



2018

# Vinmonopolet

ÅRSRAPPORT



# INNHold

## 2

LEDER

## 6

STRATEGI OG  
VERDIPLATTFORM

## 7

ÅRETS BUTIKK

## 8

KUNDE-  
SEGMENTERING

## 10

2018 I KORTE TREKK

## 12

PRISER OG  
UTMERKELSER

## 13

KJEDEDRIFT OG  
-UTVIKLING

## 17

KATEGORI OG  
INNKJØP

## 21

DIGITALISERING  
OG NETTHANDEL

## 25

KOMMUNIKASJON OG  
SAMFUNNSKONTAKT

## 29

STRATEGI OG  
ORGANISASJON

## 35

ØKONOMI  
OG ANSKAFFELSER

## 38

ORGANISASJONS-  
KART

## 39

LEDERGRUPPEN

## 40

ÅRSBERETNING  
2018

## 43

STYRET

## 44

REGNSKAP

Resultat .....	44
Balanse .....	45
Kontantstrømoppstilling ..	46
Noter til regnskapet .....	47
Revisors beretning .....	54
Nøkkel tall .....	57
Statistikk .....	58

## 71

ENGELSK  
OPPSUMMERING/  
ENGLISH SUMMARY

**AS VINMONOPOLET**  
Foretaksregisteret  
NO 817 209 882 MVA

**KJEDEKONTOR**  
Dronning Eufemias gate 11  
Postboks 6953,  
St. Olavs plass, 0130 OSLO  
Telefon 22 01 50 00  
Telefaks 22 01 50 09

vinmonopolet.no  
kundesenter@vinmonopolet.no

**Design:** Dinamo

**Foto:**  
Glenn Røkeberg (s. 1, 13, 17, 21,  
25, 29, 31, 36)  
Tommy Andresen (s. 3)  
Erik Thallaug (s. 7, 28)  
Ellen Johanne Jarli (s. 12)  
Siri Holland (s. 15)  
Ann Kristin Bakkeng (s. 19)  
Idar Sørensen (s. 20)

**Illustrasjon:**  
Berit Sømme (s. 32)

**Trykk:** Wittusen & Jensen

**Opplag:** 2 000

Trykket på miljøvennlig papir.

**HILDE BRITT MELLBYE**

administrerende direktør

**BÆREKRAFTMÅL**



**17 Samarbeid for å nå målene**

Alle må samarbeide for å få bukt med klimautfordringene. Vi i Vinmonopolet skal gjøre vårt. Vinmonopolet har et aktivt samarbeid med både lokale, nasjonale og internasjonale organisasjoner og bedrifter. Dette fører til synergier og bedre resultater enn hva vi ville klart å oppnå på egen hånd.

**VINSTIL FRA DRIKKEVELGER**



Fet og floral, og Utviklet og nyansert

**KUNDESEGMENT**



Søkende (trodde jeg var blitt bevisst, men er tilbake på søkende igjen)

**VINMONOPOLET**

1848 ansatte

**HØYDEPUNKT I 2018**



**Omdømmeprisen og Poltreffet**



## ADs beretning

# Vår visjon er å være ønsket av alle

**DET MEST SENTRALE** vi fikk på plass i 2018, var ny organisasjon og forankring av ny selskapsstrategi. Hovedformålet med denne er å sikre at Vinmonopolet består som samfunnets viktigste virkemiddel for ansvarlig salg av alkohol. For å oppnå dette må vi nå vår visjon: Ønsket av alle.

## SAMFUNNSOPPDRAG OG SAMFUNNSANSVAR

**ANSVARLIG SALG** er den viktigste delen av Vinmonopolets samfunnsansvar. Vi jobber målrettet med å begrense konsum og skader. Hver eneste dag er våre butikkansatte oppmerksomme på ikke å selge alkohol til mindreårige. De sjekket mer enn 3,7 millioner legitimasjoner i 2018 og kontrollerte med det alder på nesten 11 prosent av kundene.

**HOLDNINGSSKAPENDE ARBEID** er også en viktig del av vårt samfunnsoppdrag. I 2018 lanserte vi en ny alderskampanje etter «audition» i målgruppen året før. Hvert andre år gjennomfører vi en landsdekkende holdningsundersøkelse i samarbeid med Kantar TNS. Årets undersøkelse viste blant annet at over halvparten av alle foreldre frykter at mindreårige i deres familie skal bli utsatt for vold og overgrep i forbindelse med bruk av alkohol. Vi må stå sammen om å ta vare på de unge, og i årets kampanje mot langing oppfordret vi voksne til å ta ansvar.

**SAMFUNNSANSVAR** tar vi på alvor. Som en naturlig forlengelse av samfunnsoppdraget ser vi samfunnsansvar og bærekraft i et globalt perspektiv. Klima, miljø og etikk vil bli stadig viktigere i tiden

framover og er en integrert del av hele vårt arbeid.

**VI HAR LAGET EN BÆREKRAFTRAPPORT** etter standard fra Global Reporting Initiativ (GRI) for første gang. Den viser hvilke miljømessige, økonomiske og sosiale fotavtrykk Vinmonopolet setter. Her blir arbeidet vi gjør med bærekraft, synliggjort og målt, som menneskerettigheter i leverandørkjeden og mangfold og integrering internt. Rapporten gir oss bedre oversikt over arbeidet vi gjør, forventninger til oss og hva vi bør gjøre annerledes.

**FNS BÆREKRAFTMÅL** er en hjelp i vårt arbeid med samfunnsansvar. Vi har valgt å konsentrere oss spesielt om fem av dem: god helse, anstendig arbeid og økonomisk vekst, ansvarlig forbruk og produksjon, stoppe klimaendringene og samarbeid for å nå målene.

**SERTIFISERT ETISK** handler om at alle som er involvert i vinindustrien, skal ha anstendige arbeidsforhold. Vi lanserer stadig flere produkter som er sertifisert av uavhengige ordninger som «Fairtrade» og «Fair for Life» for å hjelpe kundene med å ta gode valg. I desember hadde vi 27 produkter i denne kategorien. Vi gjennomførte 25 inspeksjoner i risikoland og holdt for første gang kurs om etisk handel for produsenter og fagforeninger i Sør-Afrika.

**LETTVEKTSEMBALLASJE** gir god miljøeffekt. Målet er at all vin under 150 kroner skal komme i lettvektsemballasje. Tiltaket vil spare miljøet på flere

måter. Det gir mindre energikrevende produksjon av glass og mer miljøbesparende frakt. I 2018 utgjorde stille vin i miljøsmart emballasje 33,4 prosent, 1,9 prosent mer enn i 2017.

## MENNESKER OG ORGANISASJON

**NORGES BESTE ARBEIDSPASS** innen 2022 er en av våre ambisjoner. Et ledd i dette er våre nye lederprinsipper. Lederne skal inspirere og involvere, de skal balansere, og de skal utvikle og utfordre.

**OPPMERKSOMHET PÅ NÆRVÆR** har som mål å redusere sykefraværet i bedriften. Større oppmerksomhet på oppfølging av sykefravær har gitt resultater og det gode arbeidet fortsetter i 2019. .

**RAUS, SOLID OG DYNAMISK** er våre nye verdier. De skal hjelpe oss med å samarbeide og jobbe mot de samme målene.

Objectives and Key Results (OKR), eller mål og nøkkelresultater, er en ny målstyringsmetode vi har tatt i bruk for å realisere strategien. De strategiske områdene marked, samfunn, eier og organisasjon har fått definerte mål. Verktøyet skal bidra til å ta hele organisasjonen i samme retning, prioritere oppgaver og knytte dem til strategien.

