 947	489
<b>Askim</b>	<b>49 428</b>	<b>268 327</b>	<b>68 336</b>	<b>4 892</b>	<b>191 429</b>	<b>3 243</b>	<b>427</b>
<b>Askøy</b>	<b>37 320</b>	<b>221 409</b>	<b>41 324</b>	<b>1 957</b>	<b>175 359</b>	<b>2 328</b>	<b>441</b>
<b>Bardufoss</b>	<b>29 801</b>	<b>159 792</b>	<b>40 178</b>	<b>1 744</b>	<b>115 987</b>	<b>1 625</b>	<b>258</b>
<b>Bergen</b>	<b>764 275</b>	<b>4 671 099</b>	<b>695 005</b>	<b>50 008</b>	<b>3 870 317</b>	<b>48 746</b>	<b>7 024</b>
Sletten	67 550	432 632	56 923	5 267	366 175	3 835	431
Arna	39 390	231 251	44 815	2 224	180 678	3 129	405
Bergen Storsenter	111 919	675 959	108 774	8 298	546 637	11 423	826
Fyllingsdalen	78 983	497 170	73 083	4 976	414 078	4 398	635
Lagunen	96 328	611 118	75 952	5 565	523 636	4 987	979
Nesttun, ombygget 9. februar	64 172	394 759	49 654	5 143	336 216	3 155	591
Valkendorfsgt.	108 322	610 764	93 854	6 795	503 233	6 081	801
Vestkanten	75 739	457 382	78 564	4 586	368 507	4 908	817
Åsane	121 873	760 065	113 385	7 154	631 156	6 831	1 539
<b>Bjørkelangen</b>	<b>25 113</b>	<b>125 452</b>	<b>38 913</b>	<b>2 714</b>	<b>81 779</b>	<b>1 790</b>	<b>257</b>
<b>Bodø</b>	<b>168 526</b>	<b>980 952</b>	<b>182 301</b>	<b>10 248</b>	<b>777 953</b>	<b>8 985</b>	<b>1 465</b>
Bodø sentrum	65 694	362 966	75 499	3 802	279 780	3 455	430
Bodø City Nord	102 831	617 986	106 802	6 446	498 173	5 530	1 035
<b>Brekstad</b>	<b>28 084</b>	<b>144 129</b>	<b>41 893</b>	<b>2 339</b>	<b>97 620</b>	<b>2 116</b>	<b>162</b>
<b>Bryne</b>	<b>60 896</b>	<b>348 453</b>	<b>75 631</b>	<b>3 331</b>	<b>265 999</b>	<b>2 921</b>	<b>571</b>
<b>Brønnøysund</b>	<b>29 820</b>	<b>153 090</b>	<b>42 862</b>	<b>2 216</b>	<b>106 113</b>	<b>1 652</b>	<b>248</b>
<b>Buskerud Storsenter</b>	<b>91 309</b>	<b>523 026</b>	<b>110 843</b>	<b>8 992</b>	<b>396 526</b>	<b>5 858</b>	<b>807</b>
<b>Bærum</b>	<b>325 664</b>	<b>2 088 365</b>	<b>221 713</b>	<b>29 517</b>	<b>1 819 789</b>	<b>15 695</b>	<b>1 650</b>
Bekkestua	93 595	594 860	54 435	7 987	527 525	4 423	491
Kolsås	97 322	632 355	74 786	7 839	543 729	5 512	490
Sandvika	71 327	449 252	51 007	6 429	388 121	3 289	407
Østerås	63 421	411 898	41 486	7 263	360 414	2 472	263
<b>Bø i Telemark</b>	<b>32 309</b>	<b>178 941</b>	<b>43 474</b>	<b>2 727</b>	<b>130 629</b>	<b>1 861</b>	<b>249</b>
<b>Bømlo, ombygget 16. mars*</b>	<b>14 023</b>	<b>83 175</b>	<b>16 954</b>	<b>957</b>	<b>64 062</b>	<b>965</b>	<b>237</b>
<b>Båtsfjord</b>	<b>6 402</b>	<b>30 878</b>	<b>10 209</b>	<b>465</b>	<b>19 791</b>	<b>361</b>	<b>53</b>
<b>Dokka</b>	<b>26 380</b>	<b>132 938</b>	<b>40 808</b>	<b>2 909</b>	<b>87 490</b>	<b>1 579</b>	<b>152</b>
<b>Dombås</b>	<b>15 505</b>	<b>81 943</b>	<b>21 336</b>	<b>1 008</b>	<b>58 334</b>	<b>1 162</b>	<b>103</b>
<b>Drammen</b>	<b>196 707</b>	<b>1 165 246</b>	<b>203 117</b>	<b>21 614</b>	<b>925 760</b>	<b>13 409</b>	<b>1 346</b>
Bragernes, ombygget 22. nov.	103 073	619 676	98 817	11 947	500 591	7 538	783
Strømsø	93 634	545 570	104 301	9 667	425 170	5 870	563
<b>Drøbak</b>	<b>50 362</b>	<b>316 813</b>	<b>40 498</b>	<b>4 061</b>	<b>269 251</b>	<b>2 696</b>	<b>307</b>
<b>Egersund</b>	<b>34 549</b>	<b>193 376</b>	<b>44 521</b>	<b>2 556</b>	<b>142 726</b>	<b>3 193</b>	<b>380</b>
<b>Eidsvoll</b>	<b>27 920</b>	<b>151 875</b>	<b>38 075</b>	<b>2 498</b>	<b>109 667</b>	<b>1 492</b>	<b>144</b>
<b>Elnesvågen</b>	<b>18 774</b>	<b>98 391</b>	<b>28 107</b>	<b>1 382</b>	<b>67 290</b>	<b>1 449</b>	<b>163</b>
<b>Elverum</b>	<b>61 789</b>	<b>342 712</b>	<b>79 380</b>	<b>5 703</b>	<b>254 390</b>	<b>2 777</b>	<b>462</b>
<b>Evje</b>	<b>18 874</b>	<b>105 211</b>	<b>26 848</b>	<b>1 482</b>	<b>75 156</b>	<b>1 564</b>	<b>161</b>
<b>Fagernes</b>	<b>56 152</b>	<b>304 703</b>	<b>72 935</b>	<b>5 041</b>	<b>223 493</b>	<b>2 910</b>	<b>323</b>



I 2007 omsatte Vinmonopolets nettbutikk for 109 896 000 kroner.  
Det utgjorde 0,9 prosent av den totale omsetningen.



