

ÅRSBERETNING  
OG ÅRSREGNSKAP

2008



# ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

# 2008

«I Vinmonopolet er vi glad når vin nytes i kombinasjon med mat. Det er da vinen virkelig kommer til sin rett. I vår rådgivning er vi ikke opptatt av at kunden skal forlate butikken med flest mulig flasker, men at vi sammen med kunden har funnet fram til den beste kombinasjonen i forhold til mat og vin. »

KAI G. HENRIKSEN, adm. direktør



## Nøkkeltall

	2008	2007	2006	2005	2004
SALG i 1 000 liter					
Svakvin	59 278	56 651	54 878	52 893	50 064
Sterkvin	895	958	1 001	1 047	1 098
Brennevin	12 797	12 657	12 080	11 678	11 389
Øvrige produkter	858	813	790	793	787
<b>SUM</b>	<b>73 828</b>	<b>71 079</b>	<b>68 749</b>	<b>66 411</b>	<b>63 338</b>
INNETEKTER OG RESULTAT millioner kroner					
Brutto salgsinntekter	12 872,2	12 164,3	11 440,0	10 863,0	10 260,0
Driftsinntekter	10 305,4	9 742,7	9 161,2	8 708,4	8 275,4
Driftsresultat	107,5	122,8	90,1	101,3	98,8
Resultat før vinmonopolavgift	175,2	167,2	110,3	116,6	115,5
KAPITAL					
Total kapital i millioner kroner	2 708,2	2 447,8	2 335,3	2 102,9	1 849,6
Egenkapital i millioner kroner	417,1	407,6	287,1	365,8	578,3
Egenkapitalandel i prosent	15,4	16,7	12,3	17,4	31,3
LØNNSOMHET i prosent					
Bruttomargin <sup>1)</sup>	12,0	12,1	12,1	12,2	12,2
Resultatgrad <sup>2)</sup>	1,7	1,7	1,2	1,4	1,4
Totalkapitalrentabilitet <sup>3)</sup>	6,9	7,1	5,0	5,9	6,8
Egenkapitalrentabilitet <sup>4)</sup>	42,5	48,1	33,8	24,7	20,6
LIKVIDITET					
Likviditetsgrad i prosent <sup>5)</sup>	148,2	145,4	134,9	128,9	124,1
Arbeidskapital i millioner kroner <sup>6)</sup>	739,2	639,8	491,3	378,2	294,9
PERSONALE					
Antall fast ansatte per 31.12.	1 808	1 787	1 743	1 701	1 702
Herav: Heltidsansatte	673	675	657	637	642
Deltidsansatte	1 135	1 112	1 086	1 064	1 060
Antall årsverk	1 215	1 135	1 121	1 122	1 121
Antall butikker per 31.12.	239	222	211	199	195

<sup>1)</sup> Bruttomargin = 






driftsinntekt
−
vareforbruk
driftsinntekt





x 100

<sup>4)</sup>Egenkapitalrentabilitet = 






resultat før vinmonopolavgift
gjennomsnitt av egenkapital 1.1. og 31.12.





x 100

<sup>2)</sup> Resultatgrad = 






resultat før vinmonopolavgift
+
finanskostnader
driftsinntekt





x 100

<sup>5)</sup>Likviditetsgrad = 






omløpsmidler
kortsiktig gjeld





x 100

<sup>3)</sup>Totalkapitalrentabilitet = 






resultat før vinmonopolavgift
+
finanskostnader
gjennomsnitt av totalkapitalen 1.1. og 31.12.





x 100

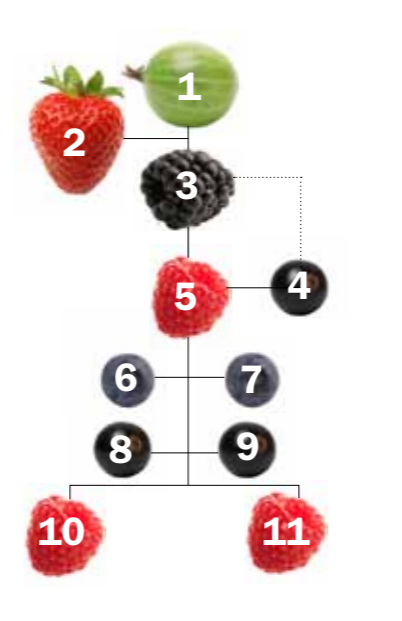
<sup>6)</sup>Arbeidskapital = 






omløpsmidler
−
kortsiktig gjeld

## Organisasjonen



- HELSE- OG OMSORGSDEPARTIMENTET**
- BEDRIFTSFORSAMLINGEN**

14 medlemmer oppnevnt av Kongen i statsråd

7 medlemmer valgt av og blant de ansatte
- STYRET**

6 medlemmer oppnevnt av Kongen i statsråd

3 medlemmer valgt av og blant de ansatte
- INTERN REVISJON**
- ADM. DIREKTØR**
- JURIDISK**
- KOMMUNIKASJON**
- HR**
- ØKONOMI OG IT**
- INNKJØP OG VAREFORSYNING**
- KJEDEDRIFT**

## Styre

(1. juli 2008 – 30. juni 2010)

**Medlemmer oppnevnt av Kongen i statsråd:**

Siri B. Hatlen, sivilingeniør/konserndirektør, Hosle, leder
Margrethe Sunde, driftsdirektør, Oslo, nestleder
Frank Jenssen, daglig leder, Trondheim
Ingvild Wold Strømsheim, underdirektør, Oslo
Odd Holten, tidl. stortingsrepresentant, Fredrikstad
Ola Røtvei, ordfører, Oppdal

**Medlemmer valgt av og blant de ansatte:**

Helge Storvik, butikksjef, Leikanger
Elianne Ingebrigtsen, butikksjef, Nesoddtangen
Svend Bang Pedersen, butikksjef, Tromsø

**Varamedlemmer oppnevnt av Kongen i statsråd:**

Sverre Bugge, sjef for forvaltnings- og regnskapsavdelingen, Finstadjordet
Vibeke Limi, gruppeleder, Jar
Mette Bjune, fylkesrådmann, Tønsberg
Bjørn Arild Gram, ordfører, Steinkjer

**Varamedlemmer valgt av og blant de ansatte:**

Åse Engesæth, butikksjef
Kjell-Roar Nilsen, nestleder butikk
Harald Galåen, butikksjef
Robert Fagerheim, nestleder butikk
Torill Grahl-Jacobsen, butikksjef
Britt Deilrind, butikksjef

## 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
Margaret Eide Hillestad

## Bedriftsforsamling

(Funksjonstid 1. juli 2008 – 30. juni 2010)

**Medlemmer oppnevnt av Kongen i statsråd:**

Gunn Inger Løvseth, assisterende rådmann, Melhus, leder
Synnøve M. Konglevoll, student, Oslo
Ola D. Gløtvold, daglig leder/jordbruker, Engerdal
Gjertrud Kjellesvik, lærer, Haugesund
Ole Berget, politisk rådgiver, Oslo
Odd Anders With, leder av byutviklingskom., Trondheim
Nils Marton Aadland, ordfører, Frekhaug
May Britt Vihovde, student, Haugesund
Ole Johan Bakke, kommunelege, Våle
Anne-Karin Nygård, generalsekretær, Oslo
Lise Kjølsrød, professor, Oslo
Ole John Østenstad, rådmann, Førde
Arne Johannesen, seksjonsleder, Skien
Margaret Eide Hillestad, prosjektleder, Oslo

**Medlemmer valgt av og blant de ansatte:**

Gunnar Arne Sagstad, deltidsekspeditor, Ytre Arna, nestleder
Linda M. Lund, butikksjef, Oslo
Tor Arne Mjøen, butikkekspeditor, Beitstad
Grethe Frydenlund, opplæringskonsulent, Nesbru
Bente Molvær, deltidsekspeditor, Skatval
Remi Strand Hansen, IT-rådgiver, Oslo
Synnøve Johannesen, butikksjef, Kopervik

### AROMAER

Tobakk, tjære, blomst, fersken og lakris er bare noen av mange ord og uttrykk som brukes til å beskrive en vins aroma. Hvis du følger med her oppe, vil du gjennom rapporten kunne lære om disse luktassosiasjonene som oppfanges i luktsenteret i nesen.

## Viktige datoer i 2008

**1. JANUAR:** Butikkjeden Vinmonopolet består av 222 butikker, 215 er selvbetjent.

**12. JANUAR:** En gratis abonnementsordning for Vinbladet lanseres i magasinet og på vinmonopolet.no. I løpet av året har over 15 tusen kunder registrert seg som abonnenter.

**9. APRIL:** Vinmonopolet mottar sølv for Årets Web hos Kommunikasjonsforeningen.

**9. APRIL:** Vinbladet kommer på delt 8. plass i Kommunikasjonsforeningens kåring av beste eksterne bedriftsblad 2007.

**16. APRIL:** Vinmonopolet mottar sølv for Årets Nettsted e-handel hos Farmand.

**21. APRIL:** Filial nummer fem åpner i Vanylven i Møre og Romsdal.

**7. MAI:** Norges beste faghandel! Norsk Kundebarmeter ved BI viser at Vinmonopolet avanserer hele åtte plasser fra året før til en glimrende 4. plass. Vinmonopolet ligger for første gang foran apotekene, og er dermed Norges beste faghandel.

**15. MAI:** Startskuddet går for alderskontrollkampanjen Viktig Beskjed. Budskapet er «Viktig beskjed: Vis leg uoppfordret hvis du er under 25 år».

**26.MAI:** Butikken Sandefjord kåres til Årets Butikk. Norges beste Vinmonopol velges ut fra syv kriterier: Utsolgtandel, omløpshastighet, kundetilfredshet, lavfrekvent lokalliste, produktivitet, alderskontroll og kompetanse.

**2. JUNI:** En pressemelding sendes ut i forbindelse med starten på alderskontrollkampanjen Viktig Beskjed: «2 millioner ungdommer kontrollert i fjor. Strengere alderskontroll på Vinmonopolet».

**19. JUNI:** Alderskontrollkampanjen Viktig Beskjed blir nummer to i Sølvtaggen for mai.

**19. JUNI:** Vinmonopolets styre vedtar en revidering av selskapsstrategien til selskapet. Vinmonopolets nye visjon er nå «Vi skal gjøre oss fortjent til folks støtte».

**7. AUGUST:** 1 av 3 ungdom mener at kampanjen Viktig Beskjed har endret deres holdninger. Nettsiden viktigbeskjed.no har 115 tusen unike besøkende i kampanjeperioden

mot vinmonopolet.no's 150 tusen i samme periode.

**24.AUGUST:** Alderskontrollkampanjen får sølv for radiospottene i junikåringen til Sølv-mikken.

**28. AUGUST:** Synovate MMI-undersøkelsen Store Norske Bedrifter rangerer Vinmonopolet på en syvende plass. Undersøkelsen tar for seg 116 av Norges største selskaper og rangerer disse etter omdømme.

**6. SEPTEMBER:** Vinbladet feirer 20-årsjubileum når den 69. utgaven gis ut i september. Magasinet ble etablert i oktober 1988.

**13. OKTOBER:** Vinmonopolets kjedekontor flytter inn i Akersgata 51.

**14. OKTOBER:** Vinmonopolets butikker oppnår All time high i Mystery shopping. 50 butikker hadde en totalscore på 100 prosent i septembermålingen. Resultatene viser en totalscore for samtlige butikker på 94,2 prosent mot 93,5 prosent fra forrige runde.

**16. OKTOBER:** Butikk nummer 235 åpner i Hokksund i Øvre Eiker kommune i Buskerud.

**19. OKTOBER:** Tv-aksjonen Blå kors går av stabelen, og Vinmonopolet viser sin støtte med 100 000 kroner.

**11. NOVEMBER:** Butikk nummer 236 åpner i Brattvåg i Haram kommune i Møre og Romsdal.

**13. NOVEMBER:** Butikk nummer 237 åpner på Liertoppen i Lier kommune i Buskerud, og butikk nummer 238 åpner på Sørumsand i Sørum kommune i Akershus.

**19. NOVEMBER:** Butikk nummer 239 åpner i Re i Vestfold.

**24. NOVEMBER:** Alderskontrollkampanjen Viktig Beskjed relanseres med flere nye mediekkanaler. Kampanjen vil være på radio og internett som sist, og i tillegg vil filmene Frisøren og Emo sendes på MTV og kino.

Styret i Vinmonopolet vedtar å åpne 12 nye butikker i 2009. Ved utgangen av 2009 vil Vinmonopolet dermed ha 251 butikker.

**31. DESEMBER:** Vinmonopolet består av 239 butikker hvorav 236 er selvbetjent.

# Det viktigste møte er kundemøtet

I Vinmonopolet er vi svært opptatt av å ha høy kunnskap om de produktene vi selger. For å nå målsettingen vår om å være Norges ledende faghandelskjede må vi ha spesialkompetanse på det kundene våre spør om. Og dette er i første rekke mat og vin i kombinasjon.

Jeg arbeider selv jevnlig i butikk. For meg er det viktig at lederen i Vinmonopolet har god forståelse av hva som skjer i butikkene våre. I løpet av de tre årene jeg har vært i Vinmonopolet har jeg sett en merkbar endring i forhold til spørsmål kundene våre har om mat og vin. Stadig flere ønsker i dag råd om vin til en spesiell matrett eller et helt måltid.

Utviklingen er både spennende og utfordrende. Vi elsker å gi råd om mat og vin. Det er dette vi er gode på.

En undersøkelse gjennomført av Synovate MMI i 2008 viser at fagkunnskap er viktig for kundenes tilfredshet når de handler hos oss. 77 prosent har et meget eller ganske godt inntrykk av betjeningens fagkunnskap og 72 prosent er meget godt eller ganske godt fornøyd med anbefalingen de får når de handler.

Den samme undersøkelsen viser at nest etter smak er det at vinen passer til en spesiell matrett den viktigste faktoren for folks valg av vin.

Vi er godt fornøyd med det arbeidet vi gjør, men skal definitivt ikke lene oss tilbake av den grunn. Folks tillit må fortjenes hver dag, i hvert kundemøte vi har.

Befolkningens kompetanse på mat og vin øker, og vi må kunne møte folks økende interesse med stadig mer kunnskap. Råvareforståelse, kunnskap om økologiske produkter, lokal- eller stedsbunden mat er i folks bevissthet i større grad enn før.

Gjennom 2008 har Vinmonopolet satset ytterligere på kompetansebygging for å møte nye behov. Vi har justert og utvidet vår ni trinns interne kompetansesstige. Antall plasser er utvidet med 33 prosent. I 2008 var det 60 ansatte som tok et eget selvstudium, med temaer som Bordeaux, Champagne eller Spania, eller mat og drikke i kombinasjon, en økning på 50 prosent i forhold til året før. Vi har lagt til en ny del på toppen av stigen der det øverste trinnet er Diploma, et samarbeid med Wine and Spirit Education Trust (WSET) som er en institusjon i London som jobber med internasjonal utdanning innen vin og brennevin. Dette er en utdanning jeg selv tar i fritiden.

Et annet viktig grep for varefaglig kompetanseheving er at vi selv tar regien for regionsvise grossistsmakinger. Der blir grossister annenhver måned invitert til å vise fram nyhetene sine for Vinmonopolets ansatte i arbeidstiden. Vi er opptatt av å øke kompetansen for alle i bedriften. For oss er det helheten og breddekompetansen som er viktig, ikke kun den lille ekstra spisskompetansen på toppen.

I Vinmonopolet er vi glad når vin nytes i kombinasjon med

mat. Det er da vinen virkelig kommer til sin rett. I vår rådgivning er vi ikke opptatt av at kunden skal forlate butikken med flest mulig flasker, men at vi sammen med kunden har funnet fram til den beste kombinasjonen i forhold til mat og vin.

Etter min oppfatning er vin en drikk som best egner seg i følge med mat. Se for eksempel på hvitvinens forfriskende egenskap mot fisk og skalldyr. Den renser opp i munnen og bringer liv i kombinasjonen, på samme måte som en skive sitron eller lime gjør det. Ta også en klassisk kombinasjon som entrecôte og vin fra Bordeaux. Her tilfører vinen tannin og smaks kraft til det aromatiske og fedmefylte oksekjøttet som virkelig hever smaks-kombinasjonen og opplevelsen av måltidet. Dette kan du lese mer om i årsberetningen vår.

Hos oss får du de beste rådene. Vi skal levere på dine forventninger – en grunnpilar for å gjøre oss fortjent til folks støtte.

*Ulf S. Fjellheim*



## Innhold

### APERITIFF

VISJON, STRATEGI OG VERDIER — SIDE 6

### SALAT

TEMA: MAT OG VIN I KOMBINASJON — SIDE 8

### FISK

STYRETS BERETNING — SIDE 24  
REGNSKAP OG NOTER — SIDE 32

### KJØTT

SALG OG VARESORTIMENT — SIDE 46  
BUTIKKENE — SIDE 56  
VINÅRET 2008 — SIDE 58

### OST

STATISTIKK — SIDE 62  
ENGLISH SUMMARY — SIDE 80

### DESSERT

SE BAKSIDEN

# Vi skal gjøre oss fortjent til folks støtte

## Samfunnsoppdrag

Vinmonopolet er samfunnets viktigste virkemiddel for å sikre ansvarlig salg av alkohol

## Vår visjon

Vi skal gjøre oss fortjent til folks støtte

## Hovedmål og strategi

### Velfungerende vinmonopolordning

- Aktiv bruk av rammebetingelser
- Tydelig samfunnsaktør
- God sosial kontroll

### Norges ledende faghandelskjede

- Bredde, kvalitet og lønnsomhet i produktutvalget
- Det beste kundemøtet
- Resultatorientert, kompetent og samhandlende organisasjon

## Våre verdier

- Tydelig
- Engasjert
- Inkluderende

## Hovedpunkter

- Salgsvolumet økte med 3,9 prosent fra året før til totalt 73,8 mill. liter.
- Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader var driftsresultatet 107,5 mill. kroner, mot 122,8 mill. kroner i 2007.
- Det ble etablert 17 nye selvbetjente butikker, åtte av disse var filialer. Ved utgangen av året hadde vi 239 butikker, hvorav 236 var selvbetjent.
- Vareutvalget økte fra 10900 til 11200 produkter.

# Vin til spekemat

Spekemat er mer eller mindre salt og fet, uansett om råvarene er norske, italienske eller spanske. Salt mat demper friskheten i vinen. Det samme gjør fett, derfor må vinen ha høy friskhet. Saltet forsterker vinens sødme, og vinen virker ofte fruktigere og søtere enn uten mat. Mange liker halvtørre viner til spekemat fordi vinen får en ekstra rik sødme mot den salte maten, men sødme er ikke nødvendig for en vellykket kombinasjon. Tørre viner går vel så bra. Riesling, Albariño eller Fiano di Avellino er gode eksempler på hvitviner som passer til spekemat.

Råvarekvaliteten er viktig med tanke på vinvalget. De beste spanske skinkene er så konsentrerte på smak at de enkleste vinene gjerne faller igjennom. Derfor bør du velge en vin av høyere kvalitet til den type spekemat.

Tørr sherry, for eksempel en Fino eller Manzanilla er velegnet til spekemat. Konsentrasjonen i sterkvinen gjør at den hamler opp med de beste skinkene og aromaene kan minne om aromaer du finner i moden spekeskinke. Rødvin går også bra så lenge vinen har lite garvestoffer og høy friskhet. Barbera, Pinot Noir eller valpolicella er gode spekematviner.

Men hvorfor ikke prøve en musserende vin? Friskheten er nesten alltid høy i musserende vin fordi druene høstes tidlig. I tillegg gir boblene en forfriskende følelse som lesker mot det salte og fete. Prøv gjerne en cava fra Spania eller crémant fra Frankrike. Bruk gjerne lagret musserende vin til moden skinke.



Vin til spekemat må være frisk. Saltet og fettete demper friskheten i vinen og den vil virke litt søtere. Vi anbefaler å prøve en musserende vin, for eksempel en cava fra Spania eller crémant fra Frankrike.

# Vin til grønnsaker

*Grønne salater er ikke alltid så godt egnet sammen med vin. Årsaken er at rå grønnsaker inneholder bitterstoffer, men også at salatdressinger ofte inneholder syre i form av eddik eller sitronsaft, og dette kan få vinen til å smake ubehagelig syrlig.*

*En lett hvitvin med god friskhet og fruktighet vil som regel være det beste alternativet, og for å få et best mulig samspill, lønner det seg å begrense mengden av syre i dressingen. Sitronsaft er noe mer vinvennlig enn eddik, og et annet alternativ er den rundere balsamicoeddiken.*

*Grønnsaker som er kokt, forvellet eller surret i en stekepanne, er lettere å kombinere med vin. Varmebehandlingen vil få frem sødmen i grønnsakene. Da vil en hvitvin med «søtere» fruktighet passe bra.*

*En populær forrett som grønn asparges byr på utfordringer med både hard syrlighet og bitterhet, men Savignon Blanc-vinens syre og grønne aromaer matcher dette flott.*



Asparges er en stor utfordring å velge vin til, men en god løsning er en middels frisk hvitvin laget på Sauvignon Blanc, for eksempel en sancerre.

## Mat + vin = sant

Nordmenn flest er godt i gang med å oppdage kombinasjonen mat & vin. Tom Tyrihjell, leder for varefaglig rådgivningsgruppe i Vinmonopolet, gleder seg over utviklingen.

–Mat og vin smaker rett og slett godt sammen, sier han.

Det er ikke lenge siden vin ble ansett som snobberi. Tyrihjell tror økt mediefokus, samt overgang til selvbetjente butikker, har vært med å ufarliggjøre vin for mange nordmenn.

–Nordmenn er blitt mer opptatt av kvalitet og det gode liv.

Når man går i gang med å kombinere mat og vin, er Tyrihjells råd å ta utgangspunkt i helheten i retten, og hva som dominerer. Noen ganger kan tilbehøret være utslagsgivende. For eksempel er fisk med risotto stort sett bedre med rødvin enn hvitvin. Tenk også på grunnsmakene: Sødme i vin til sødme i mat. Evnen til å finjustere kommer med økt erfaring.

Tyrihjell ser det som svært viktig at de ansatte i butikkene hele tiden driver smaking for å orientere seg i vareutvalget. Oppskriften hans for å bli en god vinsmaker er: Smak, tenk, lær!

–Går det bra med dyr mat og billig vin?



–Ja, det viktigste er kvalitet, og det kan man finne i alle prisklasser. Kvalitetsvin til kvalitetsmat, er mitt motto.

*Kan man spørre om hva som helst i Vinmonopolets butikker?*

–Ja! Kanskje kan vi ikke hjelpe kunden med å velge sluk til å fange fisken, men vi

er dyktige på å finne god drikke til gjedekakene eller torsketungene. Ikke alle spørsmål er like enkle, men våre ansatte kan søke råd ved Vinmonopolets kundesenter eller varefaglig rådgivningsgruppe. Kunden skal alltid få svar.

## Vin til årstiden

Mat & vin-året har fire store høytider som følger årstidene: Vilt om høsten, julemat i desember, lam til påske, sjømat om sommeren.



–Denne syklusen gjør at både vi og kundene vet hva som ligger på tallerkenen. Men det er ikke nødvendigvis lett å velge vin til av den grunn, fortsetter Tom Tyrihjell. –Viltvinen som passet så godt i fjor er kan hende ikke å få tak i. Nye viner har kommet til. Derfor er det viktig at vi forstår hvilke egenskaper som gjør en vin egnet eller uegnet til en bestemt type mat, og overfører det til andre viner. Da blir den store mengden produkter mer håndterlig.