**VI INNFORTE WORKPLACE** i januar – Facebooks løsning for bedriftsmarkedet. Sammen med Microsoft Office 365 erstatter den det gamle intranettet og internmagasinet *Apropol*. Her kan alle oppdatere seg, dele informasjon og kommentere saker. 91,5 prosent har tatt i bruk kontoen sin, godt over målet vi satte ved lansering.

**MATRISERORGANISERING** skal styrke organisasjonens struktur og kultur. Samarbeid på tvers av fagområdene, flyt av erfaring og kunnskap skal sikre at vi jobber etter strategien og verdiene våre.

**KJEDEKONTORET** flyttet i juni fra Akersgata til nye, sentrale lokaler i «Diagonale» i Bjørvika. Aktivitetsbaserte arbeidsplasser legger til rette for matrisearbeid i praksis. Bedre samhandling mellom avdelingene vil gi oss mer effektive prosesser og bedre service til butikkene.

«**POLTREFFET**» ble arrangert i oktober for alle ansatte. Samlingen var viktig for å sikre at alle kjenner strategien og våre nye verdier og mål. Poltreffet var en suksess og gjør at alle kan jobbe sammen mot felles mål i tiden framover.

## KUNDEMØTE, MARKED

**EN STERK SAMFUNNSPOSIJON** styrker muligheten til å oppfylle samfunnsoppdraget vårt. Vi skal lytte til kundene, forstå deres ønsker og behov og følge med på handlemønstre for å utvikle løsninger og driftskonsept. Innsikt er viktig, og i 2018 utarbeidet vi en ny segmenteringsmodell basert på en kundeundersøkelse. Den blir et viktig verktøy framover.

**SALGET I 2018** økte med 1,6 prosent i volum, rundt 1,3 millioner liter, sammenliknet med 2017. Mesteparten av veksten kom under hetebølgen fra midten av mai og ut juli. Disse 13 ukene stod for to tredjedeler av hele årsveksten. I andre kvartal målte SSB redusert grensehandel, men for resten av året økte den markant.

**SALGSTRENDENE** fra 2017 ble forsterket i 2018. Sterkest er trenden «lyst og lett» som fortsetter å gi økt salg av alkoholfritt og produkter med lavere alkoholstyrke. Rødvin er fortsatt vår største varekategori målt i liter, med 47 prosent av

salget. Likevel gikk rødvinssalget ned for sjette år på rad.

**VI ETABLERTE ÅTTE NYE BUTIKKER** i 2018. Det blir stadig vanskeligere å finne steder for etablering av lønnsomme butikker og vi må å tenke annerledes framover. Vi har også utarbeidet en ny modell for kategorisering av butikkene våre. Den gir kundene et styrket utvalg basert på lokal etterspørsel.

**EN UTREDNING OM TAXFREE** og konsekvensene dersom Vinmonopolet overtar alkoholsalg ved norske lufthavner, ble ferdigstilt i september. Temaet skapte stor debatt i media, men det gjenstår å se om vi når vårt mål om å sikre politisk aksept for overtakelse.

**NYE DIGITALE VERKTØY** ble lansert og skal sikre at vi lykkes med varefaglig rådgiving også på nett. Netthandel utgjør en liten andel av salget vårt, men veksten er høy. For andre år på rad ble løsningen kåret til beste netthandel av BearingPoint. Likevel har vi lang vei å gå for å gjøre kundene kjent med den.

«**DRIKKEVELGEREN**» ble lansert og appen vår videreutviklet. Drikkevelgeren er en tjeneste som skal hjelpe kundene med å manøvrere blant alle produktene i nettbutikken. Vi har jobbet med automatisering av prosesser og har forberedt oppstart av en pilotbutikk i 2019 hvor vi blant annet vil teste automatisert utsjekk.

## ØKONOMI OG RESSURSER

**VINMONOPOLET'S SALG** og salgsinntekter økte i 2018 sammenliknet med 2017, godt hjulpet av en fin sommer. Samtidig økte kostnadene tilsvarende, noe som medførte at resultatmarginen ble noe lavere enn i 2017. Særlig økte kostnadene til BankAxept betydelig i 2018.

Våre lave driftsmarginer gjør at vi

kontinuerlig vurderer nødvendige tiltak for å sikre at kostnadsveksten ikke overstiger inntektsveksten til selskapet. Vi setter derfor inn en ekstra innsats for å sikre lønnsom drift framover.

## FRAMTIDSUTSIKTER

**ÅTTE OVERORDNEDE OKR-MÅL** som reflekterer våre ambisjoner og utfordringer for 2019, er fastsatt av ledergruppen. Ansvaret for å konkretisere målene ligger nå i de enkelte avdelinger og team.

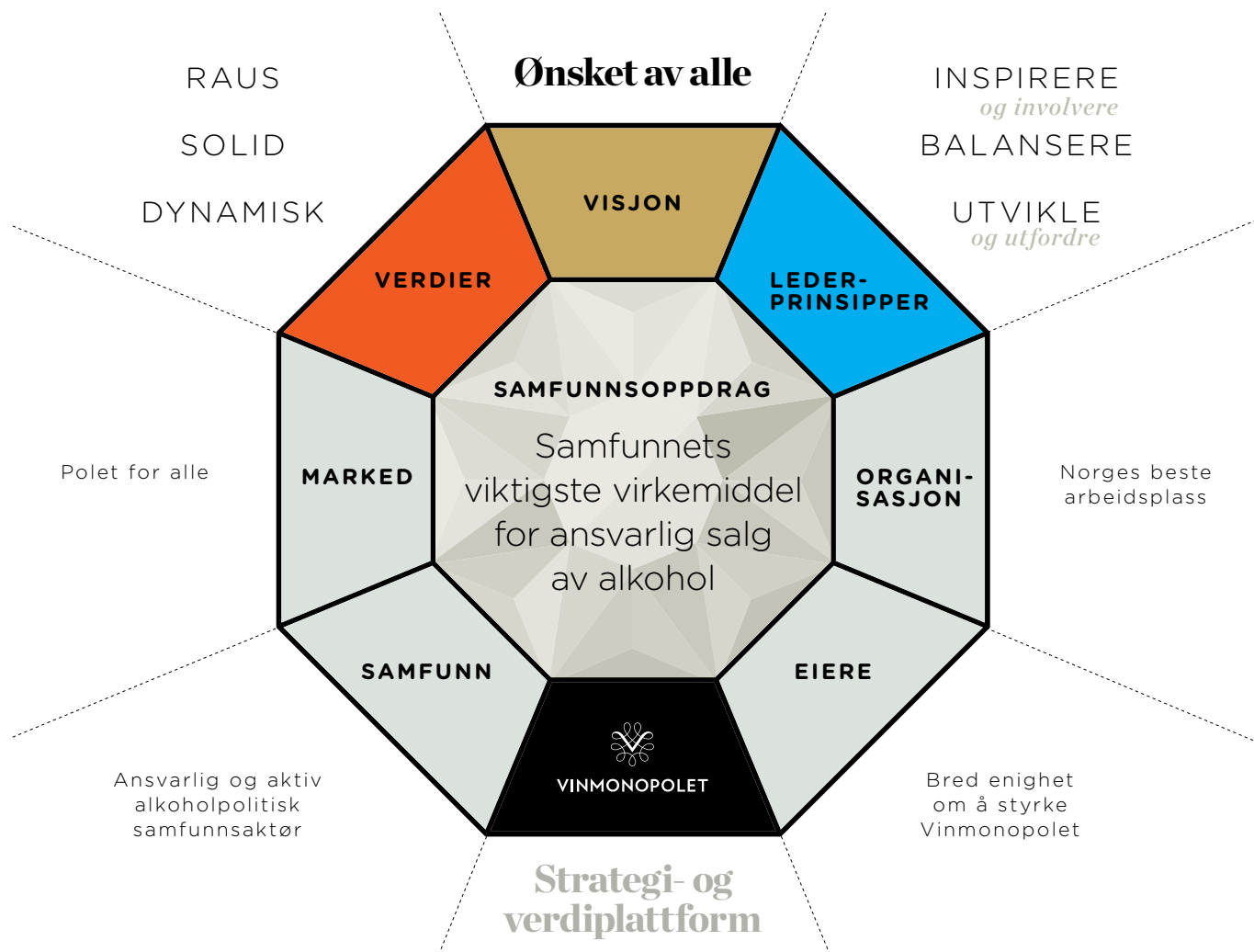
**ET SAMORDNET ÅRSHJUL** skal bidra til bedre planlegging og fordeling av møter, aktiviteter og prosesser. Det vil legge til rette for samhandling på tvers av våre avdelinger og fagmiljøer og forbedre effektivitet, informasjonsdeling og utnyttelse av kompetanse og kapasitet.