I 2007 omsatte Vinmonopolets butikker for 12 051 071 000 kroner.  
Det utgjorde 99,1 prosent av den totale omsetningen.

«De fleste ser eldre ut enn det de er, spesielt når det er bykvelder med make-up og stæsj. De blir fornærmet når de må vise legitimasjon.»

Anita Pedersen, 19 år

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kr)	Totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
Farsund	25 778	151 119	30 928	1 853	116 514	1 590	233
Fauske	40 817	225 170	53 917	2 521	165 821	2 620	292
Finnsnes	40 927	220 195	55 549	2 025	158 865	3 414	342
Flekkefjord	26 262	149 807	36 077	2 036	109 612	1 820	261
Flisa	25 610	125 324	41 354	3 284	79 088	1 263	335
Florø	29 608	160 148	38 997	1 699	117 757	1 504	190
Fosnavåg	11 569	62 848	15 689	791	45 649	659	60
Fredrikstad	144 371	825 235	167 594	16 083	631 212	9 125	1 221
Gamlebyen	25 773	143 618	31 945	3 044	106 331	2 129	169
Torvbyen	118 597	681 617	135 649	13 039	524 881	6 995	1 052
Frøya, åpnet 5. juli	6 031	29 170	9 457	583	18 644	433	54
Førde	65 081	363 081	85 080	4 029	267 477	5 973	522
Gello	30 211	175 830	25 740	1 718	147 150	1 059	163
Gjøvik	97 314	547 196	119 011	10 887	412 199	4 204	894
Gol	47 769	266 571	59 992	3 546	199 541	3 087	405
Gran	53 063	285 226	71 689	6 002	204 072	3 109	354
Grimstad	41 062	258 757	37 832	3 593	215 271	1 660	401
Grong	11 465	58 274	17 253	1 043	39 212	684	82
Halden	42 852	232 872	59 565	4 278	164 303	4 315	411
Hamar	130 474	762 911	142 142	12 809	600 489	6 623	848
Hammerfest	39 315	200 372	54 704	1 681	140 690	2 992	305
Harstad	87 897	503 618	102 220	5 037	390 229	5 514	618
Haugesund	153 310	888 085	179 595	10 333	689 740	6 829	1 588
Hitra	17 074	85 886	26 344	1 676	57 085	677	104
Holmestrand	44 112	255 921	52 613	4 120	197 204	1 633	351
Honningsvåg	13 460	68 791	20 791	623	46 699	613	65
Horten	67 410	395 661	77 254	6 238	308 820	2 901	448
Husnes	21 640	124 819	26 906	1 166	95 488	1 086	174
Hvaler	9 054	53 541	9 807	749	42 558	391	36
Hønefoss	87 727	508 204	101 582	9 537	391 001	5 563	521
Høyanger, åpnet 11. oktober	2 431	12 854	3 435	195	8 787	420	16
Jessheim	91 824	520 028	110 459	6 801	396 212	5 801	755
Jørpeland	24 864	142 044	30 719	2 106	107 849	1 156	213
Karmøy	43 784	250 938	55 500	2 556	190 218	2 196	470
Kautokeino	3 146	14 518	5 892	102	7 831	642	51
Kirkenes	29 000	155 734	38 460	2 154	113 476	1 394	251
Knarvik	51 530	296 802	63 903	2 847	226 314	3 199	539
Kolbotn	42 054	267 743	31 299	3 014	230 959	2 151	320
Kolvereid	20 410	101 178	32 025	1 752	66 273	1 013	116
Kongsberg	70 239	406 391	73 723	6 367	321 675	4 074	552
Kongsvinger	38 649	187 535	62 357	5 000	118 351	1 654	174
Kragerø	41 990	259 282	41 313	2 760	213 822	1 145	242
Kristiansand	185 120	1 175 854	161 713	13 851	986 780	11 666	1 846
Kongensgt.	115 301	737 701	95 519	8 643	624 527	7 788	1 225
Lillemarkens, flyttet 29. mars*	69 819	438 154	66 194	5 208	362 253	3 878	621
Kristiansund N.	86 131	471 419	110 081	7 593	349 133	3 768	844
Kyrksæterøra	13 688	69 376	20 076	1 291	46 878	1 024	107
Lakselv	15 571	80 064	22 709	575	55 382	1 274	123