**HØST:** Vilt er finstemt på smak. Man trenger like finstemt vin, med skjørrhet og dybde. Kjøttet har lite fett og rødvinen trenger ikke mye garvestoffer. God friskhet er viktigere. Bærekkelig og fruktig rødvin passer godt, gjerne med høst- og fjellaromaer. Rødvin fra Burgund eller Rhône er klassikere. Av nyere produkter: Carignan fra Roussillon eller Nebbiolo fra Nord i Piemonte.

**JUL:** Fordi maten ofte er fet, og kjøttet er stekt lenge, egner vin med friskhet og leskende frukt seg godt. Flere typer hvitvin og musserende viner passer – riesling, albariño, champagne, cremant.

**PÅSKE:** Lammekjøtt er fett og rikt på smak, og man trenger rødvin med en viss mengde garvestoffer, fin frukt og litt «tørr» stil. For eksempel vin fra Bordeaux og Toscana. Rødvin fra Sørvest-Frankrike kan være et spennende, nytt alternativ.

**SOMMER:** På menyen står salater, lette kaldretter og sjømat. Dette er mat med ukomplisert smak og det passer med frisk og ukomplisert hvitvin eller musserende vin. Noe sjømat har mer intens smak, som hummer og da er vin med mer dybde et bedre valg, som chablis eller champagne.

# Vin som fortjener fokus

Seks ganger i året presenterer Vinmonopolet et nytt fokusområde. Et fokusområde er et knippe produkter fra et land, et område, en produktgruppe eller en stilretning som Vinmonopolet legger spesielt vekt på i et nyhetsslipp. Produktrådgiver Jon Lindahl holder frem «Hvitt til julemat» som fjorårets mest interessante fokusområde.

Et fokusområde kan også velges fordi det er et hull i Vinmonopolets sortiment eller fordi man ønsker å inspirere til nye kombinasjoner av mat og vin. Hvitt til julemat hadde som mål å fortelle at en del hvite og musserende viner har egenskaper som egner seg godt til pinnekjøtt, lutefisk og ribbe. Ifølge Lindahl ble fokusområdet delvis basert på trendforskning. Folk etterspurte alternativer til øl og akevitt til tradisjonell julemat.

– Sørvest-Frankrike var fokusområde i september. Vindistriktet er ikke særlig kjent for nordmenn. De røde vinene kan minne om gode Bordeauxviner, men med forsiktig fatbruk. Vinene holder høy kvalitet, og er rimeligere enn Bourdeaux av samme kvalitet. I tillegg er de svært godt egnet til mat. Vi hadde også Champagne som fokusområde i 2007, og var fornøyd med både salg og avisomtaler. Budskapet til kundene var at champagne kan brukes til mer enn fest. Smakskonsentrasjonen og friskheten i champagne kommer til sin rett med mat, og champagne kan brukes til færikål så vel som til sjømat.

Bak hvert fokusområde ligger halvannet år med forberedelser før vinene lanseres. Først er det trendundersøkelser og studiereiser. Vinmonopolet henvender seg så til importørene og beskriver hva slags produkter som er ønsket til fokuset. Importørene kommer med tilbud, og utvelgingen skjer etter blindtester og nøye kvalitetskontroll.



«Hvitt til julemat hadde som mål å fortelle at en del hvitvin og musserende har egenskaper som egner seg godt til pinnekjøtt, lutefisk og ribbe.»

JON LINDAHL



## Kurs er kult!



**BJØRN OLSEN,**  
butikkansatt på Liertoppen

– Før jeg begynte i Vinmonopolet jobbet jeg ti år som kokk. Mat og vin har alltid interessert meg, det er liksom en naturlig kombinasjon. Vinmonopolets kurs holder faglig høy kvalitet og er svært inspirerende. Jeg er nå ferdig med trinn 5 av 9, og håper å ta flere. Det kan ta litt tid. Ved butikken jeg jobber er det mange som har mye kompetanse, og det er venteliste for å ta kurs på høyere nivå. Å gi råd til kunder om mat og vin er noe av det beste ved jobben min. Av og til kommer det kunder tilbake og forteller at maten ble god og vinene passet bra til. Det syns jeg er fine øyeblikk.



**RUNAR NIKOLAYSEN,**  
butikkansatt ved CC-Vest, Oslo  
hospitant/vikar varefaglig rådgiver

– Jeg er så heldig at jeg har fått gå helt til topps på kompetansestigen. Holder på med trinn 9 nå, WSET Diploma. Jeg har lært enormt mye, og min interesse for vin har økt i takt med kunnskapsnivået. Det fine er at jeg hele tiden føler jeg får brukt det jeg har lært. Jeg liker å holde kurs og tenne gløden i andre ansatte. Ved siden av den varefaglige kunnskapen er etikk også viktig. At vi driver etisk forsvarlig er fundamentet for vår eksistens som bedrift.



**LINA BERGMANN NILSSON,**  
butikkansatt i Oslo

– Jeg er nettopp ferdig med trinn 2 i kursrekken og ser frem til fortsettelsen. Kursene er spennende, jeg ser på dem som en slags utdanning. Jeg vil gjerne gå så mange kurs som mulig. Å lære om vin og mat gir meg trygghet i jobben. Det blir enklere å gi kundene råd. Jeg var ikke spesielt interessert i vin og mat før jeg fikk jobb i Vinmonopolet. Nå er vin og mat blitt både jobb og hobby for meg. Det føles som en ny verden har åpnet seg.

«Å gi råd til kunder om mat og vin syns jeg er det beste ved jobben min.»

**BJØRN OLSEN**

## Vinmonopolet satser på kunnskap

Vinmonopolet ruster opp sine ansatte med kurs og utdanning og tar sikte på å være Norges ledende faghandelskjede.



– Kurssystemet vårt koster selvsagt en del, men vi har ikke råd til å la være. Jeg vil si det sann at vi ødelegger vår egen bedrift om vi ikke satser på utdanning, sier Mette Eidsaa i Vinmonopolets utdanningsteam.

Vinmonopolets ni-trinns kompetansestige gjennomgikk en oppgradering i 2008. Blant annet har mat- og vinkombinasjoner fått mer fokus.

– Mat og vin er i tiden. Det er nesten ikke en avis som ikke skriver om mat og vin. Mange kunder vet ganske mye, og da må vi vite enda mer, sier Eidsaa.

Trinn 1–5 i kompetansestigen er obligatorisk for alle ansatte. Det forventes at man fullfører i løpet av to år. Eidsaa ser også den sosiale biten som betydningsfull.

– På kursene våre møtes folk fra ulike distrikter og utveksler erfaringer. Å dele kunnskap er filosofien bak kursvirksomheten.

Trinn 6–7 er mer selvstendig i formen og inneholder også en reise til et vindistrikt. Målsettingen er at alle Vinmonopolets butikker skal ha en ansatt som har gått kompetansestigen til og med trinn 7.

Eidsaa tror kursene gjør de ansatte tryggere i jobben. Hun tror også det gir økt yrkesstolthet.

– Også i fritiden får man spørsmål fra folk, og da tar det seg ikke ut at ansatte i Vinmonopolet avfeier spørsmål med: «Nei, vin det er jeg blank på».

Åtte ansatte har til nå fullført trinn 9, Diploma. Dette er et toårig løp som ender med en internasjonal vineksamen.

– Hvilke egenskaper tror du fremtidens ansatt må ha?

– Engasjert, vitebegjærlig, like kunde-kontakt og like å by på sin kunnskap.

«Dagens nordmenn reiser mer, liker å prøve ny mat og er nysgjerrig på alt som er nytt.»

ANN KRISTIN BAKKENG



## Jakten på det ekte

Også vin er berørt av trender. Da «Rødvinn med adresse» var Vinmonopolets fokusområde i januar 2008, tok dette pulsen på en viktig trend: Søken etter det autentiske.

–Interessen for det ekte og autentiske øker overalt i samfunnet, og produktene opprinnelse blir stadig viktigere, sier Rådgiver sortimentsutvikling Ann Kristin Bakkeng. –Kunder ønsker i økende grad vin som tydelig reflekterer stedet hvor druene er dyrket.

I september 2009 er «Europa utenfor allfarvei» fokusområde, som også spiller på søken etter det autentiske. Vinene kommer fra områder som har laget kvalitetsvin i lang tid, men som for nordmenn flest er ukjente. For eksempel Hellas og Slovenia.

–Dagens nordmenn reiser mer, liker å prøve ny mat og er nysgjerrig på alt som er nytt. Og det er en trend som Vinmonopolets vareutvalg må gjenspeile, sier Bakkeng. 2008 var i stor grad preget av den økologiske trenden, og Bakkeng mener trenden vil forsterkes i årene som kommer.

–I 2008 innførte vi en policy for økologiske produkter, slik at hele organisasjonen skal ha et bevisst forhold til dette sortimentet. Satsingen har gitt kundene langt flere økologiske produkter å velge blant.

Vinmonopolet har 98 økologiske rødviner, 81 hvitviner, 9 musserende viner og 8 øl. Flere lanseringer er planlagt. Ennå utgjør økologisk vin bare en knapp prosent av det totale salget, men Bakkeng forventer at markedsandelen øker.

–Kvaliteten på økologisk vin har økt, og det er noe av bakgrunnen for vårt fokus. En annen endring er at folk er villig til å betale mer for økologisk vin.



# – Spørsmål om mat og vin gjør meg glad

Gjert-Rasmus Fjørtoft, nestleder ved Vinmonopolets butikk på Røa i Oslo, sier at arbeidsdagen får et fint løft når kunder spør om hjelp til å matche vin og mat.



–Vin og mat er gøy! Store middager kan være utfordrende å sette vin til, men det går lettere om kunden har med menyen og man får et inntrykk av helheten.

Interessen for mat og vin ble født for ti år siden da han begynte som ekstrahjelp ved Vinmonopolet på Hamar. Han ble med på en Bordeaux-prøving, og da var det gjort. Nå er han i ferd med å avslutte trinn 7, selvstudiet, på kompetansesstigen. Bare studiereisen gjenstår, og den går til Burgund og Champagne.

–Noe av det flotte med å jobbe i Vinmonopolet, er at man lærer veldig mye. At bedriften satser så sterkt på utdanning, gjør at vi ansatte føler oss verdsatt. I butikken hvor jeg jobber er det ansatte med forskjellig spesialkompetanse. Når kunder trenger råd, prøver vi å dra inn den som kan mest. Jeg tror kundene liker det, de føler de blir tatt på alvor. For oss er det en fin måte å dele kunnskap og lære av hverandre på.

Fjørtoft sier man må være litt psykolog for å finne ut hva kunden liker.

–Vi stiller alltid masse spørsmål for å kartlegge smaken. Det hjelper lite å være varefaglig sterk om rådene ikke matcher kundens smak. Noen kunder blir vi godt kjent med, og da er det lettere å gi anbefalinger og kanskje utfordre dem litt til å prøve noe nytt.

Vin har blitt både jobb og hobby for Fjørtoft. Feriene går gjerne til steder med vinproduksjon. Sist var han i Nord-Italia.

## Derfor liker vi Vinmonopolet



INGVARDA ANDREASSEN, 78, OSLO

Jeg fortrekker selvbetjeningsbutikker. Jeg er litt sjenert av meg og spør ikke om hjelp. Jeg liker best å gå rundt og se på varene og ta meg god tid. Når jeg kjøper vin, er jeg opptatt av pris og land. Franske viner syns jeg er for dyre. Stort sett kjøper jeg vin fra Chile, Sør-Afrika og Australia. Når det kommer venninner på besøk, pleier jeg å servere vin. Det er enklere enn å lage kaffe og bake kaker. Og alle liker et glass god vin.



HANS ERIK LIE, 58, OSLO

Ofta har jeg med meg en handleliste og vet hva jeg skal ha. Men jeg liker også å få vin-anbefalinger i butikken. Jeg pleier alltid å be om hjelp. Som regel kjøper jeg med meg et par flasker jeg får anbefalt. På den måten får jeg smake viner jeg ikke ville ha funnet frem til på egen hånd. Jeg syns det er spennende. Når jeg skal lage noe spesiell mat og trenger å finne vin til, spør jeg også om råd.



BJØRN HØGÅSEN, 52, OSLO

I dag er jeg på jakt etter en enkel rødvin til tapas. Stort sett finner jeg selv frem til det jeg trenger. Men om jeg skal ha vin til bestemte matretter, for eksempel lam, så spør jeg om råd. Jeg har aldri vært misfornøyd med rådene jeg har fått. Jeg har inntrykk av at de ansatte vet en god del om vin. Vinmonopolet er på mange måter en god ordning. Varene holder kvalitet, og man slipper å komme hjem med veldig dårlig vin.



TILDE THERESE LAURENZ BORNØ, 30, OSLO

Når jeg er på Vinmonopolet, spør jeg nesten alltid om råd. I dag skal jeg kjøpe champagne til en venn som nettopp har giftet seg. Når jeg kjøper vin i gave, og det gjør jeg ofte, tar jeg som regel utgangspunkt i land og pris-klasse. Og så hjelper de ansatte meg videre. Stort sett handler jeg i butikken på Sandaker Senter. I dag var jeg så vidt kommet innenfor døren før en ansatt kom og spurte om jeg trengte hjelp. Det liker jeg!

«I dag var jeg så vidt kommet innenfor døren før en ansatt kom og spurte om jeg trengte hjelp. Det liker jeg!»

TILDE THERESE LAURENZ BORNØ, 30

# Slik nås folket

De butikkansatte er den viktigste informasjonskanalen for nyheter om vin.

For tre-fire år siden ble avisene rangert som den viktigste kanalen for nyheter om vin. Men en undersøkelse gjort av Synovate MMI i 2008 viser at det har endret seg.

–Nå er det igjen de butikkansatte som står for den største jobben med å formidle informasjon om vin, sier markedskoordinator Hege Bergskaug Øvsthus.

Hege beskriver de butikkansatte som vandrende rådgivere, og hun er imponert over kunnskapsnivået.

–Direkte kontakt med butikkansatte er effektiv kommunikasjon på flere måter, blant annet fordi kundene kan følge opp med flere spørsmål.

Trenger de hjelp med å finne en god vin til en ostekveld, eller en flerretters selskapsmeny, så vil de alltid få gode tips.



«Det er de butikkansatte som står for den største jobben med å formidle informasjon om vin.»

HEGE BERGSKAUG ØVSTHUS

# De øvrige kanalene



## VINBLADET:

Opplag på 70 000, hvorav 21 000 er faste abonnenter. Varierte artikler fra vinens verden. Ifølge leserundersøkelsen er 90 prosent av leserne fornøyde. Mange leser bladet fra perm til perm.

## VINMONOPOLET.NO:

I 2008 hadde Vinmonopolets nettsider over 2,5 mill besøk. Det var en økning på 40 prosent fra året før. Kundene får inspirasjon og svar på spørsmål og kan sjekke butikkenes vareutvalg. Kan også handle og få informasjon om kampanjer.

## SMÅ TEMAHEFTER:

Trykkes i opplag på 70 000, inkludert nynorskutgaven. Tilgjengelig i butikkene. Er ment å gi påfyll og inspirasjon: vin til vilt, vin til sjømat, oppbevaring av vin, lufting av vin etc.

## PRISLISTEN:

Fungerer som oppslagsverk.

## KUNDESENTERET:

I 2008 mottok kundesenteret 53 000 telefonhenvendelser og 18 000 e-poster. Særlig stor pågang før høytidene. Kundebehandlerne har samme kunnskap som de butikkansatte. I tillegg håndterer de spesialimport.

## MATKORT:

Matkortene ble laget til fokusområdet «Hvitt til julemat» og inneholdt vinanbefalinger til de tradisjonelle julerettene. Kundene kunne ta med seg kortene.



# – Mat og vin beriker livet mitt

Ole Martin Alfsen – kokk, matskribent, vinkelner og faglig leder ved Kulinærisk Akademi – var som kokkelærling lite interessert i vin. Inntil kjøkkensjefen en dag ba ham smake på villand med en rød burgunder til.

–Villanden var perfekt rosastekt. Sausen var laget av kraften, tilsmakt med villbrin gebær. Vinen gjorde at smakene smeltet sammen. Opplevelsen var en oppvåkning for meg. Plutselig forstod jeg at god mat fortjener god drikke til.

Noen år senere jobbet Alfsen som kjøkkensjef på restauranten To rom og kjøkken, og sjefen der ville at de ansatte skulle smake alle rettene på menyen med ulike viner til for å kjenne hva vinene gjorde med smak og konsistens. Etterpå gikk Alfsen inn for å lære mest mulig om vin.

Om man er novise i mat- og vinverdenen, er anbefalingen hans å begynne med klassiske kombinasjoner, for eksempel entrecôte med en ung, strukturert, Bordeaux-liknende rødvin.

–Den kombinasjonen slår sjelden feil. Jeg syns ikke man skal kimse av trygge mat- og vinkombinasjoner.

Både som kokk og konsument er Alfsen tilhenger av Vinmonopolet. Han sier at ordningen er med og sikrer kvalitet og mangfold. For at ordningen skal overleve, må Vinmonopolet vise at ingen andre kan gjøre jobben bedre. Det syns han Vinmonopolet er på god vei til å klare, blant annet ved å satse på utdanning.

Nordmenns utgangspunkt for å bli glad i mat og vin, beskriver han som gunstig.

–At vi ikke har vår egen vinproduksjon, gjør oss åpnere for å prøve ny vin. Vi er nysgjerrige og vitebegjærlige, også når det gjelder ny mat.

–Hvordan ville livet ditt ha vært uten god mat og vin?

–Mye fattigere liv. Å nyte et godt måltid sammen med familie og venner, gir meg enormt mye!

«Å nyte et godt måltid sammen med familie og venner, gir meg enormt mye!»

OLE MARTIN ALFSEN



# Vin til fisk

*Som en regel kan vi si at kokt fisk oftest er best med ueiket, tørr hvitvin. Stekt fisk derimot passer godt sammen med rødvin med lite tannin og uten eikepreg.*

*Kokt, hvit fisk som serveres med en kremet saus, kan gå godt sammen med en hvitvin med noe sødme, slik mange tyske viner har. Er den stekt, passer en lett rødvin, for eksempel en valpolicella. En kraftig chardonnay kan også være velegnet.*

*Til kokt, rød fisk bør vinen være tørr og smaksrik, og de samme vinene kan benyttes når fisken er stekt. Noen eksempler er Alsace riesling og spansk eller italiensk rosévin.*

*Bacalao er en populær rett med mange variasjoner. Den vanligste er preget av tomat, og egner seg godt med en smaksrik hvitvin som spansk chardonnay eller en saftig portugisisk rødvin.*

*Kokt torsk og rødvin har blitt en vanlig kombinasjon, og også her gjelder regelen om at vinen bør være ueiket og ha lite tannin. Valpolicella og beaujolais er gode torskeviner. Man kan også bruke en saftig vin fra Bordeaux, uten for mye tannin.*

*Lette rødviner som serveres til fisk, bør generelt være noe avkjølt – gjerne 14-16 grader.*



En chardonnay fra Burgund kan være et spennende valg til stekt, hvit fisk.

## «Vi skal gjøre oss fortjent til folks støtte»

Vinmonopolet reviderte sin strategi og visjon i 2008. Visjonens bærende element er at Vinmonopolet skal fortjene folkets støtte. Å velge en slik visjon setter store krav til hver og en – hver dag og i alt vi gjør. Den signaliserer også at vinmonopolordningen ikke kan tas for gitt, men at det hele tiden må jobbes målrettet slik at Vinmonopolet har tillit i befolkningen.

Vinmonopolet gjør det stadig sterkere i kunde- og opinionsundersøkelser. I Norsk kundebarometer som gjennomføres av Handelshøyskolen BI, gikk Vinmonopolet i år opp åtte plasser, til 4. plass. I en årlig kundetilfredshetsmåling som gjennomføres av Synovate MMI, svarte 86 prosent at de nå er svært godt eller ganske godt fornøyd med Vinmonopolet. Dette er de beste resultatene for Vinmonopolet noensinne. Samtidig svarer 58 prosent at alt salg av vin og brennevin bør skje gjennom Vinmonopolet. Dette er en oppgang på ti prosentpoeng fra 2006. Ikke siden vår første måling i 2002 har det vært større folkelig oppslutning om Vinmonopolet.

De siste ti årene har Vinmonopolet doblet antall butikker fra 120 butikker i 1998 til 239 ved utgangen av året. 90 prosent av de nye butikkene er åpnet i kommuner som ikke hadde Vinmonopol fra før. Tilgjengeligheten i distriktene er betydelig forbedret. Våre undersøkelser viser at nesten 90 prosent av Norges befolkning er fornøyd med tilgangen til et Vinmonopol der de bor.

Etter tolv år i Dronning Maudsgate flyttet Vinmonopolets kjedekontor inn i nye lokaler i Akersgata 51

«Vinmonopolet gjør det stadig sterkere i kunde- og opinionsundersøkelser. I Norsk kundebarometer gikk Vinmonopolet i år opp åtte plasser, til 4. plass.»

høsten 2008. Alle ansatte sitter nå i åpne smågrupper. Dette legger til rette for bedre samhandling internt da lokalene er mer egnet til en inkluderende arbeidsform.

### Informasjon og samfunnsansvar

En av Vinmonopolets høyest prioriterte oppgaver er den sosiale kontrollen som kontinuerlig utføres i butikkene. Målet er at ingen under 18 år skal få kjøpt alkohol i Vinmonopolets butikker og at ungdom i legitimasjonspliktig alder uoppfordret viser aldersbevis. I 2008 ble over 1,2 millioner kunder spurt om aldersbevis, mot rundt 900 000 i 2007. Butikkene kontrolleres løpende gjennom alderskontrollører og servicetestere. Vinmonopolet gjennomførte også egne alderskontrollkampanjer i 2008. Andelen av kundene som uoppfordret viste legitimasjon var klart størst i de månedene kampanjen varte, med en økning på 17 prosent i juni og 30 prosent i desember målt mot årsgjennomsnittet. I 2008 var det over 700 tusen ungdom som uoppfordret viste legitimasjon i Vinmonopolets butikker. I tillegg til å sette alkoholpolitiske problemstillinger på dagsorden fikk kampanjen stor oppmerksomhet i media og vant priser i blant annet «Sølvtaggen» og «Sølvmikken».

### Drift og tilgjengelighet

Vinmonopolet har som mål å sikre en mest mulig lik tilgjengelighet til butikkene over hele landet innenfor de alkoholpolitiske og bedriftsøkonomiske rammebetingelsene som er lagt for selskapets virksomhet. Etablering av nye butikker baseres på analyser av befolkningsgrunnlag, handelsmønster og avstand til nærmeste vinmonopolbutikk.

I 2008 ble det etablert 17 nye selvbetjente butikker. Åtte av disse er i den tidsavgrensede prøveordningen for filialdrift. I tillegg ble 11 butikker renovert. Ved utgangen av året var 236 av Vinmonopolets 239 butikker selvbetjente. Vinmonopolet har fem butikkategorier: Fullsortiment med rundt 1 600 produkter, hovedsortiment med rundt 850 produkter og grunnsortiment med 450 produkter. Distriktsbutikkene har rundt 250 produkter og filialene ca 190 produkter.

## FRUKTIGHET

Fruktighet er et preg av frukter og bær i aromaen – friske og tørkede, både i nese og munn. Fruktighet avhenger av druetype og beskyttelse mot oksidasjon under produksjonen. Sunn fruktighet er en sentral kvalitet i vin.