**INTERNASJONAL MONOPOLKONFERANSE** samler hvert andre år de nordiske, kanadiske og amerikanske monopolene på ledernivå for å diskutere aktuelle problemstillinger og felles muligheter og utfordringer. I august blir vi vertskap for arrangementet, som skal handle om bærekraft og ha særlig søkelys på helse og miljø.

**VI HAR SATT EN REKKE MÅL MOT 2022.** I 2018 forankret vi ny selskapsstrategi og styringsplattform og har fått den nye organisasjonen på plass. Målet for 2019 er å være relevante for alle kundegrupper. Vi skal utvikle og lansere nye løsninger i forbruker- og bedriftsmarkedet. I 2020 skal vi oppnå økt lojalitet og et godt samspill i organisasjonen. Vi skal vise synlige resultater på alle områder i 2021. I 2022 skal vi nå våre ambisjoner om å være en ansvarlig og aktiv alkoholpolitisk samfunnsaktør, være Polet for alle og Norges beste arbeidsplass og oppnå bred enighet om å styrke Vinmonopolet. ■

# Vinmonopolets nye strategi- og verdiplattform

Vi er balansekunstnere. Vi skal begeistre og skape inspirerende kundeopplevelser. Samtidig har vi ansvar for å begrense skadevirkningene av alkohol. Det krever mye av oss. Erfaring. Kunnskap. Dømmekraft. Samfunnsengasjement. Det som driver oss, er et ønske om å gjøre samfunnet litt bedre. For alle.







# HAMAR

Hver vår kåres Årets Butikk i Vinmonopolet. Kriteriene i kåringen er blant annet resultater fra Mystery Shopper, driftsøkonomi og servicestandard. I 2018 vant Hamar den gjeve tittelen i sterk konkurranse med kategorivinnerne Nesbyen, Jørpeland, Gol, Bærum Østerås og Oslo Skøyen.

# Ny kundesegmentering

Med ny selskapsstrategi fikk vi behov for en ny kundesegmenteringsmodell. Den skal være grunnlaget for alt vi gjør rettet mot kunder. Vi ønsker å være Polet for alle, og modellen skal brukes til å tilpasse butikkene, sortimentet, informasjonen,

tjenestene og servicen etter kundenes behov. Slik skal vi skape bedre kundeopplevelser – uansett hvor de møter oss. Fire behovssegmenter er definert ut fra de viktigste behovene kundene har i kjøpsituasjonen. Under disse ligger

elleve kundesegmenter som er inndelt etter hvordan kundenes handlekurv ser ut – med mest øl, mest vin eller en god blanding. ■

## DE PRISFOKUSERTE

handler ut fra pris. De ønsker en enkel handleopplevelse og kjøper stort sett alltid det samme.



**DE SØKENDE** er åpne for å prøve noe nytt. De har ikke så mye kjennskap til produktene og ønsker hjelp til å velge, men det må ikke koste altfor mye.



## ØL

- Handler i all hovedsak til anledninger uten mat
- Søker lite informasjon, viktig at det er lett å finne fram i butikken

## ØL

- Anbefaling fra venner er viktig
- Prøver gjerne ulike ølstiler, men er ikke så opptatt av bryggeri eller merke



## VIN

- Er opptatt av lavt sukkerinnhold i tillegg til lav pris
- Hylleforkantene er den viktigste informasjonskilden



## VIN

- Er opptatt av at det skal passe til mat
- Bruker anbefalinger i media og på nett i tillegg til anbefalinger fra venner og betjening i butikk



## BLANDET

- Handler i flere kategorier, høyere andel brennevin enn andre
- Handler i stor grad til fest og vorspiel
- Synes pris i stor grad er viktigere enn kvalitet



## BLANDET

- Anbefaling fra venner er viktig
- Handler i ulike kategorier og mest rusbrus av alle
- Handler i stor grad til anledninger uten mat







**DE BEVISSTE** vet hva de liker, og har klare preferanser. De har gjerne et fast repertoar og prioriterer kvalitet selv om det koster litt mer.



#### ØL

- Vektlegger bryggeri, merke og stil
- Opprinnelse er viktig

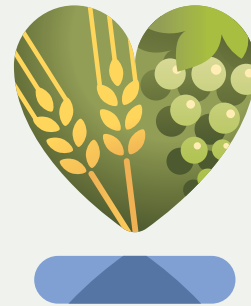
#### VIN

- Er opptatt av opprinnelse, drue og produsent
- Hva de skal spise, er viktig for valg av vin



#### BLANDET

- Er opptatt av produsent, stil og opprinnelse
- Handler like mye vin, øl og brennevin - gjerne brunt brennevin



**DE DEDIKERTE** ønsker å bli inspirert og prøver gjerne noe nytt. De har høy interesse og kunnskap og er opptatt av kvalitet og drikke til mat i tillegg til bærekraft.

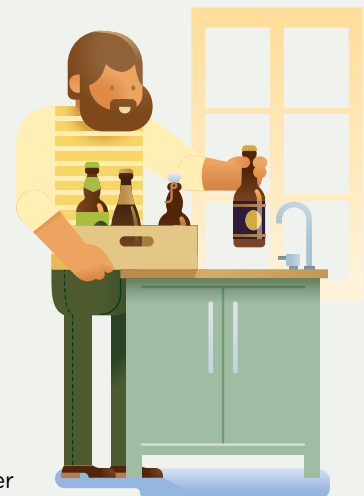


#### VIN

- Handler gjerne vin de ikke har smakt før
- Er opptatt av drue, opprinnelse, autenticitet og lite tilsetningsstoffer

#### BREDT

- Har stor bredde i det de kjøper og handler gjerne produkter de ikke har smakt før
- Har høy interesse og kunnskap i flere kategorier
- Er opptatt av råstoff, stil og håndverksprodukter





# 2018 I KORTE TREKK



**82 mill. liter solgt**

Dette tilsvarte 12,5 mill. liter ren alkohol. Selv om salgsvolumet økte fra 2017, var økningen liten omregnet i ren alkohol. Årsaken er en trend mot alkoholsvake og alkoholfrie produkter og en nedgang i brennevinssalget.



**2 498 932**

VISTE LEGITIMASJON UOPPFORDRET I VÅRE BUTIKKER. TOTALT SJEKKET VI ALDER PÅ 93 % AV KUNDENE MELLOM 18 OG 25 ÅR.

**SEKS  
VINAUKSJONER**

4 378 objekter

93 % andel solgt



**AMFORI BSCI MEMBER AWARD**

**VI VANT KATEGORIEN  
«EXCELLENCE»**

FORDI VI HAR «UTFØRT VÅRT BÆREKRAFTSARBEID PÅ EN UTMERKET MÅTE».