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kr)	Totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
Larvik	99 260	598 506	99 187	10 129	484 377	3 961	851
Leknes	34 576	178 473	49 474	2 147	124 789	1 825	239
Lena	28 129	143 368	42 830	2 684	96 895	774	185
Levanger	40 441	226 848	50 360	4 131	169 720	2 315	321
Lillehammer	100 123	595 893	107 345	9 745	474 351	3 739	713
Lillesand	35 171	223 273	31 944	2 941	186 416	1 645	326
Lørenskog, Triaden	94 106	564 262	92 288	7 782	456 032	7 381	779
Løten, åpnet 14. desember	1 320	5 881	2 072	177	3 526	101	5
Mandal	42 361	256 315	45 725	3 273	204 475	2 363	479
Melhus	28 678	148 700	39 637	2 375	105 139	1 362	188
Mo i Rana	94 440	522 369	118 032	7 319	389 792	6 636	590
Molde	96 600	566 822	108 277	7 165	445 254	5 225	900
Mosjøen	45 817	245 481	60 211	3 318	177 813	3 867	273
Moss	108 857	645 147	115 321	10 686	513 977	4 419	744
Myre, åpnet 11. oktober	3 194	15 995	4 699	182	10 834	239	41
Mysen	23 842	122 288	36 614	2 470	81 484	1 399	321
Måløy	19 753	102 729	28 937	858	71 405	1 403	126
Namsos	55 314	294 459	76 815	5 320	209 282	2 646	395
Narvik	73 344	406 326	91 054	4 530	306 994	3 157	591
Nesodden	41 703	276 229	27 656	3 256	241 811	3 273	233
Nittedal	37 080	219 426	40 213	3 195	172 639	3 096	284
Nordfjordeid	23 692	130 461	31 753	1 388	94 738	2 391	191
Norheimsund	21 789	129 809	24 483	1 138	102 035	1 987	166
Notodden	33 927	192 193	43 002	3 107	144 358	1 478	248
Nøtterøy	107 012	678 331	88 814	10 185	575 965	2 561	807
Odda	27 070	158 205	33 886	2 041	119 947	2 151	180
Oppdal	35 221	195 740	41 068	2 488	150 088	1 864	231
Orkanger	57 001	303 811	75 044	5 180	220 540	2 697	350
Os	42 474	257 438	43 792	2 499	208 525	2 240	381
Oslo	2 088 022	12 500 529	1 481 066	157 663	10 718 009	127 430	16 360
Alna	56 586	337 106	48 329	3 399	280 101	4 840	438
Briskeby	108 745	531 285	39 165	6 135	482 412	3 229	344
CC Vest	222 890	1 402 190	96 099	19 253	1 275 123	10 419	1 296
Frogner	82 387	497 223	43 066	7 282	443 056	3 417	403
Grünerløkka	53 203	321 214	45 713	2 281	269 335	3 490	395
Grønland Basar, åpnet 26. april	23 339	141 163	21 761	1 244	115 893	2 069	197
Holmlia	43 070	276 919	38 602	4 252	231 273	2 418	374
Linderud	71 833	424 429	80 953	6 659	332 337	3 891	589
Majorstuen	107 284	694 330	61 614	10 291	617 333	4 537	556
Manglerud	145 439	905 689	118 272	12 812	764 406	9 231	968
Oslo City	158 594	949 629	145 980	11 383	776 451	14 444	1 370
Oslo S, ombygget 25. oktober*	40 856	233 119	45 939	2 569	181 993	2 396	222
Rommen (Nettbutikken)	109 896	543 006	52 985	6 096	476 813	3 969	3 144
Rosenkrantzgt. flyttet 20. feb.*	31 929	192 813	20 355	1 762	167 430	3 000	266
Røa	69 418	449 961	36 789	7 758	401 948	3 018	449
Sandaker	66 573	407 874	60 092	4 922	336 466	5 708	686
St.Hanshaugen	41 823	268 743	29 484	2 523	233 194	3 248	294
Steen & Strøm	67 668	404 678	40 343	4 170	355 187	4 442	537