### Prøveordning for filialdrift

For å bedre tilgjengeligheten og styrke oppslutningen om vinmonopolordningen er det ønskelig at vi har størst mulig butikkdekning i distriktene. Vinmonopolet fikk i 2007 tilslutning til å gå i gang med et tidsavgrenset prøveprosjekt med ni mindre butikker i kommuner som er for små for ordinære butikker. Alle disse er nå etablert. Prøveordningen evalueres høsten 2009 før man tar stilling til omfang og planer for eventuelt videreføring og drift. Filialene driftes i hovedsak av personalet i et nærliggende Vinmonopol og salget varierer mellom 10 og 50 000 liter i året.

### Netthandel og kundesenter

E-handel består av to salgskanaler: Nettbutikk gjennom [www.vinmonopolet.no](http://www.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 likeverdig tilbud innenfor rammen av begrenset tilgjengelighet.

Salget gjennom nettbutikk og kundesenter var 533 000 liter i 2008 som tilsvarer 0,8 prosent av Vinmonopolets omsetning. Nettbutikk og kundesenter opplevde en nedgang på 4 prosent fra året før. Dette skyldes i hovedsak årets to siste måneder med nedgang i bestilling fra bedrifter.

Besøk på [www.vinmonopolet.no](http://www.vinmonopolet.no) har økt til 2,5 mill. besøkende i 2008, mot 1,8 mill. i 2007. Kundesenteret mottar i snitt 1 500 e-post i måneden og ca 4 000 telefonhenvendelser.

### Salget

Vinmonopolets salg økte med 3,9 prosent i 2008 til 73,8 mill. liter. Svakvin, som står for 80 prosent av Vinmonopolets salg, økte med 4,6 prosent til 59,3

mill. liter i 2008 – tidenes største vinsalg i Norge. Salget av vin på kartong («pappvin» eller bag-in-box) fortsatte å øke, og utgjorde i 2008 53,5 prosent av svakvinnssalget, mot 52,1 prosent i 2007.

Salget av brennevin økte med 1,1 prosent fra 12,7 mill. til 12,8 mill. liter, mens sterkvin hadde en nedgang på 6,6 prosent, til 895 000 liter.

Salget av sterkøl økte med 5,6 prosent til 755 000 liter. Salget av alkoholfrie drikker økte med 4,5 prosent og endte på 102 000 liter i 2008.

### Grossister

Ved utgangen av 2008 hadde Vinmonopolet grossistavtale med 216 bevillingshavere – 25 flere enn året før. De 10 største grossistene representerer en markedsandel på 53 prosent. Grossistene benytter distribusjonsfirmaer/transportører for levering til butikkene. Ved utgangen av 2008 var det registrert avtale med 143 distributører. De tre største distributørene står for 99,1 prosent av levert volum til butikkene.

### Produktkontroll

Det er gjennomført rutinemessig kjemisk og sensorisk kontroll innen alle varetyper i 2008. Kontrollen er hyppigst for produkter som er innkjøpt av Vinmonopolet til basisutvalget. Ca 1 400 produkter har gjennomgått kjemisk stikkprøvekontroll. Det er ikke funnet alvorlige feil eller mangler ved produktene. Sensorisk mottakskontroll av nye produkter innkjøpt til basisutvalget førte til at ni produkter ble stoppet før lansering. Av disse ble seks kjøp hevet og tre produkter lansert senere.

### Risikostyring og internkontroll

Styret har hatt et tydelig og planmessig fokus på risikostyring og internkontroll gjennom året. Risikoer som kan medvirke til at selskapets mål ikke nås er identifisert, og oppfølgingstiltak tilpasset risiko og vesentlighet er iverksatt. Arbeidet har vært basert på føringene i det årlige oppdragsbrevet og på selskapets policy for risikostyring.

Risikostyring er etablert som en integrert del av Vinmonopolets strategi- og virksomhetsplaner. Dette



## SUNN FRUKTIGHET

Sunn fruktighet er feilfri, naturlig fruktighet. Den skal ikke være for esterpreget, ikke oksidert og ikke ha et kokt preg. Dette oppnås gjennom forsiktig behandling av druene og naturlig fermentering. Dette er vanligvis det viktigste kriteriet i kvalitetsvurdering av vin.

gir forbedret kontroll på forhold som er viktige for selskapets omdømme, utvikling og drift.

Styrets vurdering er at Vinmonopolets risikoeksponering er redusert i forhold til 2007. Dette bidrar til bedre måloppnåelse og en mer målrettet tilpassing av ressursinnsatsen. Kriterier for måling av utviklingen av den enkelte høyrisiko er under etablering, og oppfølgende tiltaksplaner blir planmessig gjennomført.

Arbeidet med å utvikle en policy og et rammeverk for internkontroll som et supplement til risikostyring er under planlegging. Disse skal sikre at både strategiske, finansielle og operasjonelle forhold samt overholdelse av lover og regler blir hensyntatt og vurdert som en integrert del av risikostyringen.

Internrevisjonen etterprøver selskapets arbeid med risikostyring og internkontroll og verifiserer linjeorganisasjonens oppfølging og gjennomføring av besluttede tiltak.

### Det ytre miljø

Fokus på ytre miljø er en sentral del av Vinmonopolets samfunnsansvar. Vinmonopolet har i 2008 gjennomført et prosjekt som har hatt fokus på kartlegging av fremtidig miljøstrategi.

Miljøstrategien skal øke bevisstheten og synliggjøre miljøengasjementet i Vinmonopolet. Målet er et systematisk arbeid for å redusere egne miljøbelastninger. I kraft av Vinmonopolets ambisjon om å være en tydelig samfunnsaktør, skal et tydelig miljøfokus integreres i alle deler av virksomheten og spesifiseres i fremtidige planer og beslutninger.

Vinmonopolet arbeider med Grønn Stat, og miljøledelse er en integrert del av de interne styringssystemer. Vinmonopolets butikker kildesorterer papir, papp, mykplast, glass og trevirke. Ved nyetableringer og ombygginger av butikker fokuseres det på energibesparende tiltak og gjenbruk av materialer. I Vinmonopolets anbudsforespørsler bes bedriftene synliggjøre sin miljøpolitikk. Alle trykksaker som

utgis er miljømerket, og bæreposene er laget av et råmateriale som kan gjenvinnes. Ansvar for ytre miljø ivaretas av en egen seksjon i avdelingen Innkjøp og vareforsyning.

Ny miljøstrategi blir det overordnede styringsverktøyet og fokuserer på fem hovedområder hvor underliggende handlingsplaner skal være hjelpemiddelet frem mot måloppnåelse. De fem hovedområdene er oppdatert miljøstyringssystem med tilknyttet miljøsertifisering, energi, avfall og utslipp, Vinmonopolets produkter og emballasje, samt innkjøp generelt.

### Organisasjon og ansatte

Ved utgangen av året var 1 808 ansatt i Vinmonopolet, som utgjør 1 215 årsverk. Fordelingen mellom heltids- og deltidsansatte var 673/1135. Dette er en forskyvning 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 vært gjennom lederutviklingsprogrammet Verdibasert ledelse i 2008. I 2009 startet et nytt program for prestasjonsledelse og praktisering av bedriftens lederprinsipper.

Vinmonopolet er en IA bedrift, og det jobbes aktivt med å redusere sykefraværet, beholde ansatte med redusert funksjonsevne samt tilrettelegge for økt pensjonsalder. Sykefraværet var 7,8 prosent i 2008, det samme som i 2007. Til tross for en nedgang fra 8,7 prosent i 2006 mener styret at sykefraværet bør ytterligere reduseres.

Det jobbes aktivt med forebyggende tiltak mot rus og avhengighet i hele bedriften. Arbeidet med AKAN har vært et sentralt tema på butikksjefsmøtene og i HMS-kursene for verneombudene. Vinmonopolet har videre deltatt i prosjektet «Alkoholvaner og rus i arbeidslivet» som er et samarbeidsprosjekt mellom AKAN og Stiftelsen Bergensklubbene.

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 2008 viser at hele 91 prosent svarer at de er godt tilfreds med jobben sin i Vinmonopolet. På en skala fra 1 til 7 er scoren på medarbeidertrivsel 6,3.

I 2008 ble det rapportert 25 skader eller ulykker av mindre omfang i forbindelse med virksomheten. Vinmonopolet legger vekt på forebyggende HMS-arbeid og følger dette opp gjennom leders og verneombuds risikovurdering og handlingsplan. Tiltak og planer er lett tilgjengelige på Vinmonopolets intranett og i håndbøker. Vinmonopolet tilbyr og benytter Hjelpt24 ved behov.

### 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. Det er fokus på at deltidsarbeid, permisjon eller annet lovlig fravær ikke skal være til hinder for ansettelse eller avansment.

Andelen kvinnelige ledere ved utgangen av året var 47 prosent og varierer mellom de ulike ledernivåene. Ledergruppen har 29 prosent kvinneandel, mens av mellomledere i administrasjonen er 33 prosent kvinner. Andelen kvinnelige ledere i Vinmonopolets butikker er 51 prosent. Fordelingen på heltidsstillinger i butikkene er 53 prosent kvinner, mens deltidsstillinger i butikk har en kvinneandel på 82 prosent.

Det var i 2008 mer rekruttering av kvinner enn menn i de forskjellige stillingsgruppene. Ledere på alle nivåer i organisasjonen skal i det daglige jobbe for å motivere til likestilling innen sitt ansvarsområde, samt fremme likestilling ved tilretteleggelse av rutiner og øvrige arbeidsforhold. Mennesker med ulik kulturell bakgrunn oppfordres til å søke stillinger i Vinmonopolet.

«Medarbeidertrivselsundersøkelsen i 2008 viser at hele 91 prosent svarer at de er godt tilfreds med jobben sin i Vinmonopolet. På en skala fra 1 til 7 er scoren på medarbeidertrivsel 6,3.»

Ansatte i Vinmonopolet lønnes i forhold til stilling og kompetanse. Selskapet praktiserer likelønnsprinsippet. Alle stillinger i butikkene lønnes etter regulativ som er kjønnsuavhengig i forhold til kroner/tidsenhet.

### Regnskap

Vinmonopolets omsetning (eks. mva.) var 10 305,4 mill. kroner, hvorav 5 694,6 mill. kroner var alkoholavgifter. Dette er en omsetningsøkning på 562,7 mill. kroner fra 2007. Etter fradrag av varekostnader og øvrige driftskostnader, var driftsresultatet 107,5 mill. kroner. Driftsresultatet ble 15,3 mill. kroner lavere enn i 2007. Det er hovedsakelig økte lønns- og driftskostnader som står for resultatnedgangen. Resultatet før vinmonopolavgift ble 175,2 mill. kroner, som er 8,0 mill. kroner bedre enn i 2007.

Vinmonopolavgiften som beregnes istedenfor ordinær skatt, er for 2008 beregnet til 35,2 mill. kroner. Stortinget har fastsatt at 50 prosent av overskuddet etter vinmonopolavgift skal tilfalle staten. Dette utgjør 70,0 mill. kroner. Årets resultat etter vinmonopolavgift og statens overskuddsandel utgjør 70,0 mill. kroner, og foreslås overført til annen egenkapital. Kontantstrømmene var 223,5 mill. kroner fra operasjonelle aktiviteter, og 54,4 mill. kroner ble benyttet til investeringsaktiviteter. Samlet beholdning av kontanter og kontantekvivalenter per 31.12.2008 var 1 761,1 mill. kroner i forhold til 1 592,0 mill. kroner ved forrige årsskifte. Den gode likviditeten ved årsskiftet må sees i sammenheng med høy omsetning mot slutten av året.



Pensjonskostnaden er redusert med 10,5 mill. kroner hovedsakelig som følge av forventninger om økt avkastning på midlene og redusert fremtidig lønnsvekst. Årets estimatavvik på 60,5 mill. kroner er regnskapsført direkte mot egenkapitalen, og består hovedsakelig av økt diskonteringsrente og bestandsoppdateringer. AS Vinmonopolet har implementert en ledepensjonsordning som finansieres over driften.

Totalkapitalen i selskapet utgjorde 2708,2 mill. kroner per 31.12.2008. Bokført egenkapital var 417,1 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 15,4. Til sammenligning var egenkapitalen per 31.12.2007 på 407,6 mill. kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 16,7. Selskapets frie egenkapital utgjør 31.12. 272,3 mill. kroner. 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.

#### Framtidsutsikter

For to år siden svarte 48 prosent i en kundetilfredshetsmåling at alt salg av vin og brennevin bør skje gjennom Vinmonopolet. Et flertall av befolkningen ønsket vin i butikk. I en identisk måling for 2008 svinger pendelen andre vei. 58 prosent av kundene svarer nå at alt salg av vin og brennevin bør skje gjennom Vinmonopolet. I BI's kundebarometer kom Vinmonopolet på en fjerdeplass, og ble således rangert høyest av alle landets faghandelskjeder. Disse og andre målinger viser at Vinmonopolet har de sterkeste resultater på kunde- og opinionismålinger noensinne.

Det ligger en stor utfordring i å skulle prestere på et så jevnt, høyt nivå. Vinmonopolet er ydmyke i forhold til denne utfordringen, men arbeider målbevisst for forbedring.

Målet er å beholde plassen som Norges ledende faghandel, samtidig som Vinmonopolet skal være samfunnets viktigste virkemiddel for å sikre ansvarlig salg av alkohol. I dette ligger en krevende, men utfordrende balansegang.

Som viktige elementer i denne videreutviklingen vil Vinmonopolet framover satse aktivt på produktutvikling og ytterligere service- og kompetanseheving.

Sortimenter og butikkstruktur skal bli mer markedsrettet og økonomisk optimal, samtidig som lokale variasjoner av etterspørselen skal ivaretas.

Fra 2009 tar Vinmonopolet ansvaret for å gjennomføre regionale nyhetssmakinger i samarbeid med våre leverandører, for å gi flere ansatte anledning til å prøve nyheter, og ved dette heve den varefaglige kompetansen.

Arbeidet med sosial kontroll intensiveres. I 2009 settes temaet ungdom og alkohol på dagsorden gjennom fire kampanjeperioder knyttet til langing og alderskontroll. Antallet egne tester på alderskontroll i butikk (stille alderskontroll) øker fra 12 til 15 ganger i året.

Det arbeides videre med flere strategiske prosjekter i 2009. Verdikjeden fra produsent til kunde gjennomgås for optimalisering og forenkling. Dette arbeidet skjer i samarbeid med leverandør- og transportledd.

Det skal gjennomføres et større investerings- og utviklingsprosjekt for å etablere ny IKT-arkitektur. Det er forhandlet avtale med leverandør. Implementering av nytt ERP- og kassesystem starter våren 2009 og vil være ferdig gjennomført i alle butikker i 2010.

Styret ønsker å takke alle medarbeidere i butikk og på kjedekontoret som gjennom sitt daglige arbeid og sin faglige dyktighet bidrar til Vinmonopolets gode resultater og til at Vinmonopolet kan gjøre seg fortjent til folks støtte.

## FOKUSERT

Når enkeltelementer i et aromabilde kan sanses tydelig fordi de er klare og rene, kalles det fokusert. Det kreves sunne druer og en dyktig vinmaker for å oppnå dette. Et fokusert aromabilde kan sammenlignes med å se gjennom en riktig fokusert kikkert.



*Siri Hatlen*

Siri B. Hatlen  
Styreleder



*Margrethe Sunde*

Margrethe Sunde  
Nestleder



*Svend Bang Pedersen*

Svend Bang Pedersen



*Helge Storvik*

Helge Storvik



*Elianne Ingebrigtsen*

Elianne Ingebrigtsen



*Odd Holten*

Odd Holten



*Frank Jenssen*

Frank Jenssen



*Ingvild Wold Strømsheim*

Ingvild Wold Strømsheim



*Ola Røtvei*

Ola Røtvei



*Kai G. Henriksen*

Kai G. Henriksen  
Adm. direktør

## Nøkkeltall

	2008	2007	2006	2005	2004
<b>SALG i 1 000 liter</b>					
Svakvin	59 278	56 651	54 878	52 893	50 064
Sterkvin	895	958	1 001	1 047	1 098
Brennevin	12 797	12 657	12 080	11 678	11 389
Øvrige produkter	858	813	790	793	787
<b>SUM</b>	<b>73 828</b>	<b>71 079</b>	<b>68 749</b>	<b>66 411</b>	<b>63 338</b>
<b>INNETEKTER OG RESULTAT millioner kroner</b>					
Brutto salgsinntekter	12 872,2	12 164,3	11 440,0	10 863,0	10 260,0
Driftsinntekter	10 305,4	9 742,7	9 161,2	8 708,4	8 275,4
Driftsresultat	107,5	122,8	90,1	101,3	98,8
Resultat før vinmonopolavgift	175,2	167,2	110,3	116,6	115,5
<b>KAPITAL</b>					
Total kapital i millioner kroner	2 708,2	2 447,8	2 335,3	2 102,9	1 849,6
Egenkapital i millioner kroner	417,1	407,6	287,1	365,8	578,3
Egenkapitalandel i prosent	15,4	16,7	12,3	17,4	31,3
<b>LØNNSOMHET i prosent</b>					
Bruttomargin <sup>1)</sup>	12,0	12,1	12,1	12,2	12,2
Resultatgrad <sup>2)</sup>	1,7	1,7	1,2	1,4	1,4
Totalkapitalrentabilitet <sup>3)</sup>	6,9	7,1	5,0	5,9	6,8
Egenkapitalrentabilitet <sup>4)</sup>	42,5	48,1	33,8	24,7	20,6
<b>LIKVIDITET</b>					
Likviditetsgrad i prosent <sup>5)</sup>	148,2	145,4	134,9	128,9	124,1
Arbeidskapital i millioner kroner <sup>6)</sup>	739,2	639,8	491,3	378,2	294,9
<b>PERSONALE</b>					
Antall fast ansatte per 31.12.	1 808	1 787	1 743	1 701	1 702
Herav: Heltidsansatte	673	675	657	637	642
Deltidsansatte	1 135	1 112	1 086	1 064	1 060
Antall årsverk	1 215	1 135	1 121	1 122	1 121
Antall butikker per 31.12.	239	222	211	199	195

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

$$^4) \text{ Egenkapitalrentabilitet} = \frac{\text{resultat før vinmonopolavgift}}{\text{gjennomsnitt av egenkapital 1.1. og 31.12.}} \times 100$$

$$^2) \text{ Resultatgrad} = \frac{\text{resultat før vinmonopolavgift} + \text{finanskostnader}}{\text{driftsinntekt}} \times 100$$

$$^5) \text{ Likviditetsgrad} = \frac{\text{omløpsmidler}}{\text{kortsiktig gjeld}} \times 100$$

$$^3) \text{ Totalkapitalrentabilitet} = \frac{\text{resultat før vinmonopolavgift} + \text{finanskostnader}}{\text{gjennomsnitt av totalkapitalen 1.1. og 31.12.}} \times 100$$

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

## TRANSPARENT

I et transparent aromabilde er det lett å skille de enkelte elementene fra hverandre, også i dybden. Det kreves sunne druer som er dyrket i et marginalt klima for å oppnå dette. Transparent slekter på fokusert og brukes mest om munnaroma.



## Resultatregnskap

01.01.-31.12. (mill. kroner)	Note	2008	2007
<b>DRIFTSINNETEKTER</b>			
Salgsinntekter	2	10 297,8	9 731,4
Andre inntekter	13	7,6	11,3
<b>SUM DRIFTSINNETEKTER</b>		<b>10 305,4</b>	<b>9 742,7</b>
<b>DRIFTSKOSTNADER</b>			
Vareforbruk	3	9 064,1	8 564,2
Lønn og andre personalkostnader	4, 19	763,8	710,1
Avskrivinger på varige driftsmidler	13	57,1	64,3
Nedskrivinger på varige driftsmidler	13	0,0	1,1
Andre driftskostnader	5	312,9	280,2
<b>SUM DRIFTSKOSTNADER</b>		<b>10 197,9</b>	<b>9 619,9</b>
<b>DRIFTSRESULTAT</b>		<b>107,5</b>	<b>122,8</b>
<b>FINANS</b>			
Finansinntekter	6, 8	71,3	47,2
Finanskostnader	6	3,6	2,7
<b>SUM FINANSRESULTAT</b>		<b>67,7</b>	<b>44,5</b>
<b>RESULTAT FØR VINMONOPOLAVGIFT</b>		<b>175,2</b>	<b>167,2</b>
Vinmonopolavgift	14	35,2	37,0
<b>ÅRETS RESULTAT</b>		<b>140,0</b>	<b>130,2</b>
<b>AVSATT TIL</b>			
Til overskuddsandel og utbytte	15	70,0	52,1
Til annen egenkapital	18	70,0	78,1
<b>SUM</b>		<b>140,0</b>	<b>130,2</b>



## OVERTONER

Overtoner er et billedlig uttrykk brukt om lette, fine duftinntrykk som kommer i tillegg til en «grunntone». Et eksempel kan være «En kirsebæraktig fruktighet med overtoner av mynte og blomster.» Et kjølig og marginalt klima (for druetyperen) må ligge til grunn for å oppnå dette.

## Balanse

Per 31.12. (mill. kroner)	Note	2008	2007
<b>EIENDELER</b>			
Utsatt skattefordel	14	214,7	182,3
Varige driftsmidler	13	216,4	213,3
Langsiktige fordringer	12	4,2	4,2
<b>ANLEGGSMIDLER</b>		<b>435,3</b>	<b>399,7</b>
Varebeholdning	9	480,7	421,0
Kundefordringer	10	12,6	15,8
Andre kortsiktige fordringer	11	18,5	19,2
Finansielle plasseringer	8	327,3	304,4
Kontanter, bankinnskudd	7	1 433,8	1 287,7
<b>OMLØPSMIDLER</b>		<b>2 272,9</b>	<b>2 048,1</b>
<b>SUM EIENDELER</b>		<b>2 708,2</b>	<b>2 447,8</b>
<b>GJELD OG EGENKAPITAL</b>			
<b>GJELD OG EGENKAPITAL</b>			
Innskutt kapital			
Aksjekapital	17	0,1	0,1
Opptjent kapital			
Annen egenkapital	18	417,0	407,5
<b>EGENKAPITAL</b>		<b>417,1</b>	<b>407,6</b>
Pensjonsforpliktelser	19	757,5	631,9
<b>LANGSIKTIG GJELD</b>		<b>757,5</b>	<b>631,9</b>
Leverandørgjeld		1 097,0	992,1
Vinmonopolavgift	14	95,2	87,2
Skyldig offentlige avgifter		91,2	100,4
Overskuddsandel og utbytte	15	70,0	52,1
Annen kortsiktig gjeld	16	180,3	176,4
<b>KORTSIKTIG GJELD</b>		<b>1 533,7</b>	<b>1 408,3</b>
<b>SUM GJELD OG EGENKAPITAL</b>		<b>2 708,2</b>	<b>2 447,8</b>

Siri B. Hatlen  
Styreleder

Margrethe Sunde  
Nestleder

Svend Bang Pedersen

Helge Storvik

Elianne Ingebrigtsen

Odd Holten

Frank Jenssen

Ingvild Wold Strømsheim

Ola Røtvei

Kai G. Henriksen  
Adm. direktør

## Kontantstrømanalyse

(mill. kroner)	2008	2007
<b>LIKVIDER TILFØRT FRA VIRKSOMHETEN</b>		
Tilført fra årets virksomhet *)	179,7	166,2
Endring leverandører	104,9	-66,5
Endring i lager, debitorer	-56,5	-4,0
Endring andre kortsiktige poster	-4,6	75,1
<b>NETTO LIKVIDITETSEDRING FRA VIRKSOMHETEN</b>	<b>223,5</b>	<b>170,8</b>
<b>LIKVIDER BRUKT PÅ INVESTERINGER</b>		
Investeringer i varige driftsmidler	-60,7	-31,3
Salg av varige driftsmidler	6,4	11,8
<b>NETTO LIKVIDITETSEDRING FRA INVESTERINGER</b>	<b>-54,4</b>	<b>-19,5</b>
<b>LIKVIDER FRA FINANSIERING</b>		
Endring andre langsiktige fordringer	0,0	0,0
Netto likviditetsendring fra finansiering	0,0	0,0
Netto endring i likvider gjennom året	169,1	151,3
Likvider 01.01.	1 592,0	1 440,7
<b>LIKVIDER 31.12.</b>	<b>1 761,1</b>	<b>1 592,0</b>
<b>Spesifikasjon likvider 31.12.</b>		
Kontanter	26,7	26,4
Bankinnskudd	1 407,1	1 261,2
Finansielle plasseringer	327,3	304,4
<b>SUM LIKVIDER</b>	<b>1 761,1</b>	<b>1 592,1</b>
Resultat før vinmonopolavgift	175,2	167,2
Gevinst ved salg av driftsmidler	-5,9	-10,0
Ordinære av- og nedskrivninger	57,1	65,4
Betalbar vinmonopolavgift	-36,1	-31,6
Forskjell mellom kostnadsført pensjon og inn-/utbetalinger	41,5	10,3
Overskuddsandel	-52,1	-35,1
<b>*) TILFØRT FRA ÅRETS VIRKSOMHET</b>	<b>179,7</b>	<b>166,2</b>



## KJØLIG FRUKT

Kjølig frukt brukes om aromaer med assosiasjoner til frukt fra kjølig klima, heller enn tropene: Eple, sitron, lime, bringebær; fokusert fruktaroma, ofte med fine overtoner av blomster og balsam. Et positivt og viktig kvalitetskriterie for mange viner.