**VI VANT IPSOS'  
OMDØMMEPRIIS**



**331  
BUTIKKER**



**460  
LEVERANDØRER**



**24 354  
TILGJENGELIGE PRODUKTER  
FRA 85 LAND**



**1 848  
ANSATTE  
66 % KVINNER, 34 % MENN**

SALGSINNTEKTER  
**13 861 mill. kr**

(INKLUDERT ALKOHOLAVGIFT, UTEN MVA.)



**33,4 %**

AV VINFLASKENE VI SOLGTE,  
VAR MILJØSMARTE.

**85,7 %**

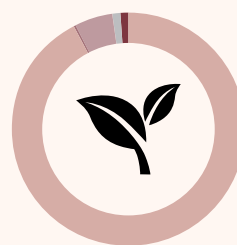
HAR ET MEGET ELLER GANSKE  
GODT INNTRYKK AV VINMONO-  
POLET, OG VI TOPPET OMDØMME-  
MÅLINGEN TIL KANTAR TNS FOR  
SJETTE ÅR PÅ RAD.



VI GJENNFØRTE 25 INSPEKSJONER  
I RISIKOLAND OG HOLDT FOR FØRSTE GANG KURS  
OM ETISK HANDEL FOR PRODUSENTER OG  
FAGFORENINGER I SØR-AFRIKA.

## DETTE UTGJORDE VÅRT KLIMAAVTRYKK

(OMRÅDER SOM MEDFØRTE UTSLIPP AV KLIMAGASSER)



● EMBALLASJE 92,4 % ● AVFALL 0,2 % ● ENERGIBRUK 5,3 %  
● INTERN TRANSPORT 1,0 % ● PLASTPOSER 1,1 %



Fra 1. oktober til utgangen av året  
samlet vi inn **2,7 millioner kroner til  
Handelens Miljøfond** gjennom salg  
av bæreposer.



**74 828**

timer intern opplæring  
ble gjennomført.



**116 KURS**

for kunder ble arrangert,  
**2 857** deltok til sammen.



**15 år**

GJENNOMSNITTLIG  
ANSETTELSESTID



**34,7 mill.**

EKSPEDISJONER  
I BUTIKK



**231 766**

ORDRER I NETTBUTIKKEN,  
25 % ØKNING FRA 2017



**13 %**

ØKNING I SALG AV  
ALKOHOLFRIE VARER

# Gledelige anerkjennelser i 2018

Det er viktig for oss å ta vare på og videreutvikle vårt gode omdømme og merkevaren Vinmonopolet. Derfor er det ekstra stas at vi har vunnet flere gjeve priser i året som har gått. Dette betyr ikke at vi er i mål med arbeidet vårt, men det er en verdifull tilbakemelding som viser at vi er på rett vei. Resultatene kan vi takke de mange dyktige medarbeiderne våre for.

**IPSOS OMDØMMEPRIS** fikk vi tildelt for første gang for 2018. Juryens begrunnelse løftet fram vårt solide omdømme over tid og forsterkningen av det de siste årene. De trakk også fram at vi utfører samfunnsoppdraget vårt på en måte som gir sterk oppslutning i befolkningen. Vår visjon er å være ønsket av alle – fra vinkjennere og de prisbevisste til avholdsfolk og de med utfordringer knyttet til alkoholbruk, og vår eksistens er knyttet til norsk folkehelse. Derfor er det gledelig at juryen trekker fram nettopp samfunnsoppdraget vårt i sin

begrunnelse. Et annet hyggelig punkt er at folks oppfatning av miljøbevisstheten vår er den høyeste Ipsos har målt siden 2011.

**OMDØMMEMÅLINGEN TIL KANTAR TNS** gjennomføres hvert år, og i 2018 toppet vi listen for sjette år på rad. Vinmonopolet har det suverent sterkeste omdømmet blant Norges 71 største og mest kjente virksomheter i målingen. «Dette er særlig imponerende når vi vet at sterke prestasjoner gjerne følges av stadig høyere forventninger. Vinmonopolet forsetter å overlevere i forhold til folks forventninger», sier Kantar.

**BIS KUNDEBAROMETER** måler 160 bedrifter i forbrukermarkedet. De gode tilbakemeldingene fra kundene ga oss en andreplass, kun slått av Volvo. Dette er vår beste plassering noensinne i denne omfattende og prestisjetunge kåringen, og poengskåren er til og med på høyde med fjorårets toppmåling.

Vinmonopolet er én av 17 bedrifter som har «begeistrede kunder», og som derfor får fem stjerner i undersøkelsen.

**ÅRETS NETTHANDEL** gikk til vinmonopolet.no for andre år på rad i undersøkelsen til BearingPoint – *Digital Leaders in Norway*. Nærmere 80 ulike selskaper var med i studien, og Vinmonopolet vant foran Finn, Meny, Komplet Apotek og Kolonial. Juryen trakk fram at vi har en god handleprosess hvor vi tilbyr kundeservice i flere kanaler.

**AMFORI BSCI** er en verdensomspennende organisasjon for åpen og bærekraftig handel. Under den årlige konferansen i Amsterdam vant Vinmonopolet kategorien Excellence og var én av tre finalister til Member of the Year Award – blant mer enn 2 000 medlemsbedrifter. Dette gir oss inspirasjon i det viktige arbeidet vårt med bærekraft og etisk handel. ■



# Kjededrift og -utvikling







ELISABETH HUNTER

direktør Kjededrift og -utvikling

## BÆREKRAFTMÅL



## 3 God helse

Ansvarlig salg er vårt samfunnsoppdrag og selve årsaken til at Vinmonopolet er til.

## VINSTIL FRA DRIKKEVELGER



Lett og frisk om sommeren, fylldig og saftig om vinteren

## KUNDESEGMENT



Søkende, vin (spør alltid om råd i butikkene)

## AVDELINGEN

1 658 ansatte i butikkene  
47 ansatte i avdelingen

## HØYDEPUNKT I 2018



Omdømmeprisen for sjette år på rad (først og fremst på grunn av arbeidet som gjøres i butikkene) og **Poltreffet**.

# Vi sikrer ansvarlig salg og det beste kundemøtet

**EN NY ORGANISASJONSSTRUKTUR** ble innført i 2018 for å sikre en mer helhetlig oppfølging av butikkene. Vi har nå fire nye regioner: nord, sør, øst og vest. Disse har fått hver sin regionsjef som også har nasjonalt ansvar for ulike temaer som nærvær, butikkdrift, sosial kontroll, personal, arrangementer. Hver regionsjef har tre distriktssjefer under seg, og antall distrikter er redusert fra 14 til tolv.

**KUNDEN I FOKUS** betyr at vi skal skape det beste kundemøtet, uansett plattform. Vinmonopolets gode omdømme skapes først og fremst gjennom våre butikker. Også med ny strategi og ny definisjon av kundesegmentene er kundemøtet i butikk vår aller viktigste kontaktflate. Butikkene måles fremdeles på de fem absoluttene av Mystery Shopper – se, spør, avklar, mer og varer – som er ett av kriteriene for kåringen av Årets butikk.

**ANSVARLIG SALG** er det viktigste arbeidet vi gjør og er selve grunnlaget for vår eksistens. Vi fokuserer hver eneste dag på ikke å selge alkohol til mindreårige. Derfor sjekket vi mer enn 3,7 millioner legitimasjoner i 2018. Det vil si at vi kontrollerte alder på nesten elve prosent av kundene våre.

I tillegg til egne målinger blir vi målt av ungdomsorganisasjonen Juvente, og det er gledelig at vi oppnår så gode resultater her.