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kr)	Totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
Storo, ombygget 21. mars	107 049	647 868	69 588	7 603	562 384	7 208	1 085
Stovner	79 151	460 454	91 471	6 977	354 943	6 619	443
Thereses gate	67 544	430 390	39 015	4 034	382 505	4 466	370
Tveita	96 786	579 453	101 681	9 326	461 407	6 428	612
Ullevål Stadion	80 240	521 083	39 763	6 417	468 164	6 233	506
Vika	90 440	513 513	42 714	4 258	461 564	4 482	494
Økern	65 279	366 396	71 294	4 258	286 291	4 230	324
<b>Otta</b>	<b>25 805</b>	<b>138 682</b>	<b>35 741</b>	<b>2 714</b>	<b>98 624</b>	<b>1 388</b>	<b>215</b>
<b>Porsgrunn</b>	<b>91 748</b>	<b>541 207</b>	<b>102 821</b>	<b>8 618</b>	<b>424 604</b>	<b>4 217</b>	<b>947</b>
<b>Rakkestad</b>	<b>14 741</b>	<b>75 358</b>	<b>22 219</b>	<b>1 525</b>	<b>50 545</b>	<b>924</b>	<b>146</b>
<b>Raufoss, åpnet 29. mars</b>	<b>19 597</b>	<b>101 839</b>	<b>29 007</b>	<b>1 972</b>	<b>69 784</b>	<b>940</b>	<b>136</b>
<b>Rena</b>	<b>14 089</b>	<b>74 956</b>	<b>19 535</b>	<b>1 635</b>	<b>53 298</b>	<b>443</b>	<b>45</b>
<b>Rissa</b>	<b>12 926</b>	<b>65 707</b>	<b>19 495</b>	<b>992</b>	<b>44 464</b>	<b>635</b>	<b>121</b>
<b>Risør</b>	<b>22 577</b>	<b>144 718</b>	<b>20 749</b>	<b>1 868</b>	<b>121 229</b>	<b>665</b>	<b>207</b>
<b>Rjukan</b>	<b>19 056</b>	<b>104 235</b>	<b>24 860</b>	<b>1 672</b>	<b>76 375</b>	<b>1 095</b>	<b>234</b>
<b>Rognan</b>	<b>13 055</b>	<b>69 433</b>	<b>18 116</b>	<b>803</b>	<b>49 625</b>	<b>814</b>	<b>75</b>
<b>Rudshøgda</b>	<b>65 081</b>	<b>352 310</b>	<b>88 240</b>	<b>6 784</b>	<b>254 361</b>	<b>2 437</b>	<b>488</b>
<b>Rygge, åpnet 8. november</b>	<b>12 364</b>	<b>65 730</b>	<b>14 788</b>	<b>1 177</b>	<b>48 171</b>	<b>1 418</b>	<b>176</b>
<b>Røros</b>	<b>27 774</b>	<b>146 102</b>	<b>35 304</b>	<b>1 974</b>	<b>107 322</b>	<b>1 280</b>	<b>223</b>
<b>Sandane</b>	<b>11 514</b>	<b>65 176</b>	<b>14 428</b>	<b>951</b>	<b>48 906</b>	<b>780</b>	<b>112</b>
<b>Sandefjord</b>	<b>137 305</b>	<b>837 530</b>	<b>128 945</b>	<b>13 934</b>	<b>689 016</b>	<b>4 308</b>	<b>1 327</b>
<b>Sandnes</b>	<b>272 436</b>	<b>1 650 197</b>	<b>253 179</b>	<b>17 330</b>	<b>1 362 490</b>	<b>15 142</b>	<b>2 056</b>
Kvadrat	175 175	1 075 200	151 534	9 055	903 130	10 160	1 322
Sandnes sentrum	97 261	574 997	101 646	8 275	459 360	4 982	734
<b>Sandnessjøen</b>	<b>35 880</b>	<b>194 157</b>	<b>48 281</b>	<b>2 770</b>	<b>141 360</b>	<b>1 495</b>	<b>251</b>
<b>Sarpsborg</b>	<b>82 111</b>	<b>438 964</b>	<b>111 456</b>	<b>10 197</b>	<b>308 977</b>	<b>7 463</b>	<b>871</b>
<b>Sauda</b>	<b>17 596</b>	<b>97 309</b>	<b>24 575</b>	<b>1 235</b>	<b>70 509</b>	<b>872</b>	<b>119</b>
<b>Seljord</b>	<b>11 687</b>	<b>62 749</b>	<b>16 523</b>	<b>1 126</b>	<b>44 126</b>	<b>880</b>	<b>95</b>
<b>Setermoen, åpnet 15. november</b>	<b>2 428</b>	<b>12 261</b>	<b>3 466</b>	<b>135</b>	<b>8 451</b>	<b>185</b>	<b>24</b>
<b>Skedsmo</b>	<b>184 633</b>	<b>1 066 221</b>	<b>203 125</b>	<b>14 282</b>	<b>834 673</b>	<b>12 702</b>	<b>1 440</b>
Lillestrøm	84 906	478 844	94 795	7 098	370 795	5 517	639
Strømmen, ombygget 14. nov.	99 727	587 378	108 330	7 184	463 879	7 184	801
<b>Ski</b>	<b>105 939</b>	<b>653 750</b>	<b>96 058</b>	<b>8 303</b>	<b>541 466</b>	<b>6 960</b>	<b>964</b>
<b>Skien</b>	<b>97 627</b>	<b>585 515</b>	<b>105 301</b>	<b>10 700</b>	<b>464 892</b>	<b>3 999</b>	<b>623</b>
<b>Skjervøy</b>	<b>6 089</b>	<b>29 699</b>	<b>9 892</b>	<b>257</b>	<b>19 285</b>	<b>237</b>	<b>27</b>
<b>Slemmestad</b>	<b>59 881</b>	<b>373 975</b>	<b>58 458</b>	<b>4 416</b>	<b>306 764</b>	<b>3 821</b>	<b>515</b>
<b>Sogndal</b>	<b>33 257</b>	<b>190 205</b>	<b>42 055</b>	<b>1 725</b>	<b>142 908</b>	<b>3 173</b>	<b>343</b>
<b>Sortland</b>	<b>59 468</b>	<b>320 096</b>	<b>82 971</b>	<b>3 130</b>	<b>229 810</b>	<b>3 555</b>	<b>630</b>
<b>Sotra</b>	<b>54 022</b>	<b>325 186</b>	<b>59 371</b>	<b>3 240</b>	<b>258 304</b>	<b>3 673</b>	<b>599</b>
<b>Stange</b>	<b>25 161</b>	<b>136 532</b>	<b>34 688</b>	<b>3 207</b>	<b>97 470</b>	<b>951</b>	<b>215</b>
<b>Stathelle</b>	<b>43 832</b>	<b>265 871</b>	<b>48 363</b>	<b>3 848</b>	<b>211 427</b>	<b>1 938</b>	<b>295</b>
<b>Stavanger</b>	<b>306 181</b>	<b>1 890 852</b>	<b>275 467</b>	<b>21 341</b>	<b>1 574 948</b>	<b>16 736</b>	<b>2 360</b>
Hillevåg	140 953	898 092	121 433	9 866	758 370	7 050	1 374
Nytorget	48 904	280 231	55 672	3 687	218 266	2 302	303
Straensenteret	116 324	712 528	98 362	7 788	598 312	7 383	683
<b>Steinkjer</b>	<b>75 442</b>	<b>403 404</b>	<b>102 893</b>	<b>6 387</b>	<b>290 234</b>	<b>3 200</b>	<b>690</b>
<b>Stjørdal, ombygget 27. sept.</b>	<b>70 886</b>	<b>382 496</b>	<b>94 693</b>	<b>5 140</b>	<b>277 893</b>	<b>4 260</b>	<b>509</b>
<b>Stokmarknes</b>	<b>18 311</b>	<b>100 180</b>	<b>25 008</b>	<b>1 098</b>	<b>72 796</b>	<b>945</b>	<b>333</b>

«Både Vinmonopolet og Christine Koht advarer mot å bruke alkohol i nærheten av barn. Bra! Så kan det bli «hvit» jul iallfall på én måte...»