## Noter til regnskapet (alle tall i millioner kroner der ikke annet fremgår)

### 1.0 Sammendrag av de viktigste regnskapsprinsippene

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

#### 1.1 Driftsinntekter

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

#### 1.2 Klassifisering og vurdering av balanseposter

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter poster som forfaller til betaling innen ett år etter anskaffelsestidspunktet, samt poster som knytter seg til varekretsløpet. Øvrige poster er klassifisert som 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). Premiefastsettelse 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. Estimaterdringer 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 Kontantstrømpstilling

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

### 2 Salgsinntekter

Fordeling hovedvaregrupper	2008	2007
Svakvin	5 920,8	5 516,3
Sterkvinn	138,8	145,4
Brennevin	4 156,5	3 994,4
Øvrige produkter	61,7	55,7
Andre salgsvarer	20,0	19,6
<b>Sum</b>	<b>10 297,8</b>	<b>9 731,4</b>

Alkoholavgifter utgjør 5 694,6 mill. kroner av salgsinntekter og varekostnader (5 392,9 mill. kroner i 2007).

### 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)	2008	2007
Lønn	555 735	503 914
Arbeidsgjveravgift	76 640	64 390
Pensjonskostnader inkl. arb.gjv.avg.	97 677	108 218
Innleid arbeidskraft	22 118	21 959
Andre godtgjørelser	11 616	11 613
<b>SUM</b>	<b>763 786</b>	<b>710 095</b>

Gjennomsnittlig antall ansatte for 2008 er 1 791 (1 738 for 2007).

Lønn og andre ytelser administrerende direktør (eks.mva)

(1 000 kr)	2008	2007
Lønn	1 632	1 461
Pensjonskostnad	663	258
Andre godtgjørelser	138	135
<b>SUM</b>	<b>2 433</b>	<b>1 854</b>

Samlet styrehonorar var i 2008 kroner 1 059 000 herav til styrets leder kroner 200 000 ( i 2007 kroner 1 154 000, herav til styrets leder kroner 200 000).

Samlet honorar til bedriftsforsamlingen var kroner 57 920 (i 2007 kroner 53 750).

Revisjon (eks. mva.)

(1 000 kr)	2008	2007
Lovpålagte revisjonstjenester	485	835
Andre attestasjonstjenester	0	0
Skatterådgivning og avgiftstjenester	0	36
Andre ikke-revisjonstjenester	62	383
<b>SUM</b>	<b>547</b>	<b>1 254</b>

**5 Andre driftskostnader**

Andre driftskostnader inkluderer følgende kostnader:

(1 000 kr)	2008	2007
Andre personalkostnader	28 018	21 350
Frakt og transport	9 294	10 391
Energi	12 437	9 456
Kostnader lokaler	118 244	112 507
Inventar og driftsmaterialer	16 066	17 086
Vedlikehold- og servicekostnader	26 201	24 237
Eksterne tjenester	20 331	18 538
Kontorrekvisita, trykksaker mv.	4 708	4 878
IT, telefon, porto mv.	14 022	12 558
Reisekostnader	12 774	10 094
Informasjons- og emballasjemateriell	30 623	21 678
Forsikringer og bankomkostninger	9 657	8 877
Andre kostnader	10 557	8 499
<b>SUM</b>	<b>312 932</b>	<b>280 152</b>

**6 Finansposter**

Finansposter inneholder følgende inntekter og kostnader:

(1 000 kr)	2008	2007
<b>FINANSINNTEKTER</b>		
Renteinntekter bank	55 279	38 387
Avkastning obligasjoner/sertifikat	15 981	8 794
Andre finansinntekter	9	7
<b>SUM</b>	<b>71 269</b>	<b>47 187</b>

**FINANSKOSTNADER**

Rentekostnader bank	3 517	2 665
Andre finanskostnader	40	65
<b>SUM</b>	<b>3 557</b>	<b>2 730</b>

**7 Kontanter og bankinnskudd**

Per 31.12.2008 var 37,0 mill. kroner av selskapets bankinnskudd avsatt til betaling av skattetrekk for ansatte (20,8 mill. kroner i 2007). Bankbeholdningen er plassert på konsernkontosystem i Sparebanken Midt-Norge.

**DYBDE**

Lukt som gir inntrykk av flere lag av aroma. Dette kan komme av druer med høy konsentrasjon og tydelig jordsmonnspreng, behandlet av en dyktig vinmaker.

**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 2008 en gjennomsnittlig durasjon på 2,5 år, og dersom investeringene ikke realiseres før ved forfall vil dette gi en gjennomsnittlig årlig avkastning på 4,9 prosent. Porteføljens gjennomsnittlige løpetid skal være fra 1 – 5 år. Plasseringene er fordelt som følger:

(1 000 kr)	Kostpris	Markedsv.	Bokført verdi
Statsobligasjoner	7 740	7 570	7 570
Finansobligasjoner og særinnskudd	315 901	319 706	319 706
<b>SUM</b>	<b>323 641</b>	<b>327 276</b>	<b>327 276</b>

Gjennomsnittlig faktisk avkastning for 2008 utgjør 4,8 prosent p.a. De finansielle plasseringene klassifiseres som omløpsmidler og inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg. Selskapet har inntektsført urealisert gevinst på kroner 3 854 752 per 31.12. 2008.

**9 Varebeholdning**

Vinmonopolets varebeholdning fordeles på 239 butikker, samt et eget lager som håndterer utsendelser for fjernhandelskanalen. Verdien av varebeholdningen vises i tabellen under:

(mill. kroner)	2008	2007
Varelager i butikk	477,6	417,5
Varelager i nettbutikk	3,4	3,8
Total varelagerbeholdning	481,0	421,3
Ukurans	0,3	0,3
<b>SUM</b>	<b>480,7</b>	<b>421,0</b>

**10 Kundefordringer**

Kundefordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap på krav med kroner 585 000 ( i 2007 kroner 585 000).

**11 Andre kortsiktige fordringer**

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

(1 000 kr)	2008	2007
Påløpne renteinntekter	94	1 007
Forskuddsbetalte kostnader	15 240	17 003
Andre kortsiktige fordringer	3 147	1 189
<b>SUM</b>	<b>18 481</b>	<b>19 199</b>

Andre kortsiktige fordringer inneholder aksjer i Norsk GlassGjenvinning AS med kroner 227 000, bokført til pålydende. Stemme- og eierandel er 22,7 prosent. 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 2007). Lånene er rentefrie og bundet inntil kontraktsutløp.



## SVAL

Sval er betegnelsen på den kjølnende følelsen som balsamiske stoffer (harpiks) gir. Stoffene svekker varmfølsomheten i vinen slik at den kjennes sval i nese og munn. Den kan balansere sødme, alkoholpreg og «mørke» aromaer.

### 13 Varige driftsmidler

(1 000 kr)	Forretningsbygg	Leide lokaler	Anlegg under utførelse	Transportmidler
Anskaffelseskost 01.01.	92 847	135 375	0	4 749
Tilgang	439	10 173	1 095	0
Nedskrivning	0	0	0	0
Avgang	0	-5 612	0	0
Anskaffelseskost 31.12.	93 286	139 936	1 095	4 749
Akkumulert avskrivning 01.01.	48 099	83 749	0	4 479
Årets avskrivning	1 560	11 319	0	74
Nedskrivning	0	0	0	0
Avgang	0	-5 612	0	0
Akkumulert avskrivning 31.12.	49 659	89 456	0	4 553
<b>Bokført verdi 01.01.2008</b>	<b>44 748</b>	<b>51 626</b>	<b>0</b>	<b>270</b>
<b>Bokført verdi 31.12.2008</b>	<b>43 627</b>	<b>50 480</b>	<b>1 095</b>	<b>196</b>

(1 000 kr)	Inventar	EDB-utstyr/ programvare	Spesialtilpasset programvare
Anskaffelseskost 01.01.	353 501	203 258	46 496
Tilgang	24 980	15 164	8 875
Nedskrivning	0	0	0
Avgang	-14 632	0	0
Anskaffelseskost 31.12.	363 849	218 422	55 371
Akkumulert avskrivning 01.01.	260 859	190 556	42 599
Årets avskrivning	33 397	8 491	2 258
Nedskrivning	0	0	0
Avgang	-14 632	0	0
Akkumulert avskrivning 31.12.	279 624	199 047	44 857
<b>Bokført verdi 01.01.2008</b>	<b>92 643</b>	<b>12 702</b>	<b>3 898</b>
<b>Bokført verdi 31.12.2008</b>	<b>84 225</b>	<b>19 375</b>	<b>10 514</b>

(1 000 kr)	Tomter	Kunst	TOTALT
Anskaffelseskost 01.01.	6 262	1 108	843 596
Tilgang	0	0	60 726
Nedskrivning	0	0	0
Avgang	-450	0	-20 694
Anskaffelseskost 31.12.	5 812	1 108	883 628
Akkumulert avskrivning 01.01.	0	0	630 341
Årets avskrivning	0	0	57 099
Nedskrivning	0	0	0
Avgang	0	0	-20 244
Akkumulert avskrivning 31.12.	0	0	667 196
<b>Bokført verdi 01.01.2008</b>	<b>6 262</b>	<b>1 108</b>	<b>213 257</b>
<b>Bokført verdi 31.12.2008</b>	<b>5 812</b>	<b>1 108</b>	<b>216 432</b>

Gevinst ved salg av driftsmidler utgjør kroner 5,9 mill. kroner, og består av salg av en forretningseiendom. Inntekten er klassifisert under andre inntekter i regnskapet.

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

Inventar	15-20 %
EDB-utstyr	20-33 %
Transportmidler	20 %
Forretningsbygg	1,5-5 %
Leide lokaler	10 %

**14 Vinmonopolavgift**

Årets skatteøkende og skattereduserende forskjeller er knyttet til:

(1 000 kr)	2008	2007
Varige driftsmidler	-11 371	-10 048
Omløpsmidler	-885	-885
Pensjonsforpliktelser	-757 509	-631 905
Andre avsetninger	2 870	-8 163
Sum grunnlag	-766 895	-651 002
Skattesats	28 %	28 %
<b>Utsatt skattefordel</b>	<b>-214 731</b>	<b>-182 280</b>

Årets skattekostnad beregnes som følger:

(1 000 kr)	2008	2007
Årets betalbare vinmonopolavgift	44 084	51 098
Endring utsatt skattefordel *)	-8 906	-14 111
<b>Sum skattekostnad/vinmonopolavg.</b>	<b>35 178</b>	<b>36 987</b>

\*) Utover dette er en nedgang på 23,5 mill. kroner knyttet til estimatavvik på pensjon som er belastet egenkapitalen direkte.

Avstemming av skattekostnaden (årets vinmonopolavgift):

(1 000 kr)	2008	2007
28 % av resultat før skattekostnad	49 288	46 825
28 % av permanente forskjeller	197	284
28 % av vinmonopolavgift foregående år	-14 308	-10 122
<b>Vinmonopolavgift</b>	<b>35 178</b>	<b>36 987</b>

Vinmonopolavgift i balansen utgjør skyldig betalbar avgift fra 2007 og 2008 til sammen 95,2 mill. kroner.

**15 Overskuddsandel**

Det er beregnet 50 % overskuddsandel av resultat etter vinmonopolavgift for 2008.

**16 Annen kortsiktig gjeld**

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

(1 000 kr)	2008	2007
Lån fra ansatte gjennom eget interesekontor	61 071	61 500
Gavekort	27 493	25 136
Andre påløpte kostnader	1 031	1 809
Skyldig lønn og feriepenger	90 682	87 979
<b>SUM</b>	<b>180 277</b>	<b>176 424</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 31.12.2007	50	407 583	407 633
Årsresultat 2008		140 034	140 034
Estimatavvik pensjon		-60 542	-60 542
Overskuddsandel		-70 017	-70 017
Egenkapital 31.12.2008	50	417 058	417 108

**19 Pensjonsforpliktelser**

Vinmonopolet har pensjonsordninger som omfatter i alt 2 362 personer. Ordningene gir rett til definerede fremtidige ytelser. Disse er i hovedsak avhengig av antall opptjeningsår, lønnsnivå ved oppnådd pensjonsalder og størrelsen på ytelsene fra folketrygden. Vinmonopolets pensjonsordninger er organisert gjennom Statens Pensjonskasse. I tillegg til den kollektive pensjonsordningen har ledende ansatte

**ANIMALSK**

Viner som blir utsatt for ukontrollert bakterievekst får aromaer som vi assosierer med dyreriket. For eksempel kjøtt, blod, lær, dyrepels og fjøs. Denne gruppen med aromaer kalles animalsk og kan være en skjemmende kvalitet.



en tilleggspensjon som finansieres over selskapets drift. Selskapets pensjonsordninger tilfredsstiller kravene i lov om obligatorisk tjenestepensjon. Ved beregning av årets netto pensjonskostnad legges foregående års forutsetninger til grunn. Under vises forutsetningene som er lagt til grunn for å beregne netto pensjonsforpliktelser. De akturmessige forutsetninger er basert på vanlige forutsetninger innen forsikring når det gjelder demografiske forhold.

Forutsetninger	2008	2007
Diskonteringsssats	3,80%	4,70%
Lønnsregulering	4,00%	4,25%
Pensjonsregulering	3,75%	4,25%
Avkastning på pensjonsmidler	4,40%	4,25%
G-regulering	3,75%	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)	2008	2007
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	69 363	74 248
Rentekostnad av påløpte pensjonsforpliktelser	57 486	55 692
Risikopremie/administrasjon	1 559	1 185
Avkastning av pensjonsmidlene	-32 524	-28 059
Resultatført estimatendring (inntekt)	-68	0
Netto pensjonskostnad	95 816	103 065
Arbeidsgiveravgift	12 070	14 532
Netto pensjonskostnad før ansattrekk	107 887	117 598
Medlemsandel trukket	10 210	9 379
<b>Total netto pensjonskostnad</b>	<b>97 677</b>	<b>108 218</b>

Pensjonsforpliktelser og pensjonsmidler fremkommer slik:

Per 31.12. (1 000 kr)	2008	2007
Pensjonsforpliktelser brutto - PBO	1 537 961	1 293 472
Verdi av pensjonsmidler	874 061	739 655
Beregnet netto pensjonsforpliktelse	663 899	553 817
Arbeidsgiveravgift	93 610	78 088
<b>Balanseført netto pensjonsforpliktelse</b>	<b>757 509</b>	<b>631 905</b>

**20 Leieforpliktelser**

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

(1 000 kr)	2009	2010	2011	2012	2013
Butikker og kontorer	113 969	96 570	80 785	52 524	27 783

Antallet leieavtaler er 233 i 2008. Av dette er 226 butikklokaler. Gjennomsnittlig leie er kroner 1072 per kvadratmeter. Det er 2 fremleier i 2008.

**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 regnskapet til AS Vinmonopolet. Investeringen er bokført til kroner 100 000, og er presentert under andre kortsiktige fordringer.

Resultat 01.01. - 31.12. (1 000 kr)	2008	2007
Salgsinntekter	21 316	19 716
Vareforbruk	11 931	11 014
Ordinære avskrivninger	19	3
Andre driftskostnader	3 465	3 041
Driftsresultat	5 902	5 658
Finansposter	144	106
Årets resultat	6 045	5 764

Disponering av resultat:  
Til Longyearbyen lokalstyre

Balanse per 31.12. (1 000 kr)	2008	2007
Anleggsmidler	34	53
Omløpsmidler	10 770	10 342
<b>Elendeler</b>	<b>10 804</b>	<b>10 394</b>
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	6 424	6 014
<b>Gjeld og egenkapital</b>	<b>10 804</b>	<b>10 394</b>

Kontrollkomité:

**KONTROLLKOMITEENS INNSTILLING**

Kontrollkomiteen har gjennomgått det avsluttede og reviderte årsoppgjør samt revisjonsberetningen. Styrets forslag til disposisjon av overskuddet kroner 140 000 000, har kontrollkomiteen ingen merknader til. Kontrollkomiteen anbefaler at bedriftsfor- samlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2008.

Oslo, 4. mai 2009

**Ole John Østenstad (leder)**  
**Margaret Eide Hillestad**  
**Ola D. Gløtvold**

Bedriftsfor- samling:

**BEDRIFTSFOR- SAMLINGENS UTTALELSE**

I samsvar med revisjonsberetningen for 2008 og kontrollkomiteens innstilling anbefaler bedriftsfor- samlingen at regnskapet for 2008, slik det fremtrer etter styrets vedtak av 25. mars 2009, blir fastsatt som selskapets regnskap for 2008. Likeledes anbe- faler bedriftsfor- samlingen at årsberetningen god- kjennes.

Oslo, 4. mai 2009

**Gunn Inger Løvseth (leder)**

Til Det Kongelige Helse- og omsorgsdepartement

**Revisjonsberetning for 2008**

Vi har revidert årsregnskapet for AS Vinmonopolet for regnskapsåret 2008, som viser et overskudd på kr 140 000 000. Vi har også revidert opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til anvendelse av overskuddet. Årsregnskapet består av resultatregnskap, balanse, kontantstrømoppstilling og noteopplysninger. Regnskapslovens regler og norsk god regnskapsskikk er anvendt ved utarbeidelsen av regnskapet. Årsregnskapet og årsberetningen er avgitt av selskapets styre og daglig leder. 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 intern kontroll-systemer. 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 2008 og av resultatet og kontantstrømmene i regnskapsåret i overensstemmelse med norsk god regnskapsskikk
- ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av regnskapsopplysninger i samsvar med norsk lov og god bokføringsskikk
- 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, 25. mars 2009

**PricewaterhouseCoopers AS**

  
Leif Arne Jensen  
Statsautorisert revisor

  
Merete Stigen  
Statsautorisert revisor



# Vin til rødt kjøtt

*Lammekjøtt er egentlig verken lyst eller mørkt, men det er både fettholdig og aromatisk, og trenger smaksrike rødviner med tannin og syre. Moden rioja og bordeaux er eksempler på gode viner til lam. Til lammefrikassé smaker derimot fyldige hvitviner som Riesling fra Østerrike og Tyskland som oftest bedre.*

*Storfekjøtt har mye isprengt fett og en grovhet som gjør at kraftige, tanninrike eller friske rødviner virkelig kommer til sin rett. Tilberedning, saus og annet tilbehør vil påvirke vinvalget, men generelt kan vi si at viner med god frukt, fasthet og smakskonsentrasjon passer fint, som rødvin fra Bordeaux, Sørvest-Frankrike eller Toscana.*

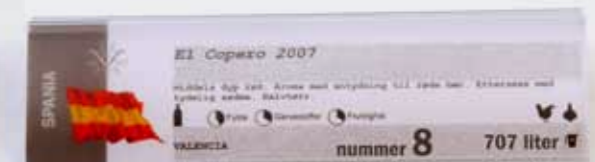
*Serveres storfekjøttet rått, som carpaccio, passer en lett og fruktig vin som gjerne serveres noe avkjølt, for eksempel Barbera d'alba. Grillet kjøtt krever en saftigere vin, som en syrah.*



**Storfekjøtt har mye isprengt fett og en grovhet som gjør at kraftige, tanninrike eller friske rødviner virkelig kommer til sin rett.**

## Rødvin fortsatt på topp

NR	VARENAVN	Bestselgere 2008 (1000 liter)				Andel	
		TYPE	LAND	LITER	SVAKVIN	BRENNEVIN	
1	J.P. Chenet Cabernet Syrah	Rødvin	Frankrike	1 641	2,8 %		
2	Lindemans Shiraz Cabernet	Rødvin	Australia	1 041	1,8 %		
3	Doppio Passo Salento Primitivo	Rødvin	Italia	862	1,5 %		
4	Gato Negro Cabernet Sauvignon 2006/2007	Rødvin	Chile	860	1,5 %		
5	Cantina Rossa 2006	Rødvin	Italia	831	1,4 %		
6	Chapelle du Bois 2005	Rødvin	Frankrike	826	1,4 %		
7	Viña Maipo Cabernet Sauvignon 2007	Rødvin	Chile	811	1,4 %		
8	El Copero 2007	Rødvin	Spania	707	1,2 %		
9	La Boisélière	Rødvin	Frankrike	668	1,1 %		
10	Da Luca Primitivo Merlot 2007	Rødvin	Italia	630	1,1 %		
11	Kalinka	Vodka	Norge	625		4,9 %	
12	Tariquet 2007	Hvitvin	Frankrike	597	1,0 %		
13	Soñador Malbec Cabernet Sauvignon Merlot 2007/2008	Rødvin	Argentina	570	1,0 %		
14	Dworek Vodka	Vodka	Polen	565		4,4 %	
15	Dr. L Riesling 2007	Hvitvin	Tyskland	551	0,9 %		
16	Marqués de Chivé Tempranillo Crianza	Rødvin	Spania	519	0,9 %		
17	Mezzomondo Negroamaro	Rødvin	Italia	501	0,8 %		
18	Baileys Original Irish Cream	Likør under 22 %	Irland	488		3,8 %	
19	Chapel Hill Rhine Riesling & Sauvignon Blanc 2007	Hvitvin	Ungarn	487	0,8 %		
20	Lindemans Bin 45 Cabernet Sauvignon	Rødvin	Australia	474	0,8 %		
21	Absolut Vodka	Vodka	Sverige	465		3,6 %	
22	Arrow Ruby Cabernet	Rødvin	USA	451	0,8 %		
23	Barone Ricasoli Formulee 2006/2007	Rødvin	Italia	426	0,7 %		
24	Vidigal	Rødvin	Portugal	420	0,7 %		
25	Smirnoff No. 21	Vodka	England	413		3,2 %	
26	Dunavár Chardonnay 2007	Hvitvin	Ungarn	413	0,7 %		
27	Black Tower Rivaner 2007	Hvitvin	Tyskland	410	0,7 %		
28	Amigo	Rødvin	Spania	394	0,7 %		
29	Astica Chardonnay	Hvitvin	Argentina	389	0,7 %		
30	Vikingfjord	Vodka	Norge	383		3,0 %	
31	Bache-Gabrielsen 3 kors	Druebrennevin	Frankrike	380		3,0 %	
32	Ken Creek	Rødvin	Australia	363	0,6 %		
33	Robertson Cabernet Sauvignon 2007	Rødvin	Sør-Afrika	347	0,6 %		
34	Othello	Rødvin	Frankrike	326	0,5 %		
35	Masi Modello delle Venezie Rosso 2007	Rødvin	Italia	322	0,5 %		
36	Jägermeister	Bitter	Tyskland	320		2,5 %	
37	Rosemount Shiraz Cabernet	Rødvin	Australia	317	0,5 %		
38	Boheme	Rødvin	Italia	312	0,5 %		
39	Marqués de Cáceres Vendimia Seleccionada 2005	Rødvin	Spania	308	0,5 %		
40	Avent Tempranillo 2006	Rødvin	Spania	307	0,5 %		
41	Braastad V.S.O.P Réserve	Druebrennevin	Frankrike	302		2,4 %	
42	Valpantena Corvina 2007	Rødvin	Italia	301	0,5 %		
43	Bihn Liebfraumlch	Hvitvin	Tyskland	300	0,5 %		
44	Vidigal Reserva 2004/2005	Rødvin	Portugal	299	0,5 %		
45	Lindemans Chardonnay	Hvitvin	Australia	298	0,5 %		
46	Banrock Station Shiraz Mataro	Rødvin	Australia	298	0,5 %		
47	Quinta de Bons-Ventos 2006/2007	Rødvin	Portugal	296	0,5 %		
48	Doppio Passo 2006	Rødvin	Italia	295	0,5 %		
49	Moselland Riesling Kabinett 2007	Hvitvin	Tyskland	292	0,5 %		
50	Cuvée Christer Berens M d'A	Rødvin	Italia	255	0,4 %		
	Andel vin/bennevin				34,9 %	30,8 %	



## VINMONOPOLETS BESTSELGERLISTE

Blant de 10 mestselgende produktene finner vi kun rødvin.  
På 12. plass dukker den første hvitvinen opp.