**KONSEPTUTVIKLING** er et strategisk prosjekt som ser på kundenes forventninger til framtidens butikk. Målet er å øke kundeloyaliteten gjennom å utvikle butikkkonsepter som er bedre tilpasset ulike behov. Som en

del av dette har vi sett på en ny inndeling av butikkens sortiment, som skal være i tråd med kundenes handlemønster.

**NORGES BESTE ARBEIDSPASS** er en av våre ambisjoner fram mot 2022. Et av grepene er å gjøre det enklere for butikkene å disponere de ansatte. Derfor har vi innført Quinyx, et planleggingssystem for bemanning. Vi arrangerte en samling for alle ansatte i 2018. «Poltreffet» var et viktig bidrag til å skape bedre innsikt i den nye selskapsstrategien og å innarbeide våre nye verdier: solid, raus og dynamisk. Gjennom dette har vi skapt felles forståelse og følelse av samhold og stolthet.

**ETABLERINGER AV BUTIKKER** er en balanse mellom å møte kundenes forventninger og samtidig sørge for lønnsom drift. Vi har nådd målene for dekning utover landet som politikerne har satt for oss. Det vil bli stadig mer krevende å finne gode plasseringer som også er økonomisk lønnsomme i årene framover. Derfor er det viktig å finne balansen mellom politiske ønsker om økt tilgjengelighet og vår økonomiske bæreevne.

Det ble etablert åtte nye butikker i 2018. Gjennom at to butikker i Oslo har fått spesielt ølutvalg – Storo og Oslo City – har vi nå nådd det planlagte målet for ølbutikk-lanseringer.

**EN PILOTBUTIKK** med nye, spennende løsninger kommer på plass i 2019. Erfaringene vi gjør oss her, vil forhåpentligvis gi oss noen svar på hvordan vi skal gå videre i utviklingen av alle våre butikker. ■

## SAMLINGER I 2018

Poltreffet ble arrangert for samtlige ansatte på Gardermoen i oktober. Deltakerne var svært fornøyde. Generelt ble arrangementet skåret til 5,18 av 6 poeng og til 5,22 for i hvor stor grad Poltreffet ga bedre forståelse av strategien og verdiene våre.

# 1 657

ANSATTE DELTOK TIL SAMMEN

Under Poltreffet arrangerte vi også Norges største nyhetsmaking noensinne. Alle ansatte i hele landet fikk anledning til å prøve nye produkter i forkant av lanseringen 2. november.

# 167

LEVERANDØRER DELTOK

# 3 130

PRODUKTER BLE PRESENTERT



### BUTIKKSJEFMØTER

ble arrangert i alle 14 distrikter i februar i 2018. Hovedtemaene var den nye selskapsstrategien og bemanningsverktøyet Quinyx.

I mai samlet vi alle butikksjefene på Gardermoen til et todagers møte. Hele ledergruppen og flere andre fra Kjedekontoret deltok.

### FIRE REGIONMØTER

ble gjennomført i september. Dette var første gang møtene fulgte den nye regioninndelingen. Møtene ble arrangert for nord i Tromsø, vest i Bergen, sør i Kragerø og øst i Oslo. Ledergruppen var representert på alle møtene.



### MILJØBUTIKKEN LILLEHAMMER

I 2018 fikk butikksjef Marit Furuhaugen på Lillehammer en miljøpris på grunn av sitt ekstra sterke engasjement for miljøarbeidet. I begrunnelsen nevnes at hun har gjort Lillehammer til en foregangsbutikk på miljø, for eksempel gjennom «grønne uker» i butikken. Hun er ikke redd for å gi tydelige beskjeder når ikke alt er som det skal, og utfordrer dermed Vinmonopolet til å bli enda bedre. Prisen ble delt ut under Poltreffet.

#### Alle våre butikker sertifiseres som Miljøfyrtårn

Vinmonopolet er den kjeden i Norge som har flest miljøsertifiserte butikker, og mange av våre ansatte har et sterkt miljøengasjement.

# SPESIALBUTIKKER

## Syv spesialbutikker for vin:

**Bergen:** Valkendorfsngaten

**Hamar**

**Oslo:** Aker Brygge

**Oslo:** CC-Vest

**Sandnes:** Sentrum

**Sandefjord**

**Trondheim:** Valentinlyst

## + Nettbutikken:

vinmonopolet.no

## Elleve spesialbutikker for øl, såkalte +ØL-butikker:

I 2018 åpnet vi tre nye butikker med ekstra stort ølutvalg

**Bergen:** Bergen Storsenter

**Bodø City Nord:** ny i 2018

**Kristiansand:** Lillemarkens

**Molde**

**Oslo City:** ny i 2018

**Oslo Storo:** ny i 2018

**Oslo:** Aker Brygge

**Sandnes:** Kvadrat

**Trondheim:** Bankkvartalet

**Tromsø:** Langnes

**Ålesund:** Moa

## + Nettbutikken

vinmonopolet.no

## UTSALGSSTEDER I NORGE

# VI ETABLERT E ÅTTE NYE BUTIKKER I 2018,

halvparten i kommuner uten pol fra før.

**Moelv:** Ringsaker (Hedmark), åpnet 8. februar

**Vik:** i Hole (Buskerud), åpnet 6. april

**Digerneset:** Skodje (Møre og Romsdal), åpnet 7. juni

**Metro:** Lørenskog (Akershus), åpnet 7. juni

**Hovden:** Bykle (Aust-Agder), åpnet 28. juni

**Nesna:** Nesna (Nordland), åpnet 1. september

**Down Town:** Porsgrunn (Telemark), åpnet 29. september

**Carl Berners plass:** Oslo (Oslo), åpnet 6. desember

## 331 BUTIKKER

ved utgangen  
av 2018

## 92 PROSENT

av befolkningen bodde  
dermed i kommuner  
med eget vinmonopol

## 97 PROSENT

bodde i en kommune med  
pol eller nærmere enn  
30 km fra nærmeste pol

## ALDERSKONTROLL I 2018

**2 498 932** viste legitimasjon uoppfordret.

**1 204 543** ble spurt om alder.

**10,7 %** av alle kundene våre ble dermed sjekket for alder.

**4 786** ble avvist på grunn av alder.

**2 771** ble avvist på grunn av beruselse.

**652** ble avvist på grunn av langing.

## KUNDEMØTER

**34 724 281** ekspedisjoner i butikk i 2018.

**135 242** henvendelser til Kundesenteret (112 356 i 2017), 69 309 på telefon, inkludert «call me back» (64 726 i 2017).

**13 539** på chat, vinmonopolet.no (8 590 i 2017).

**52 394** på e-post, kundesenter@vinmonopolet.no (39 040 i 2017).





Kategori og innkjøp



**GEIR MOSETER**

direktør Kategori og innkjøp

**BÆREKRAFTMÅL**



**12 ansvarlig forbruk og produksjon**

Vinmonopolet skal bidra til et mer bærekraftig forbruk og påvirke produksjonen der vi kan. Det gjør vi blant annet ved å tilby en større andel bærekraftige produkter i vårt sortiment.

**VINSTIL FRA DRIKKEVELGER**



Utviklet og nyansert

**KUNDESEGMENT**



Bredt dedikert  
(liker å smake på alt)

**AVDELINGEN**

51 ansatte

**HØYDEPUNKT I 2018**



Kundesegmentering og  
taxfree-utredningen

# Vi skal være relevante for alle kundegrupper

**Å SIKRE LIK MARKEDSTILGANG** for alle våre leverandører er en del av Vinmonopolets samfunnsoppdrag, på linje med ansvarlig salg. Kategori og innkjøp har det overordnede ansvaret fra produsent til varen er levert i butikens hyller. I 2018 ble det opprettet en ny fagenhet, Forretningsutvikling, som har ansvar for blant annet taxfree, gavemateriell, auksjoner osv.