Spesialrådgiver Stiftelsen Bergensklinikkene, Aino Lundberg

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kr)	Totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
<b>Stord</b>	<b>49 365</b>	<b>295 472</b>	<b>55 832</b>	<b>2 978</b>	<b>234 130</b>	<b>2 206</b>	<b>326</b>
<b>Storslett</b>	<b>17 763</b>	<b>88 941</b>	<b>26 505</b>	<b>815</b>	<b>60 016</b>	<b>1 473</b>	<b>133</b>
<b>Storsteinnes</b>	<b>13 279</b>	<b>65 491</b>	<b>20 391</b>	<b>658</b>	<b>42 958</b>	<b>1 408</b>	<b>76</b>
<b>Stranda</b>	<b>9 231</b>	<b>53 694</b>	<b>10 954</b>	<b>580</b>	<b>41 035</b>	<b>1 068</b>	<b>58</b>
<b>Stryn</b>	<b>19 906</b>	<b>107 908</b>	<b>25 909</b>	<b>1 380</b>	<b>78 693</b>	<b>1 733</b>	<b>193</b>
<b>Støren</b>	<b>16 511</b>	<b>82 452</b>	<b>24 571</b>	<b>1 296</b>	<b>55 527</b>	<b>930</b>	<b>128</b>
<b>Sunnalsøra</b>	<b>26 890</b>	<b>142 227</b>	<b>36 784</b>	<b>2 118</b>	<b>102 080</b>	<b>1 081</b>	<b>164</b>
<b>Surnadal</b>	<b>20 665</b>	<b>107 413</b>	<b>30 068</b>	<b>1 724</b>	<b>73 484</b>	<b>2 010</b>	<b>127</b>
<b>Svolvær</b>	<b>36 887</b>	<b>200 563</b>	<b>46 998</b>	<b>3 618</b>	<b>148 243</b>	<b>1 530</b>	<b>173</b>
<b>Sykkylven</b>	<b>10 681</b>	<b>61 226</b>	<b>13 287</b>	<b>645</b>	<b>46 067</b>	<b>1 091</b>	<b>135</b>
<b>Søgne, åpnet 21. juni</b>	<b>17 756</b>	<b>110 573</b>	<b>17 959</b>	<b>1 075</b>	<b>90 252</b>	<b>1 112</b>	<b>176</b>
<b>Tromsø</b>	<b>244 143</b>	<b>1 418 355</b>	<b>250 849</b>	<b>12 389</b>	<b>1 130 046</b>	<b>22 150</b>	<b>2 922</b>
Langnes	97 521	581 780	92 980	4 731	474 019	9 034	1 016
Tromsdalen	64 828	372 717	70 966	2 862	291 865	5 959	1 065
Tromsø sentrum	81 794	463 858	86 902	4 797	364 162	7 156	841
<b>Trondheim</b>	<b>575 293</b>	<b>3 334 014</b>	<b>617 394</b>	<b>44 539</b>	<b>2 634 121</b>	<b>33 930</b>	<b>4 031</b>
Byhaven	66 389	380 463	68 223	5 652	301 554	4 525	509
City Syd	128 753	731 023	154 857	10 058	558 759	6 408	941
Lade	102 517	605 368	108 783	7 750	481 638	6 496	701
Munkegata	70 959	403 525	85 456	5 608	308 549	3 466	447
Nedre Elvehavn	77 468	453 445	70 800	5 384	371 892	4 779	591
Valentinlyst	129 207	760 190	129 275	10 087	611 729	8 257	841
<b>Trysil</b>	<b>24 759</b>	<b>127 531</b>	<b>33 297</b>	<b>2 155</b>	<b>90 448</b>	<b>1 447</b>	<b>185</b>
<b>Tvedestrand</b>	<b>33 507</b>	<b>206 572</b>	<b>34 223</b>	<b>3 357</b>	<b>167 486</b>	<b>1 192</b>	<b>314</b>
<b>Tynset</b>	<b>31 713</b>	<b>165 294</b>	<b>45 459</b>	<b>2 788</b>	<b>115 070</b>	<b>1 734</b>	<b>244</b>
<b>Tønsberg</b>	<b>101 790</b>	<b>623 409</b>	<b>99 904</b>	<b>9 073</b>	<b>510 093</b>	<b>3 638</b>	<b>701</b>
<b>Ulefoss, åpnet 23. august</b>	<b>2 664</b>	<b>14 939</b>	<b>3 365</b>	<b>442</b>	<b>10 864</b>	<b>251</b>	<b>17</b>
<b>Ulsteinvik</b>	<b>30 000</b>	<b>169 379</b>	<b>36 807</b>	<b>1 901</b>	<b>127 051</b>	<b>3 342</b>	<b>279</b>
<b>Vadsø, ombygget 24. mai*</b>	<b>16 934</b>	<b>94 711</b>	<b>21 295</b>	<b>980</b>	<b>70 927</b>	<b>1 278</b>	<b>231</b>
<b>Vennesla</b>	<b>17 342</b>	<b>98 194</b>	<b>23 546</b>	<b>1 243</b>	<b>71 839</b>	<b>1 414</b>	<b>153</b>
<b>Verdal</b>	<b>34 270</b>	<b>177 121</b>	<b>49 359</b>	<b>3 245</b>	<b>122 007</b>	<b>2 288</b>	<b>223</b>
<b>Vikersund</b>	<b>32 406</b>	<b>181 503</b>	<b>42 185</b>	<b>3 669</b>	<b>133 636</b>	<b>1 828</b>	<b>185</b>
<b>Vinje</b>	<b>14 101</b>	<b>75 799</b>	<b>19 417</b>	<b>1 164</b>	<b>53 493</b>	<b>1 636</b>	<b>89</b>
<b>Vinstra</b>	<b>34 941</b>	<b>185 599</b>	<b>48 712</b>	<b>2 966</b>	<b>132 649</b>	<b>1 077</b>	<b>197</b>
<b>Vinterbro</b>	<b>68 911</b>	<b>433 896</b>	<b>63 087</b>	<b>4 683</b>	<b>360 112</b>	<b>5 495</b>	<b>519</b>
<b>Volda, åpnet 29. november</b>	<b>2 560</b>	<b>14 102</b>	<b>3 128</b>	<b>157</b>	<b>10 242</b>	<b>552</b>	<b>23</b>
<b>Voss, flyttet 15. november*</b>	<b>42 135</b>	<b>247 381</b>	<b>48 490</b>	<b>2 426</b>	<b>192 465</b>	<b>3 718</b>	<b>283</b>
<b>Vågå</b>	<b>10 332</b>	<b>53 600</b>	<b>14 808</b>	<b>824</b>	<b>37 560</b>	<b>360</b>	<b>48</b>
<b>Ørnes</b>	<b>18 695</b>	<b>98 807</b>	<b>25 469</b>	<b>1 111</b>	<b>70 664</b>	<b>1 128</b>	<b>436</b>
<b>Ørsta</b>	<b>32 247</b>	<b>190 317</b>	<b>38 668</b>	<b>1 907</b>	<b>146 515</b>	<b>2 976</b>	<b>250</b>
<b>Ålesund</b>	<b>193 015</b>	<b>1 129 599</b>	<b>209 239</b>	<b>12 864</b>	<b>896 584</b>	<b>9 262</b>	<b>1 649</b>
Ålesund, sentrum	68 122	391 100	74 088	4 472	309 351	2 637	552
Stormoa	124 893	738 499	135 151	8 392	587 234	6 625	1 097
<b>Åndalsnes</b>	<b>20 411</b>	<b>112 164</b>	<b>26 718</b>	<b>1 906</b>	<b>81 704</b>	<b>1 660</b>	<b>177</b>
<b>Årdal</b>	<b>16 540</b>	<b>80 991</b>	<b>23 905</b>	<b>935</b>	<b>55 051</b>	<b>1 001</b>	<b>99</b>
<b>Årnes</b>	<b>34 403</b>	<b>181 384</b>	<b>48 065</b>	<b>3 845</b>	<b>127 034</b>	<b>2 213</b>	<b>227</b>
<b>Totalt</b>	<b>12 160 939</b>	<b>71 079 392</b>	<b>12 657 116</b>	<b>958 253</b>	<b>56 650 889</b>	<b>715 161</b>	<b>97 974</b>