## Rikt varesortiment

Vinmonopolet har et mål om å sikre et bredt sammensatt vareutvalg med god variasjon i pris, varettyper, land og stilretninger for å dekke faktisk og forventet etterspørsel. Ved utgangen av 2008 besto Vinmonopolets totale vareutvalg av 11 200 unike produkter (eksklusive avvikende flaskestørrelser).

### Det totale varesortimentet består av følgende utvalg:

- Basisutvalg
- Partiutvalg
- Testutvalg
- Bestillingsutvalg
- Tilleggsutvalg

Hver butikk fører et fast sortiment, og et lokalt tilpasset sortiment som er valgt for å dekke den lokale etterspørselen. Butikkens faste sortiment er delt inn i fem ulike sortimenter tilpasset Vinmonopolets butikkategorier. I tillegg til dette tilbys produkter for kundebestilling via et bestillingsutvalg.

### Markeds- og produktplan

For innkjøp til basis- og partiutvalget utarbeider Vinmonopolet hvert halvår en markeds- og produktplan. Planen inneholder tilbudsforespørsler som beskriver hvilke produkter Vinmonopolet ønsker å lansere i perioden seks til tolv måneder frem i tid. Innkjøp gjøres med bakgrunn i tilbuds-konkurranse.

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 2008 ble det kjøpt inn 290 produkter basert på 245 tilbudsforespørsler. Tilbudsforespørlene resulterte i tilbud på i alt 4 961 produkter, hvorav 90 prosent ble testet av en sensorisk prøveinstans, som er et panel av kvalifiserte dommere. De resterende 10 prosent ble avvist da tilbudene ikke ble ansett i samsvar med tilbudsforespørlene.

### Utvalgenes prosentvise andel av det totale salget

#### Vareutvalg

Per 01.01. 2009

TILLEGGSUTVALG*	3 %
TESTUTVALG	3 %
BESTILLINGSUTVALG	14 %
PARTIUTVALG	0,1 %
BASISUTVALG	80 %

\* Inklusive Vinkjeller

## MINERALSK

Dette er en aromagruppe som har med mineralriket å gjøre. For eksempel kalk, sjø, steinavslag, petroleum med mer. Dette særpreget skyldes oftest jordsmonnet, men også svovling kan gi dette preget. Tilfører vinen kompleksitet og dybde.



I tillegg til innkjøp med bakgrunn i tilbudskonkurranse, har Vinmonopolet en testordning hvor grossistene kan teste selvvalgte produkter i det norske markedet. I 2008 lanserte vi 235 produkter i testutvalget. 55 prosent av disse produktene kvalifiserte seg til basisutvalget etter endt testperiode.

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. Totalt 56 produkter ble overført fra bestillingsutvalget til basisutvalget i 2008.

### Nyhetslanseringer og fokusområder

Vinmonopolet har nyhetslanseringer seks ganger per år. Ved hver nyhetslansering legges det spesielt vekt på produkter fra et land, et område eller en stilretning. Dette kalles fokusområde. Fokusområdet utgjør i gjennomsnitt 20 produkter per lansering.

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.

I 2008 lanserte Vinmonopolet i alt 480 produkter i basis- og partiutvalget, samt 235 produkter i testutvalget. Alle nyheter lanseres i butikkategorien fullsortiment, mens de øvrige butikkategoriene mottar i gjennomsnitt 10 nyheter per lansering, hvorav rundt halvparten tilhører fokusområdene.

I 2008 hadde vi følgende fokusområder: Rødvin med adresse, Toscana, Økologisk, Chile, Sørvest-Frankrike og Hvitt til julemat. Årets fokusområder har blitt godt mottatt, både av kundene og pressen.

### Nemnd

Som en tilpasning til EØS-avtalen og for å kunne prøve Vinmonopolets beslutninger om innkjøp, ble det med virkning fra 1. januar 1997, opprettet en uavhengig nemnd<sup>1</sup>. Nemnda behandler saker om innkjøp og stansing av videre innkjøp, og er gitt kompetanse til å oppheve nærmere spesifiserte beslutninger fra Vinmonopolet knyttet til innkjøp

av alkoholholdige drikker fra Vinmonopolets leverandører<sup>2</sup>. Nemndas medlemmer og stedfortreder oppnevnes av Helse- og omsorgsdepartementet for fire år av gangen. Nemndas funksjonstid utløp 31. desember 2008. Ny nemnd med funksjonstid ut 2012 er oppnevnt. To av nemndas medlemmer er imidlertid oppnevnt med funksjonstid ut 2010, jf nemndforskriften.

I 2008 ble åtte klager oversendt til nemnda for behandling. Tre av klagen førte frem.

### 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. Vinmonopolet endret per 1. september 2008 kalkylemodellen, en modell som hadde vært uendret siden 1999.

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 syv kroner per liter. Verdipåslaget, som skal dekke selskapets faste kostnader og i tillegg sikre et positivt økonomisk resultat av driften, er fastsatt til 22 prosent av innkjøpsprisen eksklusive avgifter. Prosentsatsen reduseres gradvis når innkjøpsprisen eksklusive avgifter overstiger 80 kroner. Avansen vil maksimalt kunne utgjøre 90 kroner per enhet.

<sup>1</sup> Etter forskrift 11. november 1995 nr. 938 om AS Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet mv.

<sup>2</sup> Jf. forskrift 16. januar 1996 nr. 24 om nemnda.

## Salget

Vinmonopolets salg økte med 3,9 prosent i 2008. 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 2008.

### Kroner og liter

Både omsetningen i kroner og liter økte fra 2007 til 2008. Bruttoomsetningen var på 12,9 mrd. kroner, en økning tilsvarende 5,8 prosent. Til sammen ble det solgt 73,8 mill. liter drikkevarer. Dette tilsvarer en volumøkning fra forrige år på 3,9 prosent. Målt i liter ren alkohol var økningen på 3,2 prosent.

### Utviklingen i salget

Økning i omsetning (kroner)	5,8 %
Økning i volum (totalt antall liter)	3,9 %
Økning i liter ren alkohol	3,2 %

Vi ser salgsøkningen i sammenheng med flere årsaker: Åpning av 17 nye butikker, stadig økende interesse for vin blant folk og i media, samt fortsatt høy kjøpekraft. Dessuten viser tall fra SIRUS (Statens institutt for rusmiddelforskning) at Vinmonopolet tar markedsandeler fra uregistrert alkoholomsetning som hjemmebrent og smuglersprit.

### Vinmonopolets andel av totalsalget

Omregnet til ren alkohol har Vinmonopolet 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

Salget av svakvin økte med 4,6 prosent til 59,3 mill. liter i 2008 – tidens høyeste vinsalg i Norge. Salget av vin på kartong («pappvin» eller bag-in-box) fortsetter å øke, og utgjorde i 2008 53,5 prosent av svakvinssalget. I alt ble det solgt svakvin til en verdi av 7,4 mrd. kroner. Dette tilsvarer en økning på 7,3 prosent. At tallene i kroner og øre øker mer enn litersalget skyldes både prisøkning og at Vinmonopolets kunder i økende grad etterspør dyre produk-

ter. Som svakvin defineres rødvin, hvitvin, rosévin, musserende vin, fruktvin, annen druevin, annen aromatisert svakvin og alkoholsvak vin.

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 ut ifra 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 2008 solgte Vinmonopolet 41,4 mill. liter rødvin til en verdi av 5,1 mrd. kroner. Dette representerte en volumøkning på 2,8 prosent og en omsetningsøkning på 5,4 prosent. Aldri før har Vinmonopolet solgt så mye rødvin i løpet av et år. Salget av rødvin utgjorde i 2008 70 prosent av svakvinssalget (eller 56 prosent av totalsalget).

Vinmarkedet er dynamisk, trender kommer og går. For tredje år på rad ble det solgt mest italiensk rødvin på Vinmonopolet, til sammen 11,1 millioner liter, en økning på 17 prosent fra 2007. Aldri før har det blitt solgt så mye rødvin fra et land i Norge i løpet av et år. Franske rødviner, tradisjonelt markedsledende i Norge, opplevde fallende omsetning for femte år på rad og ble med sine 7,7 mill. liter henvist til andreplass, en nedgang på 2 prosent fra året før.

Mens spansk rødvin konsoliderte sin tredjeplass med 6,3 mill. liter etter en marginal nedgang fra 6,4 mill. liter i 2007, opplevde Australia, fjerde største rødvinleverandør til det norske markedet, fall i salget for første gang siden 2002. Australske rødviner endte til slutt på 4,7 mill. liter i 2008, ned 8 prosent fra 2007.

For Chile ble en åtte år lang nedgangstrend snudd i 2008. Chilensk rødvin, som faktisk var markedsledende i Norge i perioden 1997 – 1999, har dalt jevnt og trutt fra 7,3 mill. liter i toppåret 1999 til 3,3 mill. liter i 2007. For 2008 noteres chilensk rødvin med en vekst på 13 prosent til 3,7 mill. liter.

Veksten for argentinske og portugisiske viner har stoppet. Med en nedgang på henholdsvis 7 og 5 prosent endte til slutt salget for begge på drøyt 2,5 mill. liter. Landene var sjettede og syvende største rødvinleverandører til det norske markedet i 2008.



### VINMONOPOLETS ANDEL AV TOTALSALGET

Vinmonopolet har ca. 90 prosent av den registrerte omsetningen av vin og brennevin. Det resterende volumet selges gjennom serveringsnæringen.



## BALSAMISK

Balsamiske aromaer gir en sval nesefølelse og minner om kvae, barnåler, myrra, vanilje, kamfer, eteriske oljer, eukalyptus med mer. Disse aromaene avhenger av druetype og jordsmonn og er nesten alltid et positivt innslag.

Salget av hvitvin økte med 7,5 prosent til 14,7 mill. liter i 2008. Det ble solgt hvitvin for 1,8 mrd. kroner i 2008. At salget av hvitvin øker mer enn rødvin skyldes den lange og relativt varme sommeren som var i store deler av landet i 2008. Med godt sommervær øker alltid salget av hvitvin på bekostning av rødvin.

Som vanlig er det nærmest dødt løp mellom gigantene Tyskland og Frankrike, Tyskland dog et hestehode foran. Landene noteres for henholdsvis 4,6 og 4,3 mill. liter. For begge landene betyr dette en økning på 5 prosent fra 2007. 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 61 prosent av hvitvinsalget.

Både italienske, australske og argentinske hvitviner hadde solid vekst i 2008, henholdsvis 7, 28 og 18 prosent – til 1,2 mill., 1 mill. og 710 000 liter. Derimot hadde ungarske hvitviner dalende popularitet, ned 6 prosent til 980 000 liter.

Salget av musserende vin økte med 11 prosent til 2,0 mill. liter. Verdien av salget var 355 mill. kroner i 2008, en økning på 13,6 prosent fra 2007. Det er fortsatt de spanske merkene som dominerer kategorien, salget opp med 10 prosent til 760 000 i 2008. Frankrike og Italia følger på de to neste plassene, salget opp med henholdsvis 6 og 11 prosent til 525 000 og 480 000 liter. Disse tre landene står for 88 prosent av salget av musserende i Norge.

Ellers har rosévin fått sin renessanse. Produktkategorien, som det ble solgt over en million liter av i 1980, lå tjue år senere nede med «bruket rygg» – i 2000 solgte Vinmonopolet bare 186 000 liter rosévin. I 2008 var salget på 935 000 liter, en økning på 37 prosent fra året før.

### Sterkvin

Varegruppen omfatter bl.a. vermut, sherry, portvin og Madeira. Det ble solgt 895 000 liter sterkvin til en verdi av 174 mill. kroner i 2008. Dette innebærer en nedgang i salgsvolum (liter) på 6,6 prosent, og i

omsetningen (kroner) på 4,5 prosent. Med unntak av en midlertidig økning i sterkvinsalget i 2000 som følge av avgiftsreduksjonen fra 1. januar 2000, har salget av sterkvin sunket jevnt og trutt siden 1991. Vermut utgjør den største delen av sterkvinsalget med 500 000 liter.

### Brennevin

Salget av brennevin økte med 1,1 prosent fra 12,7 mill. til 12,8 mill. liter. Verdien av dette salget var på 5,2 mrd. kroner, en oppgang på 4,1 prosent fra 2007.

Selv om vodka er den mestselgende brennevinskategorien – opp 1,5 prosent til 4,0 mill. liter – domineres fortsatt brennevinsmarkedet i Norge av brunt brennevin, fortrinnsvis druebrennevin som det – etter en nedgang på 4,2 prosent – ble solgt 2,8 mill. liter av i 2008. Av druebrennevinene er særlig cognac populært. Salget av cognac gikk ned med 5,5 prosent til 2,05 mill. liter.

Cognac og annet druebrennevin står i en særstilling her til lands. Mens hver svenske årlig kjøper mindre enn 0,1 liter druebrennevin, kjøper hver nordmann 0,7 liter. Det er store forskjeller mellom landsdelene. Mens trøndere og nordlendinger kjøpte en drøy liter druebrennevin på Vinmonopolet i 2008, 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.

Salget av cognac går nedover mens det er relativt stabilt for både whisky og akevitt. Salget av whisky stoppet tilslutt på 1,4 mill. liter etter en oppgang på 1,5 prosent. Salget av vårt tradisjonelle norske brennevin, akevitt, økte med 1 prosent til 1,2 mill. liter, den største omsetningen av akevitt siden 1980.

### Sterkøl

Salget av sterkøl økte med 5,6 prosent til 755 000 liter. Samlet salgsverdi for 2008 var 67 mill. kroner. Mesteparten av sterkølsalget var juleøl.

### Alkohol frie drikker

Vinmonopolet tilbyr også alkohol frie produkter. Salget økte med 4,5 prosent og stoppet til slutt på 102 000 liter i 2008, til en verdi av 9 mill. kroner.

## Priser og avgifter

Per 1. januar 2007 og 2008

Her vises det gjennomsnittlig prisutvikling fra 2004 – 2008, samt utviklingen av alkoholavgiften fra 2003 – 2009.

### Gjennomsnittlig prisutvikling per hovedvaretype fra 2004 til 2008 (per 1. januar)

Hovedvaretype	2004	2005	2006	2007	2008
Svakvin	2,4%	1,0%	0,7%	1,2%	2,3%
Sterkvin	5,4%	1,9%	1,4%	2,2%	3,2%
Brennevin	3,3%	1,5%	1,6%	2,6%	3,4%
Øl	0,9%	2,4%	2,3%	1,1%	4,9%
<b>Totalt</b>	<b>2,8%</b>	<b>1,2%</b>	<b>1,1%</b>	<b>1,8%</b>	<b>2,8%</b>

### Utvikling av alkoholavgiften 2003–2009:

Alkoholholdig drikk med alkoholstyrke	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
<b>Over 22 %</b>	5,44	5,54	5,54	5,64	5,74	5,89	6,07	volumprosent og liter
<b>Brennevin under 22 %</b>	3,55	5,54	5,54	5,64	5,74	5,89	6,07	volumprosent og liter
<b>Mellom 4,75 og 22 %</b>	3,55	3,61	3,61	3,67	3,74	3,84	3,96	volumprosent og liter
<b>Mellom 3,75 og 4,75 %</b>	15,89	16,18	16,18	16,46	16,76	17,20	17,72	per liter
<b>Mellom 2,75 og 3,75 %</b>	9,18	9,35	9,35	9,51	9,68	9,93	10,23	per liter
<b>Mellom 0,70 og 2,75 %</b>	2,43	2,47	2,47	2,51	2,56	2,63	2,71	per liter
<b>Mellom 0,00 og 0,70 %</b>	1,55	1,58	1,58	1,61	1,64	1,68	2,71	per liter

### Emballasjeavgift for 2008

Emballasjeavgiften er todelt og består av en fast grunnavgift og en variabel miljøavgift. Grunnavgiften per 1. september 2008 var per enhet kr 0,97, og utgangsbetøpet for den variable miljøavgiften for glass er kr 4,74. Den variable miljøavgiften reduseres med en beregnet prosentvis returandel. Returandelen for glass var beregnet til 90 prosent, og det betales derfor bare 10 prosent av avgiften. Per 1. september

2008 utgjorde den samlede emballasjeavgiften for glass kr 1,44 per enhet.

For plast- og BIB-produkter er den samlede emballasjeavgiften kr 1,74 per enhet, og for produkter tappet på ren pappemballasje (Elo/Tetrapack) kr 1,30 per enhet.

Det betales merverdiavgift av både alkoholavgift og emballasjeavgift.

## Butikkene

Vinmonopolets butikker er spredt over hele landet fra Mandal i sør til Honningsvåg i nord. Butikkens omsetning (åpent hele 2008) varierer fra 2,7 mill. kroner til 175 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. 236 av 239 butikker er nå selvbetjente. I slutten av 2007 og 2008 åpnet Vinmonopolet 9 filialer som en prøveordning. Filialene driftes i hovedsak av personalet i nærliggende butikker. Filialene har redusert åpningstid og sortiment. Prøveordningen skal evalueres høsten 2009.

### Følgende butikker og filialer ble etablert i 2008

BUTIKKER	
Vestby	21.02.08
Lyngdal	08.05.08
Ringebu	20.06.08
Tjøme	26.06.08
Hokksund	16.10.08
Brattvåg	11.11.08
Liertoppen	13.11.08
Sørumsand	13.11.08
Re	19.11.08
FILIALER	
Namsskogan	06.03.08
Lom	03.04.08
Lødingen	03.04.08
Vanylven	10.04.08
Luster	24.04.08
Vardø	08.05.08
Drangedal	15.05.08
Sjøvegan	03.07.08

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

Fylke	Antall 31.12.2008	Planlagt 2009	Antall 2009
Østfold	10		10
Akershus	21		21
Oslo	24	Oslo øst	25
Hedmark	10	Sør-Odal	11
Oppland	13	Jevnaker*	14
Buskerud	11	Nes	12
Vestfold	8		8
Telemark	11		11
Aust-Agder	6		6
Vest-Agder	8	Kristiansand	9
Rogaland	11	Klepp, Sola*	13
Hordaland	19	Laksevåg*	20
Sogn og Fjordane	10		10
Møre og Romsdal	16	Vestnes	17
Sør-Trøndelag	16	Malvik	17
Nord-Trøndelag	8	Vikna	9
Nordland	17		17
Troms	11		11
Finnmark	9		9
<b>SUM</b>	<b>239</b>		<b>250</b>

\* Disse ble ikke åpnet i 2008 pga at vi ikke hadde tilgang til lokaler.



### E-handel

E-handel i Vinmonopolet består av kundesenter og nettsted, og er et supplement til butikkene. E-handel ble etablert i 2001.

I selskapets strategiplan inngår det at Vinmonopolet skal tilby et sømløst multikanaltilbud. Det skal være enkelt for våre kunder å handle våre produkter uavhengig av salgskanal.

Vinmonopolet skal utvikle eksisterende og nye kanaler for salg og informasjon, og skal skape konsistens i tjeneste- og service-nivå på tvers av alle kanaler.

E-handel hadde totalt cirka 54 000 kunder i 2008. Av dette var 34 000 kunder i nettbutikken. Dette ga et totalt salg på 110 mill. kroner, og gjennomsnittlig pris per ordre var på kroner 1 434.

Kundesenteret mottok ca 53 000 telefonhenvendelser og om lag 18 000 e-post.

Kundesenteret håndterer også spesialbestillinger og henvendelser angående privatimport. I 2008 var det totalt 1 540 spesialbestillinger, en økning på 20 prosent i forhold til 2007.

Kundesenteret mottok mellom 5-10 henvendelser per uke fra kunder som hadde spørsmål om privatimport. Av disse gjennomførte gjennomsnittlig én kunde per måned privatimport.

Fordeling på leveringsmåter i 2008 var 41 prosent postforsendelser, 35 prosent henting i en av våre butikker og 24 prosent levering hjem på dør.

I 2008 var det over 2,5 mill. besøk på www.vinmonopolet.no, en økning på nærmere 40 prosent fra 2007.

## Vinåret 2008

For den som følger med i de løpende rapportene fra vinproducentene i årets vinsyklus, kan det ligge mye spennende lesing. Det kan svinge mellom dyp fortvilelse til sann glede, alt avhengig av naturkreftene.

Mye kan skje på både godt og vondt i tiden mellom blomstring og innhøsting. I løpet av disse normalt 100 dagene skal det avgjøres om slitet i vinmarken skal betale seg, eller om det bare er å belage seg på et magert år. Globalt sett ender det opp med et gjennomsnitt der den totale vinproduksjonen likevel blir ganske konstant. Uheldige vekstforhold én plass på kloden balanseres med ideelle tilstander andre steder.

Den totale vinproduksjonen i verden er omkring 280 mill. hektoliter per år. Det kvantumet er mer enn nok til å forsyne verdens befolkning med vin. Reguleringer må til for å holde overproduksjonen nede og vi ser at overnasjonale reguleringer hjelper. De siste årene har overproduksjonen gått ned, men ønsket fra vinmyndighetene rundt i verden er nok at en ytterligere reduksjon bør finne sted. Langsiktige planer er lagt opp til det.