**FOR Å VÆRE POLET FOR ALLE** må vi tilby et bredt utvalg produkter. Etter en kundeundersøkelse utarbeidet vi i 2018 en ny kundesegmenteringsmodell for å sikre at utvalget vårt er tilpasset alle kundegrupper (se mer side 8-9).

En utredning om taxfree ble ferdigstilt i september, på oppdrag fra fire departementer. Avdelingen har hatt ansvar for å sy sammen utredningen, som er laget i samarbeid med Kjededrift, Økonomi og Samfunnskontakt. Grunnlaget for Vinmonopolets eksistens er at vi skal være samfunnets viktigste virkemiddel for ansvarlig salg av alkohol. Ambisjonen for utredningen er å få politisk aksept for at Vinmonopolet kan ta over taxfree-salget.

**SALGSTRENDENE FRA 2017** står fremdeles sterkt. Alkoholfrie og alkoholsvake produkter har økt, og vi har innledet samarbeid med samfunnsorganisasjoner som jobber for måtehold eller avhold. Trenden med lyst og lett er styrket, samtidig som salget av alkoholsterk rødvin har stoppet opp. Øl-interessen har flatet ut, men er fremdeles stor, og vi ser en dreining tilbake til de klassiske stilene. Sider har vært i sterk vekst i 2018, og mange norske produsenter tilbyr gode produkter. Autentisk brennevin, særlig fra håndverksdestillerier,

vekker fortsatt interesse. Her ligger vekten på smak, ikke alkohol.

**NOVEMBERSLIPPET AVSLUTTET REKKEN** av vellykkede produktlanseringer i 2018 og fikk spesielt gode medieomtaler. Dette er et resultat av godt matrisearbeid i praksis med samarbeid mellom blant andre produktsjefer, sensorisk prøveinstans og innkjøpere.

**ANTALL GROSSISTER ØKER**, og med et nesten flatt salg gir dette større kamp om hylleplassene våre. I 2018 har vi gjennomført flere mindre grossistmøter i stedet for den store, årlige grossistkonferansen.

**Å TILBY BÆREKRAFTIGE PRODUKTER** blir stadig viktigere i takt med økt bevissthet blant forbrukerne. Dette innebærer blant annet å redusere belastningen på klimaet, hvor tunge glassflasker er vår største klimabelastning. Vi har startet merking av «miljøsmart emballasje» i butikk. Her tilbyr vi flere lettere emballasjetyper som lette glassflasker, plastflasker samt bokser og flasker av aluminium.

**SERTIFISERT ETISK** handler om at alle i vinindustrien skal ha det bra. Vi jobber aktivt for dette og lanserer stadig flere produkter som er sertifisert av uavhengige merkeordninger som «Fairtrade» og «Fair for Life».

**I 2019 STÅR ETIKK OG KUNDEFOKUS STERKT** i planen for nye produkter, og vi har satt oss høye mål. Vi ser fram til å se resultater av den nye kundesegmenteringen som verktøy i arbeidet med produktlanseringene våre. Oppmerksomhet på miljø blir viktig framover, blant annet med pant på emballasje av plast og aluminium. ■





## VERDENS MEST MILJØVENNLIGE POSE!

**1. oktober inngikk vi et samarbeid med Handelens miljøfond**, som er varehandelens store spleiselag for å få ned forbruket av plastbæreposer. Samtidig økte vi prisen på posene våre. For hver pose vi selger, gir vi 50 øre til fondet, og allerede ved utgangen av 2018 hadde vi betalt inn 2 752 250 kroner. Pengene i dette fondet

skal primært gå til å rydde i den norske strandsonen, pluss å støtte forskning og internasjonal opprydning.

Salget av poser har gått ned med rundt 5 prosent i 2018, sammenliknet med 2017.

Den nye polposen er grønn, med tekst blant annet om samfunn og bærekraft. Den produseres av 50 % gjenvunnet plast.

## AUKSJONER

Vinmonopolets auksjoner er den eneste lovlige kanalen for privat kjøp og salg av alkohol. Auksjonene foregår på nett og arrangeres i samarbeid med auksjonshuset Blomqvist.

For å nå ambisjonen om å være «Polet for alle» etablerte vi i 2018 en prøveordning med utlevering av objekter ved seks pol i de største byene rundt om i landet. Tilbudet er populært, og 30 prosent av kjøperne har benyttet seg av det.

## SEKS AUKSJONER I 2018

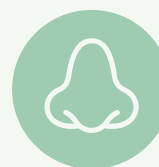
**4 378 objekter**

**4 090 solgte objekter**

**93 % andel solgt**

**104 % resultat**

(salgspris i forhold til verdivurdering)



### SENSORISK PRØVEINSTANS (SPI)

Vinmonopolets uavhengige og akkrediterte sensoriske analyselaboratorium. Ved innkjøp til basis- og partiutvalg bidrar SPI til å sikre likebehandling av leverandørene, å bestemme grad av overensstemmende sensorisk produktkvalitet ved tilbudsprøvene i forhold til fastsatte spesifikasjoner og å verifisere avvik mellom innkjøpte og mottatte.

- **2 702 tilbudsprøver**, fordelt på **188 spesifikasjoner**, ble analysert i 2018
- **10 trente og godkjente** ekspertdommere
- **5 dommere** brukes ved den enkelte analyse i panelet

## ALKOHOLFRI SALGSSUKSESS

**31**

alkoholfrie produkter ble lansert i 2018 (14 i basis-, 17 i partiutvalg).

**50**

ulike alkoholfrie produkter i sortimentet ved utgangen av 2018.

**551 658 liter**

solgt i 2018, det er en økning på 13 % fra 2017 (62 108 liter).

**Musserende**

drikk uten alkohol er den største varegruppen og utgjør 1/3 av salget.

**Leskedrikk**

står for den største veksten, og da spesielt tonic, limonade og ingefærøl.

**Flere organisasjoner**

for avhold og måtehold besøkte oss for alkoholfrittmaking og informasjon om arbeidet vårt i desember.

### TREND MOT MINDRE ALKOHOL

Trenden med lette, lyse produkter fortsetter å øke, på bekostning av mer

alkoholsterke kategorier. Selv om liter-salget i 2018 var høyere enn i 2017, var det en nedgang omregnet i ren alkohol.

Vi selger altså stadig mer alkoholfritt, flere alkoholsvake produkter og mindre brennevin.

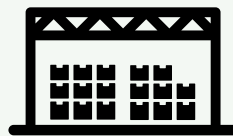


# 24 354

PRODUKTER TILGJENGELIGE  
FRA 85 LAND

# 564

GROSSISTER,  
HVORAV 407 ER AKTIVE MED  
PRODUKTER I ETT ELLER FLERE  
AV VÅRE PRODUKTUTVALG



NESTEN 40 NYE  
GROSSISTAVTALER I 2018



# 137 200

VARELASS BLE LEVERT  
TIL BUTIKKENE I 2018



#### FESTIVALPRISEN 2018 FRA OSLO

Whisky Festival ble tildelt Vinmonopolet for arbeidet med whisky i basisutvalg, spesialutvalg og nettbutikken over flere år. Martin Tønder Smith mottok prisen fra festivalarrangør Chris Maile på vegne av Vinmonopolet.



#### DE TRE STØRSTE LEVERANDØRENE LEVERER 99 % AV VOLUMET.

De som leverer den siste prosenten i volum, står for drøyt 20 % av artikkelnumrene.