\* Selvbetjent



Tabell 7a. Grossistenes markedsandel 2007, totalt salg, 1000 liter

Grossist	Liter	Andel
Arcus	9 188	12,9 %
V&S Norway AS	6 490	9,1 %
Vectura AS	3 837	5,4 %
Ekjord AS	3 810	5,4 %
Engelstad Vin og Brennevin	3 144	4,4 %
Brand Partners AS	3 131	4,4 %
Red & White AS	2 566	3,6 %
Best Buys International AS	2 439	3,4 %
Stenberg & Blom AS	2 327	3,3 %
Bibendum AS	2 127	3,0 %
Eurowine AS	2 052	2,9 %
Strøm AS	1 905	2,7 %
Robert Prizelius AS	1 858	2,6 %
Fondberg AS	1 761	2,5 %
Vinarius AS	1 674	2,4 %
Andre	22 770	32,0 %
<b>TOTALT</b>	<b>71 079</b>	<b>100,0 %</b>

Tabell 7c. Grossistenes markedsandel 2007, brennevin, 1000 liter

Grossist	Liter	Andel
Arcus	4 318	34,1 %
Diageo Norway AS	1 642	13,0 %
V&S Norway AS	882	7,0 %
Maxxium Norge AS	864	6,8 %
Vectura AS	703	5,6 %
Robert Prizelius AS	547	4,3 %
Bacardi Martini AS	542	4,3 %
Bibendum AS	483	3,8 %
Company of Spirits	443	3,5 %
Brand Partners AS	392	3,1 %
Helge Wiig A/S	280	2,2 %
Stenberg & Blom AS	204	1,6 %
Ekjord AS	186	1,5 %
Engelstad Vin og Brennevin	163	1,3 %
Interbrands Norge AS	143	1,1 %
Andre	864	6,8 %
<b>TOTALT</b>	<b>12 657</b>	<b>100,0 %</b>

Tabell 7b. Grossistenes markedsandel 2007, svakvin, 1000 liter

Grossist	Liter	Andel
V&S Norway AS	5 608	9,9 %
Arcus	4 745	8,4 %
Ekjord AS	3 622	6,4 %
Vectura AS	2 996	5,3 %
Engelstad Vin og Brennevin	2 966	5,2 %
Brand Partners AS	2 703	4,8 %
Red & White AS	2 552	4,5 %
Best Buys International AS	2 430	4,3 %
Stenberg & Blom AS	2 096	3,7 %
Eurowine AS	2 005	3,5 %
Fondberg AS	1 755	3,1 %
Strøm AS	1 743	3,1 %
Vinarius AS	1 663	2,9 %
Best Cellars AS	1 645	2,9 %
Bibendum AS	1 613	2,8 %
Andre	16 509	29,1 %
<b>TOTALT</b>	<b>56 651</b>	<b>100,0 %</b>

Tabell 8. Vinmonopolets vareutvalg

År	Antall produkter	Nye produkter
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
2006	9 700	1 200
2007	10 645	1 200



1998  
3 500  
produkter

2003  
7 000  
produkter



1999  
4 000  
produkter

2004  
8 100  
produkter



2000  
5 000  
produkter

2005  
8 500  
produkter



2001  
5 600  
produkter

2006  
9 700  
produkter



2002  
6 350  
produkter

2007  
10 645  
produkter



#### VINMONOPOLETS VAREUTVALG

Utvalget i Vinmonopolets hyller har blitt bedre og bedre år for år. Enkelte år er 400 nye produkter lansert, andre år så mange som 1 200.