Vi skal ta en runde rundt i vinens verden og se hvordan vinåret 2008 ble. Det er for tidlig å gi eksakte «dommer» over kvalitetene, ettersom vinen fortsatt ligger og modner i kjellerne. Sør for ekvator ligger de i tillegg et halvt år foran de nordlige landene; innhøstingen for årgang 2008 ble gjort i februar/mars.

### Argentina

Mendoza hadde en rekordartet snøvinter, som førte til sen vår. Mye regn fulgte opp senere i perioden, men likevel er de argentinske vinmakerne fornøyd med sesongen. Siste halvdel av vokseperioden ble tørr og vindfull, og med temperaturer som ga Malbec en langsom og fin modning. For enkelte drøyde det helt til april før druene var i hus. 2008 var generelt ikke noe godt år for Merlot. Cabernet Sauvignon var mer utsatt for været, og ga en mindre mengde, men god vin. Regionene Patagonia og Salta hadde stort sett de samme forholdene, og det rapporteres om spesielt vellykkede rødviner med moden og ikke grov tannin. Alkoholnivået ble også lavere enn normalt.

### Australia

Varmt vær medførte at mange vindyrkere i de østlige soner måtte høste tidlig. Heldigvis fikk Barossa og McLaren Vale, de beste Shiraz-områdene, høstet før den verste heten satte inn. Dette er to viktige områder for australsk vinproduksjon. Produsentene i vest hadde ikke samme heten, men fikk allikevel god frukt i en

noe mindre mengde. Adelaide meldte om Shiraz og Cabernet på det jevne. Margaret River i vest var fornøyd med områdets Chardonnay, Coonawarra i sør fikk også en god årgang, og det samme meldes fra Victoria.

### Chile

Været var påvirket av fenomenet La Niña; kaldere vann i den østre delen av Stillehavet førte til tørrere vær i Chile. Fra Chile er det heller ingen alarmerende dårlige prognoser. Tvert imot. Det var også her langvarig tørke, men det førte til høyere konsentrasjon i druene. For den vinmakeren som kan sitt fag, blir det en meget bra kvalitet. For den som ikke kan faget, blir vinen overekstrahert. Spesielt lovende ser det ut for Cabernet og Carmenère. I den nordlige Limarí-dalen er Cabernet Sauvignon, Carmenère og Syrah vellykket, mens Merlot ble satt tilbake av tørken. Fra de kjøligere områdene, som Casablanca, meldes det om gode hvite viner av Sauvignon Blanc og Chardonnay.

### Frankrike

Vinmakerne lærer den samme leksen hvert år; ingen årgang er lik. Dette gjelder også i Frankrike. Hele vekstsesongen var vanskelig, og det måtte arbeides hardt både i vinmarken og i kjelleren for få til noe brukbart. En senere test fra flasker og fat kan kanskje gi bedre grunnlag for å si noe sikkert om resultatet.

*Alsace.* Alsace er unntaket når det gjelder været. Gode værforhold i hele vekstperioden førte til god årgang for hele området. Alle druevariantene i regionen utviklet seg godt, med spesielt Riesling i teten. Takket være «indian summer» i oktober vil det bli meget gode vendanges tardives og sélection de grains noble. Vinhøsten er mindre enn normalt, men av god kvalitet.

*Bordeaux.* Varierende vær i regionen fører nok til at bare de beste vinmarkene og de dyktigste vinmakerne vil produsere god vin. En god del av druehøsten ble ikke skikkelig moden, så mye arbeid gikk ut på å fjerne umodne druer fra klasene før de gikk i gjæringstanken. Den endelige dommen over årets årgang av røde Bordeauxviner får vi først på vårparten av 2009.

Det er større optimisme blant dem som lager hvitvin. Spesielt i Sauternes fikk mange plukket druene til riktig tid, med fin edelråte som følge. Det snakkes om at 2008 kan bli på høyden med den meget vellykkede 2007.

*Burgund.* Dette blir desidert ikke århundrets årgang, sukkes det i Burgund. Vinmakerne opplevde en svært vanskelig værperiode

### EKSTREMVÆR

Verdens vinbønder måtte slite med ulike værtyper i 2008. Hele den franske vekstsesongen var vanskelig. Uvær gjorde at det måtte arbeides hardt både i vinmarken og i kjelleren for få til noe brukbart. I Australia medførte varmt vær og tørke at mange vindyrkere i de østlige soner måtte høste tidlig.



i fra start til slutt, og området produserte en god del mindre vin enn normalt.

Resultat og kvalitet vil nok variere, ikke bare fra produsent til produsent, men også fra parsell til parsell. Chablis melder om vanskelig forhold underveis, men ved hjelp av sommerens sprøyting mot soppangrep og en heldig innhøsting, ble det mye bra vin.

Chardonnay synes å ha klart seg bedre enn Pinot Noir. De blå druene var mer utsatt for råteangrep, og trengte en nitidig utsortering av dårlige bær før de gikk til vinifikasjon.

**Champagne.** I Champagne sies det at 2008 var det året slaget sto mellom mann og muld. Nesten overmenneskelig innsats måtte til under vekstperioden for å berge avlingen slik at det kunne lages god vin. Det er foreløpig usikkert om det kommer Vintage Champagne fra 2008, mulig svar på det kommer tidlig i 2009. Året gir i hvert fall et bra bidrag til champagne av non-vintage.

**Rhône.** Den sørlige delen av Rhône har hatt en ubrutt rekke av gode årganger siden 1998, men med 2008 kom tilbakeslaget. Det endte med en vanskelig vekstsesong dominert av kaldt og regnfullt vær. Mistralen på sensommeren, og en utsatt innhøsting førte til en del gode viner for noen produsenter. Avlingen ble meget liten.

I det nordlige Rhône er omkvedet det samme som blant kollegene i sør. Dårlige værforhold førte til at mange druer råtnet på vinmarken og sukkerinnholdet var svært lavt. Men selektiv plukking og godt arbeid i kjelleren ga noen produsenter fruktige viner med god tannin. Vinåret ga nok mest viner av den jevne kvaliteten.

**Loire.** Loire rapporterer også om mye dårlig vær i vekstsesongen. Frost i april halverte blant annet avlingen rundt Muscadet. En kjølig og regnfull sommer førte til lav modningsgrad, haglstormer ødela mye, og produsentene måtte redusere druemengden for å sikre modning på de resterende.

I midtre deler av Loire som i Anjou, hadde Chenin Blanc og Cabernet Franc problemer med å modnes og tynning måtte til også her. Innhøstingen strakte seg helt til oktober, og en «indian summer» hjalp til med å redde årgangen.

#### Italia

Produsenter i hele Italia anslår en god kvalitet fra høsten 2008, skjønt mange også trekker et lettelsens sukk over at innhøstingen er ferdig. Vekstsesongen startet dårlig i flesteparten av regionene, spesielt i nord, med vedvarende regn og kjølig vår. Mye fukt i vinmarken med fare for soppangrep og råte blant plantene tvang

## Både Sicilia og Alto Adige fikk på hver sin kant av landet gode hvitvinsdruer, og amaroneprodusenter i Veneto snakker om et utmerket år.

mange til å sprøyte kraftig. Noen steder var det så vått at de knapt kom seg ut i markene for å gjøre jobben. I Veneto og Toscana gjorde haglstormer stor skade, så vi skjønner at heller ikke Italia gikk klar av dårlig vær. Men de fleste fikk berget avlingen før septemberregnet satte inn, og dermed er det duket for en god årgang.

Både Sicilia og Alto Adige fikk på hver sin kant av landet gode hvitvinsdruer, og amaroneprodusenter i Veneto snakker om et utmerket år. I Toscana ble det også brukbart resultat, på tross av haglstormer. Både Sangiovese og Cabernet Sauvignon, som modnes ganske sent i sesongen, ble vellykket i de fleste områdene i Toscana, og det gjelder også Chianti Classico og Montalcino.

I Piemonte ble Nebbiolo vellykket, mens Dolcetto og Barbera ikke hadde samme fullklaff. De vil ha litt mindre frukt enn normalt, men fortsatt være rene og elegante. I Campania har ikke druesortene Fiano, Greco di Tufo og Falanghina hatt noe toppår.

#### New Zealand

2008-årgangen er blandet i Marlborough, New Zealands største vinområde. Regn under innhøstingen holdt på å ødelegge det som kunne blitt en toppårgang. Blant annet måtte Sauvignon Blanc høstes i full fart før råten spredte seg i markene. Når alle må gjøre innhøsting samtidig, blir det mangel på både folk og maskiner, og noen rakk det altså ikke. New Zealands andre viktige regioner hadde det litt lettere. Produsenter av Pinot Noir i Central Otago, på South Island, hadde ideelle forhold før og under innhøstingen og toppviner kan ventes fra den kanten. På østkysten av North Island, i Hawkes Bay, en region best kjent for Chardonnay, Syrah og Merlotbaserte blandinger, ble det heller ingen suksess.

#### Portugal

Uvanlig vær dominerte Dourodalen, Portugals viktige region for bordvin og portvin. Med mer enn dobbelt så mye nedbør som vanlig i april og en lunefull mai fikk de sen blomstring og mindre frukt. Etter en kjølig sommer og forsinket plukking endte det opp med en god, men liten årgang.

I Dão og Barraida like sør for Douro ble drueplukkingen også skjøvet lenger ut på høsten, etter en lang vekstsesong.

#### Spania

Innhøstingen startet sent også mange steder i Spania. Det led helt til midten av oktober for enkelte. En regnfull vår etterfulgt av en passe varm sommer gjorde ikke den helt store susen i vinmarkene. Det var også her en kamp mot ødeleggende elementer; meldugg opptrådte vidt omkring på grunn av den våte våren. Hvitviner fra druer som klarte seg mot melduggangrep fikk god syre og aromaintensitet. Røde viner ligger også godt an.

Ribera del Duero rapporterer at organisk dyrkede vinmarker ser ut til å ha tålt melduggangrep bedre enn de konvensjonelt dyrkede markene. I Priorato ble druesortene Garnacha og Cariñena spesielt angrepet av råte, så i hele området er produsentene enige om at råten spiller en viktig faktor når det er snakk om kvaliteten. I Rioja var det stort sett heldige med høsten, og de forventer viner med god friskhet, balansert alkohol- og sukkernivå.

Ribera del Duero hadde en fin sommer som ga viner med høy kvalitet. Ut mot Atlanterhavet, rett nord for Portugal rapporterer Rías Baixas om modne, syrefaste, velbalanserte hvitviner laget av druen Albariño.

#### Sør-Afrika

Sørafrikanske vinprodusenter måtte arbeide seg gjennom en vanskelig vekstsesong. Resultatene er svært sprikende fra region til region, og fra produsent til produsent. Dette var en årgang som til gangs er preget av de lokale værforholdene fra sted til sted, sies det. Alt fra tungt regnfall, hetebølger og andre innfall fra naturen påvirket druene Sauvignon Blanc og Chardonnay i Cape negativt. Stellenbosch, Cape's viktigste vinområde, hadde variabelt utbytte. I det varmere innlandet, i Swartland, der Rhône-druer blir mer og mer populære, er de meget fornøyd med viner fra druesortene Mourvèdre, Grenache og Carignan.

#### Tyskland

Sommeren var av det vante slaget, uten noen overraskende vær-phenomener. Det var noen færre soltimer enn normalt, men det meldes likevel om gode Rieslinger på kabinett- og spätlesnivå. Det ble mindre med dessertviner av de høyeste prädikatene grunnet få tilfeller av edelråte. Den sentmodnende blå druen Spätburgunder fikk gode forhold denne høsten og det ventes derfor god rødvin fra denne sorten. Rødvinsproduksjonen i Tyskland har generelt flatet ut etter en stadig økning de siste årene.

Både Mosel, Rheingau og Pfalz sier seg fornøyd med vinhøsten som ga en gjennomsnittlig god mengde, med basis i tall de siste ti årene.

#### USA

Fra California meldes det om en utfordrende kamp mot naturen dette vinåret. Både Central Coast, Napa Valley og Sonoma har hatt sine værdrama som påvirker sluttresultatet på alle druesorter. Pinot Noir led kanskje mest mens Cabernet Sauvignon ser ut til å ha tålt forholdene bedre.

Oregon hadde kjølig og grått vær i september, noe som forsinket modningen. Frykten for kraftig regnvær tvang mange vinmakere til å høste for tidlig, noe som igjen gir bare under middels kvalitet på denne årgangen. Regnet kom i midlertidig ikke som forventet; det ble heller mye sol utover i oktober. Dermed kunne de som gamblet litt med naturen høste fine druer i ro og mak utover hele oktober. Oregons signaturdruer Pinot Noir og Pinot Gris ble vellykket; gode kvaliteter forventes av dem.

#### Østerrike

Østerrike fikk en lang vekstsesong i et år som betegnes som kontrastfylt. Vindyrkere i toppdistriktet Wachau fikk også prøve seg i spillet med naturen. Nøkkelen til god vinlaging er å bestemme tidspunkt for innhøsting, en avgjørelse som betyr mye. Mange høstet for tidlig i frykt for det vedvarende kjølige været, mens andre ventet og dro fordel av en varm oktober. I Burgenland, Østerrikes beste plass for røde viner og dessertviner, var forholdene gode. De blå druene Zweigelt og Blaufränkisch var vellykkede. I Neusiedlersee, opphavssted for de store søte vinene, var det også gode forhold for edelråte. Herfra ventes det større mengder enn normalt av de søte klassikerne.

**Ribera del Duero hadde en fin sommer som ga viner med høy kvalitet. Ut mot Atlanterhavet, rett nord for Portugal rapporterer Rías Baixas om modne, syrefaste, velbalanserte hvitviner laget av druen Albariño.**



# Vin til ost

*Ost kan fungere som del av et større måltid, vanligvis mellom hovedretten og desserten, men her i landet er det vanligst å la ost og rødvin utgjøre et helt lite måltid. Strengt tatt er ikke dette den ideelle kombinasjon. Bitterstoffer og salt i en del oster kan fremheve garvestoffene i rødvin, så den blir ubehagelig uttørrende og bitter.*

*Vi vil derfor anbefale at du prøver nye sammensetninger – ikke minst ved å gi hvitvin en sjanse sammen med ost.*

*Til faste og milde oster som Jarlsberg, Edamer og Sveitser kan chardonnay eller en tysk silvaner være gode alternativer.*

*Fetere, kittmodnede oster som Ridder og Port Salut er gode sammen med smaksrik hvitvin som gewürtztraminer, eller en frisk og fruktig rødvin, for eksempel fra Valpolicella eller Barbera.*

*Brie og Camembert trenger saftige viner gjerne av Merlot, mens blåmuggoster som Gorgonzola og Roquefort står godt til vin med fet sødme, som sauternes eller portvin. Den siste er også godt egnet til en smaksbombe som Stilton.*



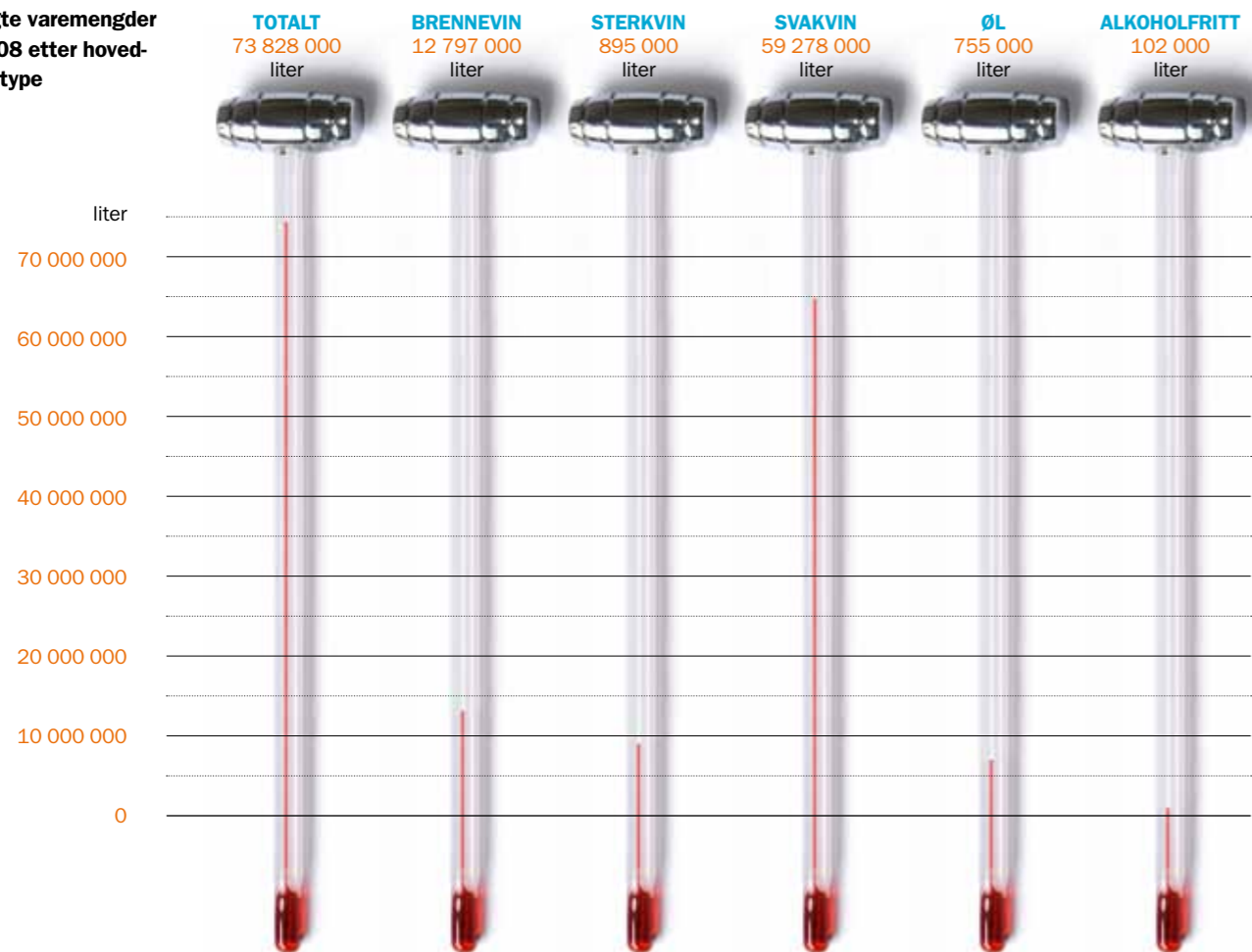
I Norge er ost og rødvin en populær kombinasjon. Hva med å prøve en hvitvin i stedet? Hvitvinens egenskaper egner seg best til de fleste ostetyper.

## Statistikk

Tabell 1. Solgte varemengder 1999 – 2008, 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>
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
2008	73 828	12 797	895	59 278	755	102

Solgte varemengder  
i 2008 etter hoved-  
varetype



## BLOMSTERPREGET/FLORAL

Druetypeer som Muskatell, Riesling og Gewürztraminer kan gi aromaer som minner om blomster. Fra fioler og tulipan, via roser til lilje og kaprifol med flere. De kan fremstå som delikate overtoner – eller tungt parfymert.



Tabell 2. Solgte varemengder 2004 – 2008, hovedvaretype og alkoholinnhold, 1000 liter

Varegruppe	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Brennevin<sup>1</sup></b>	11 389	11 678	12 080	12 657	12 797
Over 22 volumprosent	10 363	10 668	11 001	11 508	11 606
15 – 22 volumprosent	954	962	1 045	1 138	1 180
7 – 15 volumprosent	28	26	21	9	8
Under 7 volumprosent	43	23	13	2	3
<b>Sterkvin<sup>2</sup></b>	1 098	1 047	1 001	958	895
15 – 22 volumprosent	807	918	881	863	806
Under 15 volumprosent	291	129	119	95	89
<b>Svakvin<sup>3</sup></b>	50 064	52 893	54 878	56 651	59 278
<b>Øl<sup>4</sup></b>	705	708	698	715	755
<b>Alkoholritt/lettvin<sup>5</sup></b>	83	85	92	98	102
<b>I ALT</b>	<b>63 338</b>	<b>66 410</b>	<b>68 749</b>	<b>71 079</b>	<b>73 828</b>

Tabell 3. Solgte mengder brennevin<sup>1</sup> 2004 – 2008, ulike varettyper, 1000 liter

Varetypenavn	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Vodka<sup>6</sup></b>	<b>3 566</b>	<b>3 691</b>	<b>3 785</b>	<b>3 949</b>	<b>4 007</b>
<b>Druebrennevin</b>	2 919	2 945	2 917	2 934	2 811
Cognac	2 022	2 090	2 118	2 168	2 048
Annet druebrennevin	897	855	799	766	763
<b>Whisky</b>	<b>1 231</b>	<b>1 252</b>	<b>1 278</b>	<b>1 342</b>	<b>1 362</b>
Skottland	940	945	948	982	978
Maltwhisky	69	73	79	88	91
Øvrig skotsk whisky	870	871	869	894	887
Irland	120	131	138	156	165
Canada	118	113	119	124	132
USA	53	63	72	79	86
<b>Likør</b>	<b>1 046</b>	<b>1 065</b>	<b>1 114</b>	<b>1 178</b>	<b>1 197</b>
Likør under 22 %	751	769	814	870	887
Likør over 22 %	295	296	300	308	309
Urtelikør	133	137	137	143	136
Sitruslikør	82	79	79	81	83
<b>Akevitt</b>	<b>1 040</b>	<b>1 064</b>	<b>1 130</b>	<b>1 171</b>	<b>1 184</b>
<b>Bitter</b>	<b>445</b>	<b>469</b>	<b>515</b>	<b>568</b>	<b>598</b>
Bitter over 22 %	385	414	462	524	552
Bitter under 22 %	60	55	53	44	46
<b>Gin</b>	<b>506</b>	<b>520</b>	<b>533</b>	<b>532</b>	<b>534</b>
<b>Rom</b>	<b>136</b>	<b>132</b>	<b>138</b>	<b>154</b>	<b>163</b>
Hvit rom	102	92	94	101	104
Brun rom	35	40	45	53	59
<b>Fruktbrennevin</b>	<b>59</b>	<b>59</b>	<b>62</b>	<b>61</b>	<b>66</b>
Tequila	44	42	43	42	42
Calvados	14	15	18	18	21
<b>Genever</b>	<b>37</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>30</b>	<b>28</b>
<b>Øvrig brennevin</b>	<b>402</b>	<b>448</b>	<b>577</b>	<b>738</b>	<b>848</b>
Øvrig brennevin over 22 %	187	261	364	503	590
Øvrig brennevin under 22 %	215	187	213	235	258
<b>TOTALT</b>	<b>11 389</b>	<b>11 678</b>	<b>12 080</b>	<b>12 657</b>	<b>12 797</b>



## VEGETAL

Vegetal er en aromagruppe som minner om de grønne delene på planter og grønnsaker. Disse kan skyldes umodne druer, bladverk og hard pressing av stilker. Denne benevnelsen brukes negativt.