## SPESIALBUTIKKENE

Spesialutvalget gjennomførte seks nyhetsslipp for vin med tilhørende pressesmakinger og butikksmakinger. Spesielt stor oppmerksomhet blant presse og kunder ble det på slippene i februar (Burgund) og desember (Bordeaux), hvor vin fra den ettertraktede 2015-årgangen ble sluppet. Salget av vin i spesialbutikkene i 2018 var på 114 066 liter. Dette er 20 % over budsjettet.

Spesialutvalget gjennomførte seks nyhetsslipp for øl og to for brennevin, med et av brennevinsslippene som et rent whiskyslipp.

## SPESIALUTVALG PÅ NETT

2018 var det første hele året hvor vi gjorde nyheter i spesialutvalget tilgjengelige i nettbutikken, **vinmonopolet.no**. Nettbutikken har produkter på eget lager, og disse kan du bestille og hente på Posten eller få levert hjem på døra. I tillegg kan du bestille på nett og hente varene i en spesialbutikk som har dem inne.



#### NYHETSLANSERINGER 2018

# 393

NYHETER I BASIS- OG  
PARTIUTVALGET

# 124

NYHETER I TESTUTVALGET

# 6329

NYHETER I BESTILLINGS- OG  
TILLEGGSUTVALGET

# Digitalisering og netthandel





## ANDERS SPILLING

direktør Digitalisering  
og netthandel

### BÆREKRAFTMÅL



#### 13 Stoppe klimaendringen

Våre nye digitale verktøy skaper elektronisk samhandling som bidrar til mindre reisevirksomhet. Dette er positivt både for miljø og økonomi.

### VINSTIL FRA DRİKKEVELGER



Fet og floral

### KUNDESEGMENT



Dedikert vin  
(liker å smake på ulike ting)

### AVDELINGEN

29 ansatte

### HØYDEPUNKT I 2018



BearingPoints pris for beste nettbutikk for andre år på rad

# Vi skal utvikle og lansere nye løsninger

**TILGJENGELIGHET FOR ALLE** er en del av vårt samfunnsoppdrag, og avdelingen Digitalisering og netthandel bidrar til dette ved å utvikle gode digitale plattformer. Vi skal være til stede der kundene forventer å finne oss. Selv om vi fortsetter å åpne små butikker, vil ikke dekningen bli 100 prosent. Derfor er nettbutikken viktig for å sikre god tilgjengelighet over hele landet. Andelen netthandel har økt hos oss i 2018, og løsningen vår fikk BearingPoints pris for beste nettbutikk for andre år på rad.

**PROSJEKTET DIGITALISERT KUNDEREISE** skal legge til rette for gode løsninger, uansett hvor kundene møter oss, og hvilke behov de har. Et av tiltakene er en sømløs ordreprosess, og vi jobber med å forbedre presisjon, leveringstid og forutsigbarhet på tvers av handelskanalene våre. Ulik kompetanse blant kundene på IT og produktene våre skal ikke hindre tilgjengeligheten. Det betyr at vi må utvikle brukervennlige og intuitive tjenester som treffer godt på kundenes faktiske behov.

**KUNDEREISE I BUTIKK** er et prosjekt som har fått støtte fra Forskningsrådet gjennom «Skattefunn-penger». Prosjektet skal gi gode kundeopplevelser og frigjøre tid for butikkpersonalet. Dette gjør vi ved å videreutvikle vinmonopolappen som verktøy for å bistå kundene våre i å velge, finne og kjøpe varer på egen hånd. Hele handelen kan foregå på mobil, inkludert en «assistert digital alderskontroll». Vi er gode på alderskontroll i dag, men vil også se på mulige digitale løsninger som kan øke presisjonen ytterligere. Effektivisering av utsjekk og betalingen gjør at vi kan bruke ressursene våre på det som er vårt spesialområde – å gi faglig veiledning

og sikre ansvarlig salg. Utviklingen av Drikkevelgeren (se side 8-9) er en del av den digitale kundereisen som ble gjennomført i 2018. Vi tilbyr løsningen «klikk og hent», der kunden bestiller på nett og henter varene i butikken.

**STRATEGISK UTVIKLING** og matrisearbeid krever nye verktøy. Vi har modernisert verktøyene og metodene for å følge opp mål og resultater i organisasjonen som hjelp til å realisere vår nye strategi. Gjennom målstyringsmetoden Objectives and Key Results (OKR), oversatt til mål og nøkkelresultater, har alle avdelinger og enheter utarbeidet mål knyttet til vår overordnede selskapsstrategi. Hver OKR består av ett mål og en rekke nøkkelresultater som viser hvordan vi skal nå målet. OKR-ene fastsettes vanligvis for de områdene hvor vi ønsker å utvikle oss ved å gjøre noe nytt eller annerledes. Suksess måler vi gjennom oppnådde resultater, eller "Key results".

**FOR Å FORBEDRE** kommunikasjonslinjen i hele organisasjonen har vi innført Office 365. Det at flere kan jobbe samtidig på samme dokument, gjør at vi får bedre samhandling og et mer levende dokumentbibliotek. Enklere tilgang og deling av informasjon gir større åpenhet. I løpet av 2018 fikk hele Kjedekontoret nye PC-er, og i 2019 starter vi med butikk-sjefene. Sammen med avdelingen Strategi og organisasjon har vi gitt opplæring i det nye systemet.

**I 2019** skal vi teste og anvende moderne teknikk til beste for kundene våre og tilby solide plattformer og gode tjenester. Vi åpner en konseptbutikk hvor vi blant annet skal teste ut selvsjekk via mobilappen vår. ■



## DRIKKEVELGEREN – VELG VIN MED STIL

Vi har lansert et nytt digitalt verktøy på vinmonopolet.no. «Drikkevelgeren» skal hjelpe kundene å velge blant alle produktene våre.

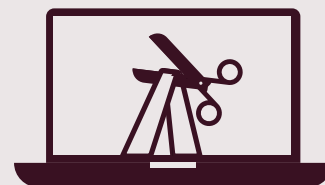
Med 9 000 rødviner og nesten 6 000 hvitviner i sortimentet har Vinmonopolet et utvalg i verdensklasse, som vi er stolte av og gjerne vil gjøre lettere tilgjengelig for kundene. Drikkevelgeren samler alle disse vinene i ti stilgrupper, fem for rødvin og fem for hvitvin.

Et dataprogram regner ut stil ut fra egenskaper som druetyper,

områder, alkohol, årgang og alkohol samt verdiene fra kakediagrammene våre – fylde, friskhet, garvestoffer og sødme.

Programmet krever ingen produktkunnskap, men filtrerer ut fra kundens egen smak, ønsket pris etc. og skjærer utvalget ned til et håndterbart antall. Drikkevelgeren gir oversikt over hva som er tilgjengelig i den butikken der kunden ønsker å handle eller hente varer.













Tilfeldig rotering i rekkefølgen på de anbefalte produktene ivaretar hensynet til likebehandlingsprinsippet.



DRIKKEVELGEREN BLE LANSERT FOR KUNDER I STARTEN AV NOVEMBER 2018.

# 13 475

HADDE KLIKKET SEG INN I DRIKKEVELGEREN VED UTGANGEN AV ÅRET.