Tabell 9. Det registrerte alkoholforbruket i Norge pr. innbygger 15 år og over 1920–2007<sup>8</sup>

År	Brennevin	Liter		I alt	Liter ren alkohol <sup>9</sup>			
		Vin	Øl		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 <sup>10</sup>	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
2006	3,29	16,95	67,88	6,46	1,30	2,05	3,01	0,11
2007 <sup>10</sup>	3,45	17,52	67,90	6,60	1,36	2,12	3,01	0,11

Tabell 10. Registrert omsetning av alkohol i Norge 1920–2007<sup>8</sup>, 1000 liter

År	Brennevin	Liter			I alt	Liter ren alkohol <sup>9</sup>			
		Vin	Øl	Fruktdrikk		Brennevin	Vin	Øl	Fruktdrikk
1920	Forbudstid	14 564	89 165		**	Forbudstid	1 456	3 530	
1930	6 765	4 820	52 388		6 017	2 857	826	2 334	
1940	5 679	3 652	47 080		5 171	2 418	622	2 131	
1950	9 807	3 053	59 215		7 080	3 975	487	2 618	
1960	10 449	4 438	87 687		9 112	4 520	650	3 942	
1965	11 333	5 636	103 272		10 370	4 905	781	4 684	
1970	14 105	9 042	142 142		13 816	6 051	1 280	6 485	
1975	17 405	13 350	181 670		17 133	7 362	1 794	7 977	
1980	18 376	17 979	196 097		18 944	7 791	2 373	8 780	
1981	15 494	17 107	183 389		16 994	6 570	2 221	8 203	
1982	11 926	14 174	193 328		15 556	5 045	1 832	8 679	
1983	12 574	16 529	185 819		15 793	5 306	2 123	8 364	
1984	12 710	18 132	193 591		16 332	5 325	2 321	8 686	
1985	14 229	21 212	197 001		17 278	5 848	2 714	8 716	
1986	12 988	21 541	211 593		17 541	5 351	2 750	9 440	
1987	13 462	24 739	214 718		18 154	5 506	3 151	9 497	
1988	12 041	26 973	220 369		17 839	4 925	3 284	9 630	
1989	11 097	27 815	218 583		17 353	4 539	3 310	9 504	
1990	10 384	27 231	221 753		17 139	4 248	3 257	9 634	
1991	9 450	27 484	225 307		16 882	3 857	3 214	9 811	
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 <sup>10</sup>	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
2006	12 291	63 286	253 426	9 063	24 151	4 848	7 638	11 257	409
2007 <sup>10</sup>	12 900	65 500	255 000	9 100	24 720	5 100	7 900	11 300	420

Tabell 11. Registrert alkoholforbruk i noen europeiske land, 2003, liter per innbygger<sup>11</sup>

Land	Liter ren alkohol <sup>9</sup>		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
Russland	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

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Drikk som er laget av druesaft ved alkoholgjæring og tilsatt tilvirket alkohol.

<sup>3</sup> Drikk som er laget av druesaft, frukt, bær, plantesaft eller honning ved alkoholgjæring uten tilsetning av tilvirket alkohol.

<sup>4</sup> Øl med alkoholstyrke over 4,75 volumprosent alkohol.

<sup>5</sup> Vin med alkoholstyrke til og med 2,75 volumprosent alkohol.

<sup>6</sup> Inkludert ukrydret brennevin.

<sup>7</sup> 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, 372 000 i 2006 og 302 000 i 2007.

<sup>8</sup> Kilde: Statistisk sentralbyrå. Produktkategoriseringen er ikke identisk med Vinmonopolets.

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> Anslag. Det finnes ikke offisiell alkoholstatistikk for Norge for 1998. Tallene for 2007 var ikke klare da årsberetningen gikk i trykken.

<sup>11</sup> Tallene omfatter registrert omsetning eller beskattet forbruk av alkohol i de respektive land. Det uregistrerte forbruk i form av hjemmeproduert alkohol, turistimport og smuglervarer omfattes ikke. Tallene er hentet fra [www.sirus.no](http://www.sirus.no).



UNGARN  
11,4



IRLAND  
10,8



TYSKLAND  
10,2



SPANIA  
10,0



PORTUGAL  
9,6



STORBRIANNIA  
9,6



DANMARK  
9,5



FRANKRIKE  
9,3



ØSTERRIKE  
9,3



SVEITS  
9,0



BELGIA  
8,8



RUSSLAND  
8,7



ROMANIA  
8,1



FINLAND  
7,9



NEDERLAND  
7,9



HELLAS  
7,7



ITALIA  
6,9



POLEN  
6,7



ISLAND  
5,4



BULGARIA  
5,0



SVERIGE  
4,9



NORGE  
4,4

Alkoholforbruk i liter ren alkohol per innbygger



"The major trend in the sales of red wine in Norway in 2007 was a shift in the demand from wine from France, Chile and South Africa to wine from Italy, Australia and Argentina."

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

The sales rose by 3.4 per cent from the year before to 71.1 million litres. The sales of table wine increased by 3.2 per cent to 56.7 million litres while the sales of spirits increased by 4.8 per cent to 12.7 million litres. The figure for fortified wine shows 960 000 litres, down 4.2 per cent. The rise in overall sales is due to various factors: 11 new outlets and 11 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 2007 was a shift in the demand from wine from France, Chile and South Africa to wine from Italy, Australia and Argentina. In 2006, Italy passed France, and took the leading position for red wine in Norway.

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 9 742.7 million in sales revenue excluding VAT last year. Profit before tax came to NOK 167.2 million as against NOK 110.3 million the year before. The special tax levied on Vinmonopolet in lieu of ordinary corporation tax is put at NOK 37.0 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 52.1 million.

As of 31 December, Vinmonopolet had 222 shops in operation with 1 787 full- and part-time employees. Work hours corresponded to 1 135 full-time employees.