Tabell 4. Solgte mengder sterkvin<sup>3</sup> 2004–2008, 1000 liter

Sterkvin	2004	2005	2006	2007	2008
Vermut	680	614	574	534	501
Sherry	218	204	185	179	161
Portvin	140	140	140	136	134
Madeira	14	13	14	14	13
Annen sterkvin	46	75	88	95	86
<b>TOTALT</b>	<b>1 098</b>	<b>1 047</b>	<b>1 001</b>	<b>958</b>	<b>895</b>

Tabell 5. Solgte mengder svakvin<sup>3</sup> etter varetype, land og distrikt, 2004 – 2008, 1000 liter

Land	2004	2005	2006	2007	2008
<b>RØDVIN</b>	<b>36 807</b>	<b>38 724</b>	<b>39 119</b>	<b>40 269</b>	<b>41 398</b>
<b>Italia</b>	<b>7 085</b>	<b>7 906</b>	<b>8 351</b>	<b>9 478</b>	<b>11 098</b>
Puglia	2 959	2 942	3 145	3 364	3 738
Abruzzo	789	1 059	1 080	1 409	1 857
Veneto	1 054	1 459	1 517	1 682	1 806
Toscana	514	544	671	966	1 475
Piemonte	338	420	583	734	1 054
Sicilia	594	780	681	573	346
Andre italienske	838	702	673	750	822
<b>Frankrike</b>	<b>8 423</b>	<b>8 149</b>	<b>8 068</b>	<b>7 912</b>	<b>7 727</b>
Languedoc-Roussillon <sup>7</sup>	5 080	4 924	4 825	4 928	4 804
Rhône <sup>7</sup>	1 179	1 215	1 221	1 230	1 180
Bordeaux	385	363	436	463	436
Burgund	195	192	203	238	230
Andre franske	1 584	1 455	1 382	1 053	1 074
<b>Spania</b>	<b>6 091</b>	<b>6 353</b>	<b>6 461</b>	<b>6 375</b>	<b>6 295</b>
Rioja	1 412	1 451	1 398	1 329	1 313
Catalonia	1 006	1 126	1 141	1 073	850
Navarra	525	628	506	486	373
Andre spanske	3 148	3 147	3 416	3 487	3 759
<b>Australia</b>	<b>3 099</b>	<b>3 938</b>	<b>4 037</b>	<b>5 128</b>	<b>4 734</b>
<b>Chile</b>	<b>4 418</b>	<b>4 044</b>	<b>3 425</b>	<b>3 323</b>	<b>3 739</b>
<b>Argentina</b>	<b>1 452</b>	<b>2 391</b>	<b>2 863</b>	<b>2 728</b>	<b>2 525</b>
<b>Portugal</b>	<b>2 401</b>	<b>2 347</b>	<b>2 789</b>	<b>2 648</b>	<b>2 522</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>2 285</b>	<b>2 021</b>	<b>1 599</b>	<b>1 293</b>	<b>1 148</b>
<b>USA</b>	<b>897</b>	<b>913</b>	<b>882</b>	<b>913</b>	<b>938</b>
<b>Ungarn</b>	<b>228</b>	<b>218</b>	<b>210</b>	<b>187</b>	<b>155</b>
<b>Bulgaria</b>	<b>107</b>	<b>190</b>	<b>206</b>	<b>71</b>	<b>52</b>
<b>Andre land</b>	<b>321</b>	<b>254</b>	<b>229</b>	<b>211</b>	<b>163</b>
<b>HVITVIN</b>	<b>11 497</b>	<b>12 216</b>	<b>13 310</b>	<b>13 627</b>	<b>14 644</b>
<b>Tyskland</b>	<b>3 665</b>	<b>3 851</b>	<b>4 265</b>	<b>4 343</b>	<b>4 571</b>
Mosel	1 714	1 885	2 050	1 989	2 118
Rheinhessen	1 447	1 353	1 306	1 335	1 318
Rheingau	81	200	414	518	726
Pfalz	285	288	370	388	276
Nahe	100	92	92	85	113
Andre tyske	38	33	33	28	20

Land	2004	2005	2006	2007	2008
<b>Frankrike</b>	<b>3 752</b>	<b>3 832</b>	<b>4 191</b>	<b>4 146</b>	<b>4 338</b>
Burgund	631	719	858	999	1 067
Loire	313	294	423	441	385
Alsace	215	215	259	252	243
Bordeaux	179	240	269	172	158
Andre	2 414	2 364	2 383	2 282	2 486
<b>Italia</b>	<b>936</b>	<b>1 086</b>	<b>1 015</b>	<b>1 134</b>	<b>1 212</b>
<b>Australia</b>	<b>514</b>	<b>604</b>	<b>632</b>	<b>787</b>	<b>1 008</b>
<b>Ungarn</b>	<b>986</b>	<b>925</b>	<b>1 077</b>	<b>1 036</b>	<b>979</b>
<b>Argentina</b>	<b>151</b>	<b>394</b>	<b>562</b>	<b>602</b>	<b>710</b>
<b>Spania</b>	<b>454</b>	<b>487</b>	<b>527</b>	<b>478</b>	<b>488</b>
<b>Østerrike</b>	<b>99</b>	<b>78</b>	<b>115</b>	<b>256</b>	<b>357</b>
<b>Chile</b>	<b>233</b>	<b>218</b>	<b>188</b>	<b>214</b>	<b>337</b>
<b>USA</b>	<b>145</b>	<b>165</b>	<b>159</b>	<b>180</b>	<b>205</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>278</b>	<b>302</b>	<b>241</b>	<b>184</b>	<b>189</b>
<b>Portugal</b>	<b>112</b>	<b>112</b>	<b>174</b>	<b>124</b>	<b>137</b>
<b>Andre land</b>	<b>172</b>	<b>162</b>	<b>164</b>	<b>143</b>	<b>114</b>
<b>MUSSERENDE VIN</b>	<b>1 243</b>	<b>1 354</b>	<b>1 587</b>	<b>1 811</b>	<b>2 004</b>
<b>Spania</b>	<b>413</b>	<b>464</b>	<b>588</b>	<b>690</b>	<b>757</b>
<b>Frankrike</b>	<b>308</b>	<b>342</b>	<b>423</b>	<b>494</b>	<b>526</b>
Champagne	139	164	207	267	289
Andre franske	169	178	216	227	237
<b>Italia</b>	<b>353</b>	<b>374</b>	<b>393</b>	<b>435</b>	<b>480</b>
<b>Andre land</b>	<b>167</b>	<b>174</b>	<b>184</b>	<b>192</b>	<b>241</b>
<b>ROSÉVIN</b>	<b>283</b>	<b>378</b>	<b>617</b>	<b>683</b>	<b>936</b>
<b>Frankrike</b>	<b>110</b>	<b>146</b>	<b>185</b>	<b>191</b>	<b>242</b>
<b>Spania</b>	<b>28</b>	<b>47</b>	<b>164</b>	<b>185</b>	<b>240</b>
<b>Italia</b>	<b>52</b>	<b>89</b>	<b>118</b>	<b>147</b>	<b>217</b>
<b>Portugal</b>	<b>71</b>	<b>69</b>	<b>83</b>	<b>84</b>	<b>100</b>
<b>Andre rosé</b>	<b>22</b>	<b>28</b>	<b>66</b>	<b>76</b>	<b>137</b>
<b>AROMATISERT SVAKVIN</b>	<b>112</b>	<b>106</b>	<b>115</b>	<b>125</b>	<b>154</b>
<b>FRUKTVIN</b>	<b>97</b>	<b>92</b>	<b>109</b>	<b>114</b>	<b>122</b>
<b>Musserende fruktvin</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>Øvrig svakvin</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>
<b>TOTALT</b>	<b>50 064</b>	<b>52 893</b>	<b>54 878</b>	<b>56 651</b>	<b>59 278</b>

Tabell 6. Butikkenes omsetning 2008, kroner og liter per hovedvaregruppe

Butikknavn	Brutto omsetning (1000 kr)	Totalt	Brennevin	Vareliter Sterkvin	Svakvin	Øl	Alkoholritt
<b>Alta</b>	<b>57 080</b>	<b>296 952</b>	<b>71 689</b>	<b>2 107</b>	<b>218 307</b>	<b>4 514</b>	<b>335</b>
<b>Andenes</b>	<b>14 051</b>	<b>71 593</b>	<b>19 877</b>	<b>742</b>	<b>50 034</b>	<b>795</b>	<b>146</b>
<b>Arendal</b>	<b>104 841</b>	<b>638 803</b>	<b>98 934</b>	<b>7 847</b>	<b>525 479</b>	<b>5 551</b>	<b>992</b>
<b>Asker</b>	<b>186 742</b>	<b>1 196 166</b>	<b>113 309</b>	<b>12 862</b>	<b>1 059 284</b>	<b>9 623</b>	<b>1 088</b>
Asker sentrum	101 170	650 296	64 790	6 802	573 048	4 980	676
Holmen Senter, ombygget 20. juni	85 572	545 870	48 519	6 060	486 236	4 642	412
<b>Askim</b>	<b>50 977</b>	<b>272 918</b>	<b>66 993</b>	<b>4 450</b>	<b>198 044</b>	<b>3 086</b>	<b>345</b>
<b>Askøy</b>	<b>39 594</b>	<b>229 931</b>	<b>41 737</b>	<b>1 985</b>	<b>183 512</b>	<b>2 287</b>	<b>410</b>
<b>Bardufoss</b>	<b>24 918</b>	<b>132 037</b>	<b>31 625</b>	<b>1 204</b>	<b>97 100</b>	<b>1 786</b>	<b>322</b>
<b>Bergen</b>	<b>805 285</b>	<b>4 832 898</b>	<b>697 260</b>	<b>46 073</b>	<b>4 029 706</b>	<b>52 542</b>	<b>7 317</b>
Arna	42 007	242 374	45 198	2 065	191 228	3 427	455
Bergen Storsenter	106 163	630 630	97 644	6 456	514 999	10 691	840
Fyllingsdalen	82 589	505 513	73 326	4 458	422 087	4 996	646
Lagunen	108 277	671 938	81 430	5 760	578 089	5 646	1 013
Nesttun	64 043	389 939	48 476	4 670	332 835	3 421	538
Sletten	74 068	464 266	59 105	4 890	395 574	4 021	676
Valkendorfsgt.	114 764	639 527	93 892	6 801	530 409	7 557	869
Vestkanten	81 646	485 369	80 657	4 404	394 107	5 390	811
Åsane	131 728	803 341	117 532	6 569	670 379	7 392	1 469
<b>Bjørkelangen</b>	<b>25 485</b>	<b>126 079</b>	<b>37 501</b>	<b>2 269</b>	<b>84 454</b>	<b>1 650</b>	<b>205</b>
<b>Bodø</b>	<b>178 534</b>	<b>1 015 770</b>	<b>185 434</b>	<b>9 952</b>	<b>809 637</b>	<b>9 388</b>	<b>1 359</b>
Bodø sentrum	67 480	364 949	75 450	3 529	281 765	3 815	391
City Nord	111 054	650 821	109 985	6 423	527 873	5 573	968
<b>Brattvåg, åpnet 20. november</b>	<b>2 327</b>	<b>12 109</b>	<b>3 123</b>	<b>133</b>	<b>8 529</b>	<b>288</b>	<b>36</b>
<b>Brekstad</b>	<b>30 430</b>	<b>152 305</b>	<b>43 231</b>	<b>2 312</b>	<b>104 763</b>	<b>1 819</b>	<b>180</b>
<b>Bryne</b>	<b>67 309</b>	<b>372 526</b>	<b>80 526</b>	<b>3 258</b>	<b>284 625</b>	<b>3 562</b>	<b>555</b>
<b>Brønnøysund</b>	<b>30 997</b>	<b>155 156</b>	<b>42 528</b>	<b>2 069</b>	<b>108 685</b>	<b>1 671</b>	<b>203</b>
<b>Buskerud Storsenter</b>	<b>90 551</b>	<b>512 404</b>	<b>103 701</b>	<b>8 009</b>	<b>394 363</b>	<b>5 486</b>	<b>844</b>
<b>Bærum</b>	<b>345 250</b>	<b>2 165 550</b>	<b>221 306</b>	<b>28 465</b>	<b>1 896 476</b>	<b>17 559</b>	<b>1 746</b>
Bekkestua	99 061	615 592	53 700	7 651	548 924	4 807	510
Kolsås	103 893	657 641	75 530	7 884	567 580	6 168	479
Sandvika	79 206	488 523	53 869	6 244	424 347	3 576	486
Østerås	63 090	403 795	38 207	6 686	355 624	3 007	270
<b>Bø i Telemark</b>	<b>31 037</b>	<b>168 506</b>	<b>39 532</b>	<b>2 231</b>	<b>124 730</b>	<b>1 697</b>	<b>316</b>
<b>Bømlo</b>	<b>15 295</b>	<b>89 027</b>	<b>17 440</b>	<b>1 145</b>	<b>69 451</b>	<b>860</b>	<b>131</b>
<b>Båtsfjord</b>	<b>7 019</b>	<b>33 418</b>	<b>10 804</b>	<b>407</b>	<b>21 760</b>	<b>414</b>	<b>33</b>
<b>Dokka</b>	<b>27 914</b>	<b>139 237</b>	<b>40 626</b>	<b>2 754</b>	<b>94 028</b>	<b>1 697</b>	<b>134</b>
<b>Dombås</b>	<b>15 731</b>	<b>82 150</b>	<b>20 595</b>	<b>840</b>	<b>59 686</b>	<b>893</b>	<b>136</b>
<b>Drammen</b>	<b>203 379</b>	<b>1 182 913</b>	<b>199 175</b>	<b>20 076</b>	<b>949 086</b>	<b>13 378</b>	<b>1 199</b>
Bragernes	108 509	636 291	100 269	11 284	516 555	7 479	704
Strømsø	94 870	546 622	98 906	8 792	432 531	5 898	495
<b>Drangedal, åpnet 15. mai</b>	<b>3 790</b>	<b>21 190</b>	<b>4 728</b>	<b>475</b>	<b>15 684</b>	<b>261</b>	<b>43</b>
<b>Drøbak</b>	<b>49 252</b>	<b>304 824</b>	<b>37 044</b>	<b>3 499</b>	<b>261 783</b>	<b>2 186</b>	<b>312</b>
<b>Egersund</b>	<b>37 355</b>	<b>207 283</b>	<b>45 449</b>	<b>2 371</b>	<b>156 389</b>	<b>2 766</b>	<b>309</b>
<b>Eidsvoll, flyttet 22. mai</b>	<b>33 794</b>	<b>179 000</b>	<b>45 436</b>	<b>2 887</b>	<b>128 528</b>	<b>1 932</b>	<b>218</b>
<b>Elnevågen</b>	<b>20 645</b>	<b>107 815</b>	<b>29 339</b>	<b>1 287</b>	<b>75 390</b>	<b>1 658</b>	<b>141</b>
<b>Elverum</b>	<b>63 438</b>	<b>345 560</b>	<b>77 051</b>	<b>5 051</b>	<b>260 329</b>	<b>2 652</b>	<b>478</b>
<b>Evje</b>	<b>20 176</b>	<b>108 796</b>	<b>27 801</b>	<b>1 293</b>	<b>78 012</b>	<b>1 543</b>	<b>147</b>
<b>Fagernes</b>	<b>58 749</b>	<b>314 546</b>	<b>72 226</b>	<b>4 933</b>	<b>234 364</b>	<b>2 646</b>	<b>378</b>
<b>Farsund</b>	<b>22 721</b>	<b>131 840</b>	<b>25 373</b>	<b>1 221</b>	<b>103 698</b>	<b>1 301</b>	<b>247</b>
<b>Fauske</b>	<b>46 114</b>	<b>245 028</b>	<b>59 539</b>	<b>2 368</b>	<b>180 310</b>	<b>2 529</b>	<b>281</b>



Salget gjennom nettbutikk og kundesenter (e-handel) var 533 000 liter i 2008, som tilsvarer 0,8 prosent av Vinmonopolets omsetning på 73,8 mill. liter.

Butikknavn	Brutto omsetning		Vareliter					Øl	Alkoholfritt
	(1000 kr)	Totalt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	Øl	Alkoholfritt		
Finnsnes	43 197	228 223	56 571	1 779	166 431	3 026	415		
Flekkefjord	27 607	153 659	36 150	1 645	113 733	1 838	293		
Flisa	26 633	128 909	41 109	3 220	83 156	1 121	304		
Florø	31 353	165 697	39 737	1 447	122 745	1 593	175		
Fosnavåg	13 029	68 481	16 698	751	50 082	830	120		
Fredrikstad	148 878	830 017	164 650	14 070	641 053	8 965	1 279		
Gamlebyen	25 701	139 618	30 502	2 514	104 475	2 000	127		
Torvbyen	123 177	690 399	134 147	11 556	536 578	6 965	1 152		
Frøya	10 819	51 241	16 617	906	33 031	553	135		
Førde	65 841	360 829	81 585	3 551	269 444	5 737	512		
Gello	31 955	182 118	25 452	1 660	154 046	851	109		
Gjøvik	98 598	551 174	111 959	9 846	424 460	4 120	789		
Gol	50 740	277 522	59 653	3 286	210 945	3 295	343		
Gran	56 651	300 056	72 363	5 759	218 607	3 008	320		
Grimstad	43 639	266 485	39 858	3 250	220 920	1 909	548		
Grong	11 262	55 946	16 205	894	38 183	585	78		
Halden	44 998	239 944	59 286	4 071	171 770	4 434	384		
Hamar	135 289	780 806	137 811	11 584	623 166	7 222	1 023		
Hammerfest	40 558	203 046	54 591	1 533	143 892	2 771	258		
Harstad	91 293	512 527	101 387	4 438	400 428	5 602	673		
Haugesund	159 740	913 282	177 477	9 506	718 053	6 734	1 513		
Hitra	15 658	77 547	22 753	1 339	52 461	892	102		
Hokksund, åpnet 16. oktober	8 454	41 701	11 014	810	28 925	856	97		
Holmestrand	43 304	247 743	49 400	3 320	192 912	1 752	359		
Honningsvåg	13 803	69 832	20 022	572	48 532	611	95		
Horten	70 027	408 587	74 873	5 463	324 801	2 977	473		
Husnes, flyttet 8. februar	23 684	133 271	28 543	1 131	102 317	1 074	206		
Hvaler	11 108	64 893	11 122	636	52 730	354	52		
Hønefoss	92 483	527 158	103 103	8 719	409 446	5 365	524		
Høyanger	8 806	47 337	12 022	566	33 929	759	62		
Jessheim	92 646	513 284	106 072	6 496	394 294	5 615	807		
Jørpeland	27 392	154 298	32 279	2 095	118 462	1 179	282		
Karmøy	48 233	268 219	59 643	2 495	203 296	2 233	552		
Kautokeino	3 423	15 200	6 128	161	8 531	339	41		
Kirkenes	30 083	159 580	37 033	1 988	118 683	1 586	290		
Knarvik	56 682	319 717	67 283	2 703	245 412	3 753	566		
Kolbotn, flyttet 21. august	47 398	297 030	33 076	2 956	257 724	2 937	337		
Kolvereid	22 298	108 342	33 761	1 564	71 819	1 000	198		
Kongsberg	74 371	423 657	75 287	5 790	337 914	4 179	488		
Kongsvinger	39 702	188 930	61 213	4 408	121 418	1 659	231		
Kragerø	44 263	268 115	40 518	2 280	224 028	1 010	279		
Kristiansand	187 838	1 167 545	156 325	12 314	985 549	11 612	1 745		
Kongensgt.	101 651	637 807	79 466	6 639	543 704	6 898	1 099		
Lillemarkens	86 187	529 738	76 859	5 675	441 845	4 714	646		
Kristiansund N.	89 917	485 559	109 501	6 688	364 780	3 850	740		
Kyrksæterøra	14 330	72 984	19 972	1 170	50 913	810	119		
Lakselv	17 278	86 713	24 744	595	59 943	1 334	98		
Larvik	101 882	607 008	96 772	9 336	495 899	4 147	854		
Leknes	37 144	189 008	49 961	2 262	134 913	1 566	306		
Lena	28 722	144 532	41 096	2 361	100 007	898	171		
Levanger	42 796	234 684	51 055	3 209	178 093	2 021	306		

## URTEPREGET

En urtepreget aroma minner om tørkede urter, eller grønne friske urter som basilikum og mynte. Aromaene stammer fra jordsmonn eller druetype. For eksempel kan man finne salvie i Rhône-viner. Urtepreget grenser opp mot vegetal, men brukes positivt.



Butikknavn	Brutto omsetning		Vareliter					Øl	Alkoholfritt
	(1000 kr)	Totalt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	Øl	Alkoholfritt		
Liertoppen, åpnet 13. november	12 176	66 109	12 011	933	50 828	2 185	152		
Lillehammer	103 879	602 730	106 843	8 215	482 574	4 314	785		
Lillesand, ombygget 10. september	38 067	236 760	33 101	2 547	198 993	1 805	313		
Lom, åpnet 3. april	6 589	32 885	9 127	520	22 834	349	55		
Luster, åpnet 24. april	3 178	17 495	4 001	141	13 080	252	21		
Lyngdal, åpnet 8. mai	11 586	64 898	14 996	770	48 286	685	162		
Lødingen, åpnet 3. april	5 266	28 348	6 704	281	21 069	251	43		
Lørenskog, Triaden, ombygget 23. oktober	91 884	537 022	87 464	6 901	434 895	7 015	748		
Løten	9 763	49 167	14 211	1 185	33 302	425	44		
Mandal, flyttet 10. april	43 464	257 748	45 166	3 274	206 639	2 254	416		
Melhus	32 372	164 949	42 380	2 331	118 599	1 443	197		
Mo i Rana	101 624	546 602	122 196	7 134	410 679	5 980	613		
Molde	99 876	579 589	105 428	6 851	460 349	5 982	979		
Mosjøen	48 380	256 387	59 446	2 956	189 934	3 739	312		
Moss	67 870	391 626	66 833	6 450	314 370	3 407	566		
Myre	10 796	54 507	15 571	427	37 784	443	282		
Mysen	26 397	134 214	37 717	2 277	92 616	1 344	260		
Måløy	21 082	108 715	28 341	821	78 211	1 187	156		
Namsos	57 851	300 210	77 038	5 112	215 262	2 450	348		
Namsskogan, åpnet 6. mars	1 631	8 202	2 355	125	5 545	167	10		
Narvik	76 130	413 972	89 822	3 753	316 036	3 703	657		
Nesodden	43 328	279 242	27 486	2 853	245 539	3 110	254		
Nittedal	38 444	225 353	38 477	2 872	180 629	3 121	253		
Nordfjordeid	23 436	127 139	29 524	1 242	94 124	2 074	175		
Norheimsund	22 929	134 369	24 177	1 090	107 713	1 250	139		
Notodden	36 845	205 514	44 214	2 876	156 578	1 554	292		
Nøtterøy	104 275	649 313	81 024	8 557	556 611	2 428	692		
Odda	28 314	163 166	33 261	2 001	125 785	1 927	192		
Oppdal	37 256	204 534	40 850	2 281	159 140	2 022	241		
Orkanger	60 938	319 593	76 918	4 924	234 456	2 970	325		
Os	45 540	269 975	44 604	2 332	220 438	2 255	346		
Oslo	2 158 251	12 741 543	1 455 014	148 530	10 979 879	140 545	17 574		
Alna	63 585	374 249	51 544	3 429	313 359	5 395	522		
Briskeby	109 319	532 582	34 797	5 755	487 550	4 086	394		
CC Vest	219 036	1 353 424	90 833	17 534	1 234 924	8 944	1 189		
Frogner	83 507	503 638	42 945	6 844	449 676	3 683	491		
Grünerløkka	51 991	311 800	41 494	2 215	264 043	3 641	407		
Grønland Basar	44 149	263 469	39 982	2 003	217 059	4 103	322		
Holmlia	45 424	284 272	39 673	4 158	237 564	2 581	296		
Linderud	63 541	368 338	66 975	5 304	292 272	3 272	516		
Majorstuen	113 947	719 594	61 127	10 141	643 143	4 578	605		
Manglerud	148 922	912 933	111 928	11 570	778 476	9 712	1 247		
Oslo City	148 900	874 581	130 442	9 479	719 671	13 577	1 412		
Oslo S	54 422	305 713	58 033	3 191	240 432	3 774	283		
Rommen	106 747	534 887	47 117	5 728	473 985	4 785	3 272		
Rosenkrantzgt.	45 598	274 991	26 137	2 249	241 806	4 389	409		
Røa	80 209	508 836	40 578	8 028	455 896	3 847	488		
Sandaker	76 518	459 299	64 579	5 528	381 690	6 626	876		
St.Hanshaugen	45 379	287 392	29 742	2 594	249 032	5 683	341		
Steen & Strøm	67 432	395 084	36 379	3 818	349 429	4 928	530		
Storo	92 420	544 882	55 228	5 445	476 534	6 803	872		



## KRYDRET

Denne aromagruppen har referanser til blant annet krydder av frø, bark, blomsterknopper, pepper, allehånde, nellik, kardemomme, kanel, anis med flere. For eksempel kan man finne en krydret aroma av pepper i Grüner Veltliner.

Butikknavn	Brutto omsetning		Vareliter				
	(1000 kr)	Totalt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	Øl	Alkoholfritt
Stovner, ombygget 28. august	84 629	477 880	95 750	6 947	367 352	7 185	647
Thereses gate	71 145	447 305	38 072	3 762	399 983	5 008	480
Tveita	100 835	593 650	100 678	9 248	475 609	7 569	548
Ullevål Stadion	79 271	505 767	37 080	5 583	456 023	6 553	528
Vika	89 799	508 188	40 312	3 667	459 125	4 506	579
Økern	71 526	398 787	73 589	4 311	315 248	5 318	321
<b>Otta</b>	<b>24 352</b>	<b>128 842</b>	<b>32 159</b>	<b>2 389</b>	<b>92 946</b>	<b>1 197</b>	<b>152</b>
Porsgrunn	96 249	558 847	103 258	7 634	442 114	4 481	1 361
Rakkestad	14 545	73 278	20 733	1 225	50 278	915	128
Raufoss	26 752	138 245	37 231	2 603	97 222	1 076	114
Re, åpnet 19. november	5 359	27 598	6 105	505	20 341	574	74
Rena	14 797	78 031	19 361	1 585	56 506	505	75
Ringeby, åpnet 20. juni	8 694	45 994	10 820	575	34 070	455	74
Rissa	14 101	71 155	20 110	1 077	49 294	523	151
Risør	23 429	147 470	20 349	1 650	124 650	626	197
Rjukan	19 753	107 456	24 066	1 500	80 667	1 056	167
Rognan	13 858	71 661	18 655	867	51 173	850	116
Rudshøgda	67 595	360 374	87 331	6 767	263 892	1 997	388
Rygge	71 690	417 706	74 931	5 921	332 261	4 037	557
Røros	30 006	155 681	36 704	1 936	115 471	1 367	203
Sandane	12 485	68 666	15 136	864	51 734	864	68
Sandefjord	143 642	859 671	128 048	12 339	712 945	5 267	1 072
Sandnes	287 246	1 691 866	259 481	15 991	1 397 335	16 884	2 175
Kvadrat	186 276	1 111 696	159 094	8 445	931 651	11 045	1 461
Sandnes sentrum	100 970	580 170	100 387	7 546	465 684	5 839	714
Sandnessjøen	39 093	207 231	49 826	2 364	152 856	1 906	279
Sarpsborg	80 722	426 708	103 089	8 084	308 109	6 597	830
Sauda	18 587	101 408	25 143	1 187	74 078	879	122
Seljord	13 334	70 380	17 927	1 134	50 294	974	50
Setermoen	12 064	64 905	15 451	542	48 067	621	224
Sjøvegan, åpnet 3. juli	4 468	23 929	5 594	203	17 658	365	110
Skedsmo	194 682	1 105 072	203 966	14 121	872 119	13 341	1 525
Lillestrøm	88 625	493 478	94 333	7 255	385 247	5 993	650
Strømmen	106 058	611 594	109 633	6 866	486 872	7 348	875
Ski	104 700	631 280	91 677	6 980	524 529	7 210	882
Skien	101 317	598 903	104 310	9 191	480 385	4 285	732
Skjervøy	6 850	32 712	10 772	282	21 354	290	14
Slemmestad	65 623	403 699	59 872	4 420	334 899	4 050	458
Sogndal	33 250	185 564	40 095	1 631	140 429	3 154	255
Sortland	54 893	290 419	72 763	2 592	211 412	3 038	614
Sotra	59 620	350 900	62 590	3 489	280 658	3 413	750
Stange	26 198	137 676	35 455	3 038	98 085	926	172
Stathelle	45 539	271 473	47 011	3 369	218 879	1 878	337
Stavanger	326 131	1 975 141	280 664	19 819	1 654 500	17 534	2 624
Hillevåg	149 349	934 983	124 698	9 041	792 842	6 930	1 472
Straensenteret	121 524	726 017	101 166	7 143	609 597	7 275	836
Verksgata, flyttet 18. juni	55 258	314 142	54 799	3 635	252 062	3 329	317
Steinkjer	77 985	408 491	102 269	5 514	297 021	3 065	622
Stjørdal	74 877	399 113	95 602	5 014	292 954	4 953	590
Stokmarknes	19 409	105 690	24 604	1 069	79 025	800	194
Stord	53 557	313 774	58 254	2 658	249 877	2 585	400

Butikknavn	Brutto omsetning		Vareliter				
	(1000 kr)	Totalt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	Øl	Alkoholfritt
Storslett, ombygget 24. april	19 478	96 245	27 836	827	66 049	1 378	155
Storsteinnes	14 209	68 837	21 156	598	45 753	1 244	86
Stranda	9 922	55 880	11 424	543	42 752	1 107	55
Stryn	21 130	112 707	26 790	1 099	82 978	1 668	173
Støren	17 706	85 611	25 880	1 085	57 525	981	140
Sunnalsøra	27 757	145 390	35 588	1 909	106 593	1 158	143
Surnadal	22 390	115 681	30 835	1 587	80 849	2 287	124
Svolvær	40 458	216 689	49 053	3 432	162 636	1 378	190
Sykkylven	11 678	65 783	14 027	581	50 173	879	123
Søgne	34 257	210 524	33 847	1 796	173 020	1 570	291
Sørumsand, åpnet 13. november	3 498	17 854	4 337	247	12 681	548	41
Tjøme, åpnet 26. juni	12 441	77 657	8 416	950	67 732	464	95
Tromsø	252 552	1 443 808	247 098	10 779	1 160 737	22 895	2 298
Langnes	103 372	606 925	92 996	4 482	498 439	10 121	886
Tromsdalen	67 175	381 365	69 550	2 385	302 726	5 957	748
Tromsø sentrum	82 005	455 518	84 552	3 913	359 573	6 816	665
Trondheim	594 834	3 386 447	607 367	40 561	2 697 987	35 745	4 788
Byhaven, ombygget 7. mars	57 932	327 634	56 259	4 125	263 197	3 576	477
City Syd	134 493	747 081	154 531	9 145	576 094	6 041	1 271
Lade	111 195	646 678	111 971	7 613	518 943	7 350	801
Munkegata	79 538	442 394	90 501	5 502	341 608	4 149	634
Nedre Elvehavn	77 489	445 472	67 773	4 501	367 514	5 033	651
Valentinlyst	134 187	777 189	126 332	9 676	630 631	9 596	953
Trysil	26 253	133 856	33 595	2 103	96 420	1 561	176
Tvedestrand	35 575	215 705	34 127	2 768	177 200	1 306	305
Tynset	33 424	172 000	45 286	2 594	122 267	1 627	227
Tønsberg	104 110	630 071	96 982	8 540	520 153	3 752	644
Ulefoss	7 689	43 894	9 402	847	33 084	519	41
Ulsteinvik	32 659	179 274	38 939	1 680	134 794	3 682	180
Vadsø	17 236	95 239	20 693	829	72 182	1 357	178
Vanylven, åpnet 10. april	2 985	15 267	4 516	164	10 357	190	39
Vardø, åpnet 8. mai	3 688	18 224	5 360	402	12 151	260	53
Vennesla	19 485	107 210	26 096	1 060	78 344	1 533	176
Verdal	37 114	187 351	51 647	3 070	130 223	2 197	214
Vestby, åpnet 21. februar	22 009	128 901	22 197	1 650	103 681	1 287	86
Vikersund	32 649	179 254	40 235	3 357	133 675	1 759	228
Vinje	13 863	72 824	18 328	1 080	51 817	1 491	109
Vinstra	34 122	177 491	45 359	2 505	128 115	1 177	335
Vinterbro	69 764	436 476	59 664	4 335	366 756	5 197	524
Volda	18 212	105 043	20 899	1 004	80 926	2 104	110
Voss	49 334	284 287	53 615	2 719	223 054	4 505	395
Vågå	8 830	46 416	11 486	650	33 803	406	71
Ørnes	20 648	104 378	27 662	989	74 136	1 178	414
Ørsta	23 083	130 819	27 422	1 257	99 466	2 499	175
Ålesund	201 883	1 162 549	209 304	11 964	929 641	9 856	1 784
Sentrum	836	386 823	71 469	3 895	308 014	2 810	636
Stormoa	133 545	775 726	137 835	8 069	621 627	7 046	1 148
Åndalsnes	21 453	115 230	27 045	1 423	84 903	1 725	134
Årdal	16 390	80 445	22 703	668	56 034	942	98
Årnes	36 666	190 736	48 560	3 505	136 109	2 270	292
<b>Totalt</b>	<b>12 864 884</b>	<b>73 827 707</b>	<b>12 797 153</b>	<b>895 038</b>	<b>59 277 718</b>	<b>755 437</b>	<b>102 361</b>

Tabell 7a. Grossistenes markedsandel 2008,  
totalt salg, 1000 liter

Grossist	Liter	Andel
Arcus	8 601	11,6 %
V&S Norway AS	6 478	8,8 %
Ekjord AS	3 474	4,7 %
Engelstad Vin og Brennevin	3 319	4,5 %
Vectura AS	3 255	4,4 %
Brand Partners AS	3 228	4,4 %
Best Buys International AS	3 027	4,1 %
Red & White AS	2 514	3,4 %
Stenberg & Blom AS	2 426	3,3 %
Eurowine AS	2 202	3,0 %
Fondberg AS	2 138	2,9 %
Excellars AS	1 921	2,6 %
Best Cellars AS	1 776	2,4 %
Strøm AS	1 749	2,4 %
Bibendum AS	1 742	2,4 %
Andre	25 978	35,2 %
<b>TOTALT</b>	<b>73 828</b>	<b>100,0 %</b>

Tabell 7c. Grossistenes markedsandel 2008,  
brennevin, 1000 liter

Grossist	Liter	Andel
Arcus	4 268	33,3 %
Diageo Norway AS	1 692	13,2 %
Maxxium Norge AS	892	7,0 %
V&S Norway AS	865	6,8 %
Vectura AS	637	5,0 %
Bacardi Martini AS	598	4,7 %
Company of Spirits	589	4,6 %
Robert Prizelius AS	577	4,5 %
Bibendum AS	401	3,1 %
Brand Partners AS	391	3,1 %
Helge Wiig A/S	288	2,3 %
Stenberg & Blom AS	201	1,6 %
Ekjord AS	173	1,3 %
Strøm AS	146	1,1 %
Interbrands Norge AS	146	1,1 %
Andre	933	7,3 %
<b>TOTALT</b>	<b>12 797</b>	<b>100,0 %</b>

Tabell 7b. Grossistenes markedsandel 2008,  
svakvin, 1000 liter

Grossist	Liter	Andel
V&S Norway AS	5 613	9,5 %
Arcus	4 218	7,1 %
Ekjord AS	3 300	5,6 %
Engelstad Vin og Brennevin	3 206	5,4 %
Best Buys International AS	3 020	5,1 %
Brand Partners AS	2 800	4,7 %
Red & White AS	2 506	4,2 %
Vectura AS	2 473	4,2 %
Stenberg & Blom AS	2 192	3,7 %
Eurowine AS	2 151	3,6 %
Fondberg AS	2 128	3,6 %
Excellars AS	1 921	3,2 %
Best Cellars AS	1 774	3,0 %
United Wineries AS	1 685	2,8 %
Strøm AS	1 584	2,7 %
Andre	18 706	31,6 %
<b>TOTALT</b>	<b>59 278</b>	<b>100,0 %</b>

Tabell 8. Vinmonopolets vareutvalg

År	Antall produkter	Nye produkter
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	10 900	1 200
2008	11 200	300



2008  
11 200  
produkter



2007  
10 900  
produkter



2006  
9 700  
produkter



2005  
8 500  
produkter



2004  
8 100  
produkter



2003  
7 000  
produkter



2002  
6 350  
produkter



2001  
5 600  
produkter



2000  
5 000  
produkter



1999  
4 000  
produkter

#### VINMONOPOLET'S 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 1200.

Tabell 9. Det registrerte alkoholforbruket i Norge per innbygger, 15 år og over, 1920 – 2008<sup>8</sup>

År	Liter			Totalt	Liter ren alkohol <sup>9</sup>			
	Brennevin	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	3,43	17,51	67,90	6,60	1,35	2,11	3,02	0,12
2008 <sup>10</sup>	3,44	18,04	68,96	6,79	1,35	2,24	3,07	0,17

## JORDSMONNSPREG

Jordsmonnspreg er en fellesbetegnelse på aromaene med opprinnelse i jordsmonnet. De kan ha preg av mineraler, urter, balsam med mer. Dette er det avgjørende kriteriet for skillet mellom god og høy kvalitet.

Tabell 10. Registrert omsetning av alkohol i Norge 1920 – 2008, 1000 liter<sup>8</sup>

År	Liter				Totalt	Liter ren alkohol <sup>9</sup>			
	Brennevin	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	12 934	65 874	256 072	9 839	24 917	5 101	7 955	11 417	444
2008 <sup>10</sup>	13 150	68 900	264 000	11 100	26 000	5 130	8 560	11 800	500



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 sterk øl.

<sup>10</sup> Anslag. Det finnes ikke offisiell alkoholstatistikk for Norge for 1998. Tallene for 2008 var ikke klare da årsmeldingen 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 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

## "Vinmonopolet's ambition is to handle beverage sales in the best interests of both the individual and the community."

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

The sales rose by 3.9 per cent from the year before to 73.8 million litres. The sales of table wine increased by 4.6 per cent to 59.3 million litres while the sales of spirits increased by 1.1 percent to 12.8 million litres. The figure for fortified wine shows 895 000 litres, down 6.6 per cent. The rise in overall sales is due to various factors: 17 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 2008 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 10 305.4 million in sales revenue excluding VAT last year. Profit before tax came to NOK 175.2 million as against NOK 167.2 million the year before. The special tax levied on Vinmonopolet in lieu of ordinary corporation tax is put at NOK 35.2 million. By decision of Stortinget (the Parliament), Vinmonopolet will pay a dividend of 50 per cent of profit after the special tax to the state. This amounts to NOK 70.0 million.

As of 31 December, Vinmonopolet had 239 shops in operation with 1 808 full- and part-time employees. Work hours corresponded to 1 215 full-time employees.

## Key figures

	2008	2007	2006	2005	2004	2003
<b>SALES (1 000 litres)</b>						
Table wine	59 278	56 651	54 878	52 893	50 064	47 529
Fortified wine	895	958	1 001	1 047	1 098	1 141
Spirits	12 797	12 657	12 080	11 678	11 389	11 539
Other products	858	813	790	793	787	776
<b>TOTAL</b>	<b>73 828</b>	<b>71 079</b>	<b>68 749</b>	<b>66 411</b>	<b>63 338</b>	<b>60 985</b>
<b>REVENUE AND RESULTS (NOK mill)</b>						
Gross sales revenue (incl VAT)	12 872,2	12 164,3	11 440,0	10 863,0	10 260,0	9 575,5
Operating revenue	10 305,4	9 742,7	9 161,2	8 708,4	8 275,4	7 725,2
Operating profit	107,5	122,8	90,1	101,3	98,8	68,4
Net profit before tax	175,2	167,2	110,3	116,6	115,5	101,6
<b>CAPITAL</b>						
Assets (NOK mill)	2 708,2	2 447,8	2 335,3	2 102,9	1 849,6	1 592,9
Shareholder's equity (NOK mill)	417,1	407,6	287,1	365,8	578,3	543,2
Equity to assets ratio (%)	15,4	16,7	12,3	17,4	31,3	34,1
<b>PROFITABILITY (%)</b>						
Gross profit ratio <sup>1)</sup>	12,0	12,1	12,1	12,2	12,2	12,3
Operating margin <sup>2)</sup>	1,7	1,7	1,2	1,4	1,4	1,3
Return on assets <sup>3)</sup>	6,9	7,1	5,0	5,9	6,8	6,6
Return on shareholder's equity <sup>4)</sup>	42,5	48,1	33,8	24,7	20,6	19,5
<b>LIQUIDITY</b>						
Current ratio (%) <sup>5)</sup>	148,2	145,4	134,9	128,9	124,1	124,9
Working capital (NOK mill) <sup>6)</sup>	739,2	639,8	491,3	378,2	294,9	248,9
<b>EMPLOYEES</b>						
Total permanent employees at Dec 31	1 808	1 787	1 743	1 701	1 702	1 699
Of which: full time	673	675	657	637	642	647
part time	1 135	1 112	1 086	1 064	1 060	1 052
Equivalent full-time employees	1 215	1 135	1 121	1 122	1 121	1 127
Retail outlets at Dec 31	239	222	211	199	195	188

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

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

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

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

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

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

**AS Vinmonopolet**

Foretaksregisteret NO 817 209 882 MVA

**Kjedekontor**

Akersgt. 51, Oslo  
Postboks 6953, St. Olavs plass, 0130 Oslo  
Telefon 04560  
Telefaks 22 01 50 09

[www.vinmonopolet.no](http://www.vinmonopolet.no)  
[kundesenter@vinmonopolet.no](mailto:kundesenter@vinmonopolet.no)

Design: Teft Design  
Foto: Billy Bonkers (cover og matbilder)  
Hans Fredrik Asbjørnsen  
iStockphoto (loft)  
Trykk: Nørhaven  
Opplag: 4000  
Trykket på miljøvennlig papir



# Vin til dessert

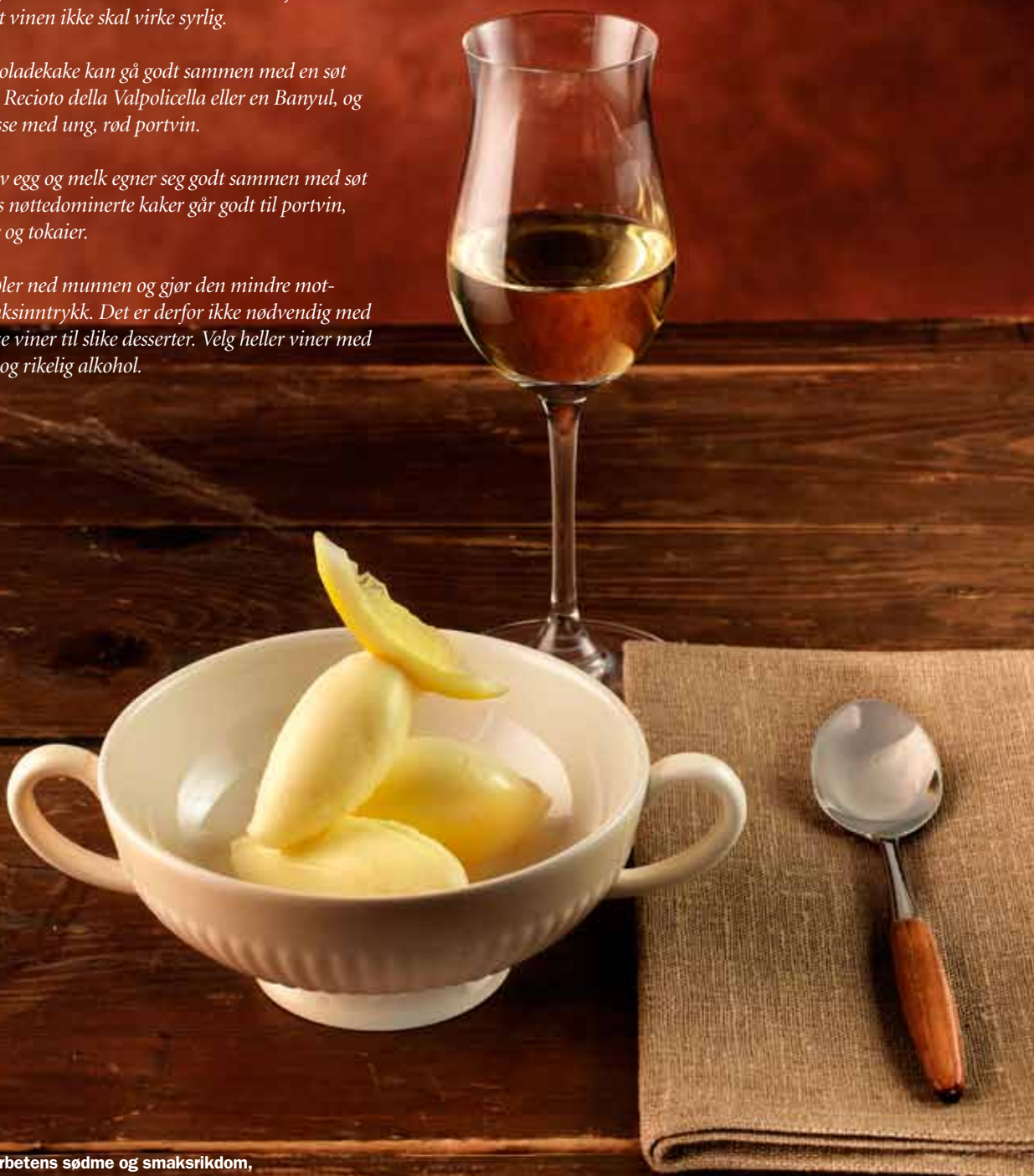
*Dette er ingen enkel kombinasjon, ikke minst fordi mange desserter er sammensatt av mange ingredienser: Friske bær, iskrem, sjokolade, nøtter og bakverk, som hver for seg ville ha krevd forskjellige viner.*

*En hovedregel er at sødmen i vinen må være høyere enn den i desserten for at vinen ikke skal virke syrlig.*

*En kraftig sjokoladekake kan gå godt sammen med en søt rødvin som en Recioto della Valpolicella eller en Banyul, og sjokolademousse med ung, rød portvin.*

*Kaker preget av egg og melk egner seg godt sammen med søt Marsala, mens nøttedominerte kaker går godt til portvin, creamy-sherry og tokaier.*

*Is og sorbet kjøler ned munnen og gjør den mindre motakelig for smaksinntrykk. Det er derfor ikke nødvendig med store komplekse viner til slike desserter. Velg heller viner med en viss tyngde og rikelig alkohol.*



**Avhengig av sorbetens sødme og smaksrikdom, vil fruktige og friske søte viner som Sauternes, Eiswein og Muskatellviner kunne anbefales.**