## Key figures

	2007	2006	2005	2004	2003	
<b>SALES (1 000 litres)</b>						
Table wine	56 651	54 878	52 893	50 064	47 529	45 695
Fortified wine	958	1 001	1 047	1 098	1 141	1 200
Spirits	12 657	12 080	11 678	11 389	11 539	11 188
Other products	813	790	793	787	776	789
<b>TOTAL</b>	<b>71 079</b>	<b>68 749</b>	<b>66 411</b>	<b>63 338</b>	<b>60 985</b>	<b>58 872</b>
<b>REVENUE AND RESULTS (NOK mill)</b>						
Gross sales revenue (incl VAT)	12 164,3	11 440,0	10 863,0	10 260,0	9 575,5	9 076,4
Operating revenue	9 742,7	9 161,2	8 708,4	8 275,4	7 725,2	7 320,0
Operating profit	122,8	90,1	101,3	98,8	68,4	46,0
Net profit before tax	167,2	110,3	116,6	115,5	101,6	82,7
<b>CAPITAL</b>						
Assets (NOK mill)	2 447,8	2 335,3	2 102,9	1 849,6	1 592,9	1 547,7
Shareholder's equity (NOK mill)	407,6	287,1	365,8	578,3	543,2	497,6
Equity to assets ratio (%)	16,7	12,3	17,4	31,3	34,1	32,2
<b>PROFITABILITY (%)</b>						
Gross profit ratio <sup>1)</sup>	12,1	12,1	12,2	12,2	12,3	12
Operating margin <sup>2)</sup>	1,7	1,2	1,4	1,4	1,3	1,2
Return on assets <sup>3)</sup>	7,1	5,0	5,9	6,8	6,6	5,6
Return on shareholder's equity <sup>4)</sup>	48,1	33,8	24,7	20,6	19,5	16,9
<b>LIQUIDITY</b>						
Current ratio (%) <sup>5)</sup>	145,4	134,9	128,9	124,1	124,9	121,0
Working capital (NOK mill) <sup>6)</sup>	639,8	491,3	378,2	294,9	248,9	208,1
<b>EMPLOYEES</b>						
Total permanent employees at Des 31	1 787	1 743	1 701	1 702	1 699	1 664
Of which: full time	675	657	637	642	647	645
part time	1 112	1 086	1 064	1 060	1 052	1 019
Equivalent full-time employees	1 135	1 121	1 122	1 121	1 127	1 087
Retail outlets at Dec 31	222	211	199	195	188	177

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

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

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

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

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

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

## Viktige datoer i 2007

### 1. januar

Butikkjeden Vinmonopolet består av 211 butikker, hvorav 198 er selvbetjente.

### 5. januar

Etter å ha gjennomført en undersøkelse om ungdom, foreldre og alkoholvaner i samarbeid med Synovate MMI sender Vinmonopolet ut pressemeldingen «Mest langing i nord, minst på Vestlandet». Dette fører til positiv oppmerksomhet.

### 18. januar

Vinmonopolets holdningsskapende annonse «Fredrik syntes det var en god idé» blir kåret til Årets Annonse i Dagbladets Pustehullet.

### 28. februar

www.vinmonopolet.no får prisen Årets Web 2006.

### 1. mars

Ny produktrekord i Vinmonopolet. 10 007 produkter er nå tilgjengelige i alle våre butikker.

### 4. mars

Vinmonopolet mottar sølv i Gullblyanten i kategorien Samfunn for alderskontrollkampanjen.

### 13. mars

Leiekontrakten til kjedekontorets nye lokaler i Akersgata 51 signeres. Flyttingen vil skje i oktober 2008.

### 15. mars

Merket for God Design – Digitale Tjenester blir til delt www.vinmonopolet.no.

### 25. april

Vinmonopolet havner på 12. plass blant 177 norske bedrifter i BIs kundetilfredshets-undersøkelse.

### 10. mai

Adm. direktør Kai G. Henriksen overleverer utredningsprosjektet til statsråd Sylvia Brustad. Vinmonopolet mener det er grunnlag for å åpne 70 til 90 nye butikker i løpet av et par år.

### 11. mai

www.vinmonopolet.no mottar gull i kategorien Skjermbasert Design på Visuelt07.

### 14. mai

Startskuddet går for alderskontrollkampanjen. Målet med kampanjen er at flest mulig i alderen 18–23 år viser legitimasjon.

### 21. juni

Vinmonopolet gjennomfører holdningskampanje mot langing av alkohol til mindreårige.

### 1. juli

Den sosiale kontrollen utvides, og dermed skal alle under 25 år bli spurt om legitimasjon.

### 22. august

Styret i Vinmonopolet vedtar å åpne ni filialer som et tidsavgrenset prøveprosjekt innenfor en ny butikkategori. Bakgrunnen for prøvedriften er et ledd i Helse- og omsorgsdepartementets målsetting om videre utbygging av Vinmonopolets butikknett.

### 1. november

I en kontroll gjennomført av Juvente skårer Vinmonopolet høyt på alderskontroll. Ingen av Vinmonopolene som ble testet, solgte alkohol til mindreårige. 56 prosent av dagligvarebutikkene solgte derimot alkohol til mindreårige.

### 15. november

Butikk nr. 220 åpner på Setermoen.

### 30. november

Vinmonopolet runder 85 år.

### 14. desember

Vinmonopolets første filialbutikk åpner på Løten.

### 19. desember

Styret i Vinmonopolet vedtar å åpne ni nye butikker i 2008. Totalt er det planlagt å åpne 22 nye butikker i 2008. Ved utgangen av 2008 vil Vinmonopolet dermed ha 244 butikker.

### AS Vinmonopolet

Foretaksregisteret NO 817 209 882 MVA

### Kjedekontor

Dronning Maudsgt. 1, Oslo  
Postboks 1944 Vika, 0125 Oslo

Telefon 04560  
Telefaks 22 01 50 09

www.vinmonopolet.no  
kundesenter@vinmonopolet.no

Design: Teft Design  
Foto: Hans Fredrik Asbjørnsen  
Trykk: Nørhaven  
Opplag: 4000  
Trykket på miljøvennlig papir



**1 AV 4**  
**TENÅRINGSFORELDRE**  
**HAR ENDRET HOLDNINGER**  
**TIL LANGING ETTER**  
**VINMONOPOLETS**  
**LANGINGSKAMPANJE\***

\*Synovate MMI, Vinmonopolets langingskampanje, juli 2007