VINSTILER	
	
    	    
<p>Saftig og frisk</p> <p>Lett og frisk</p> <p>Fat og frukt</p> <p>Fet og floral</p> <p>Utviklet og nyansert</p>	<p>Frisk og fruktig</p> <p>Fast og fruktig</p> <p>Krydret og sødmefull</p> <p>Fyldig og saftig</p> <p>Utviklet og nyansert</p>



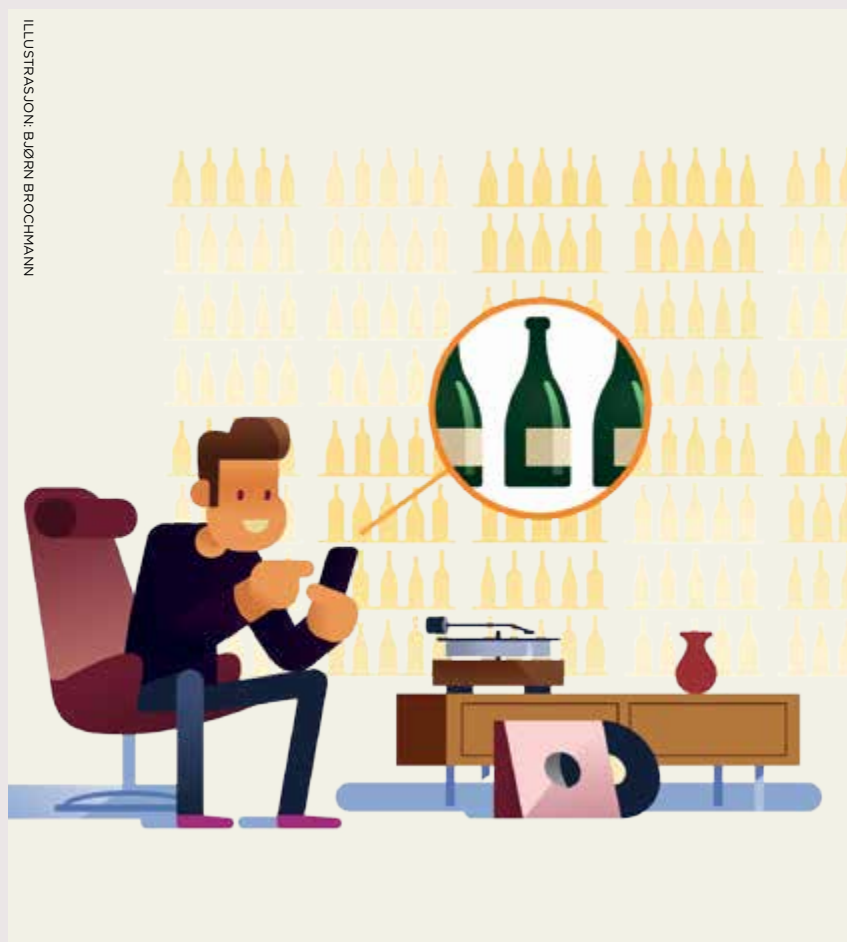
**VED UTGANGEN AV 2018 HADDE VI 16 AKTIVE PROSJEKTER.**

## PROSJEKTKONTORET

Prosjektkontoret ble etablert i 2018. Prosjektkontoret har ansvar for oppfølging og planlegging av vår sentrale prosjektportefølje, som består av prosjekter av en viss størrelse og som involverer flere personer fra ulike avdelinger. Formålet med prosjektkontoret er å bidra til vellykkede prosjektgjennomføringer, sikre at prosjektene er på linje med strategien, og å bidra i prioritering av prosjekter som igangsettes/avvikles.

Audun Borge Martinsen leder prosjektkontoret og rapporterer månedlig til ledergruppen om status og framdrift for prosjektene. Gjennom å skape overblikk og gjennomsiktighet er prosjektkontoret en støtte for ledergruppens beslutninger. I en tid med mange prosjekter er det en risiko at tiden ikke strekker til, og koordinering og prioritering blir viktig. Prosjektkontoret utvikler og forvalter vår prosjektmetodikk og gjennomfører opplæring for prosjektledere. Det gir også bistand til prosjektledere i planlegging og gjennomføring av prosjektene. Slik styrkes prosjektkompetansen, prosjektarbeidet standardiseres og det sikres en enhetlig rapportering.





## TA MED DEG VINMONOPOLET OVERALT!

Med Vinmonopolets app kan du

- **søke** og handle blant 23 000 varer
- **skanne strekkoden** på varene for mer informasjon
- **se hvilke varer ditt lokale** pol har på lager
- **lagre dine favoritter** og legge inn egne kommentarer
- **dele favoritter** på e-post og SMS



# 2 546 120

besøkte appen vår i 2018, dette er  
en økning på 68 % fra 2017.



## NORGES BESTE NETTHANDEL!

BearingPoint kåret vinmonopolet.no til Norges beste netthandel for andre år på rad i 2018. Kundereisen starter på nett for stadig flere kunder. Vi arbeider med å utvikle løsningen vår og å gjøre den bedre kjent.

# ↑ 22%

økning av besøk i nettbutikken  
(totalt for nett og app)

# ↑ 24%

omsetningsøkning  
til 2018

# ↑ 25%

økning av ordrer  
i nettbutikken (web + app)

# ↑ 1,8%

av vår totale omsetning var  
netthandel (20 % økning)

# Kommunikasjon og samfunnsansvar





## HALVOR BING LORENTZEN

direktør Kommunikasjon  
og samfunnsansvar

### BÆREKRAFTMÅL



#### 12 ansvarlig forbruk og produksjon

Vinmonopolet er til for å begrense alkoholskader i samfunnet og skal dessuten bidra til et mer bærekraftig forbruk og påvirke produksjonen der vi kan.

### VINSTIL FRA DRIKKEVELGER



Lett og frisk

### KUNDESEGMENT



Bredt dedikert

### AVDELINGEN

16 ansatte fordelt på fem fagenheter

### HØYDEPUNKT I 2018



At vi vant «Member of the year»-konkurransen til amfori BSCI i kategorien «Excellence»

# Vi skal utøve samfunnsansvar og bidra faglig

**OMORGANISERING AV AVDELINGEN** i 2018 var et tiltak for å nå våre strategiske mål. Kommunikasjon og samfunnsansvar ble delt inn i fem fagenheter – juridisk, bærekraft, merkevare, fagkommunikasjon og samfunnskontakt.

**STRATEGISK PLAN FOR SAMFUNNSANSVAR** er avdelingens ansvar og en viktig brikke i arbeidet for å nå våre mål i den nye selskapsstrategien. Ett av målene er at Vinmonopolet i 2022 skal være en foregangsvirksomhet på samfunnsansvar og bærekraft. Sentralt i planen er prioriteringer av kommunikasjonsaktiviteter og holdningsskapende arbeid. Vi har gjennomført en omfattende holdningsundersøkelse blant ungdom, bl.a. som et viktig grunnlag for nye holdningskampanjer innen alder og langing. Avdelingen har ansvar for GRI-rapporten (se side 27) som vi utgir for første gang for 2018.

**BÆREKRAFT, ETIKK OG MILJØ** går igjen i alt vi gjør, og i 2018 har vi jobbet mye med forholdene i Sør-Afrika. Her har vi gått inn som rådgiver i organisasjonen Stronger Together som jobber for bekjempelse av moderne slaveri. For arbeidet vårt mottok vi i 2018 en pris fra medlemsorganisasjonen amfori BSCI, noe som bekrefter at vi er på rett vei.

**SYNLIGGJØRING AV SAMFUNNSOPDRAGET** vårt fortsetter å være viktig og noe vi kontinuerlig må jobbe med. Vi har opprettet et matriseteam vi kaller «redaksjonen», med ukentlige møter som skal sikre god informasjonsflyt og helhetlig kommunikasjon i alle kanaler. Kriseplanen er revidert, og det er nå to team på fire personer som skal profesjonalisere seg i å håndtere

kriser. I september ble de nye teamene trent gjennom en stor kriseøvelse.

**BALANSE I FAGKOMMUNIKASJONEN** er viktig. Vi skal kombinere ansvarlig salg og håndtering av den økende interessen for produktene våre. Nøkkelen er å gi kunnskap som øker bevissthet, ikke forbruk. Kunnskapsformidling er viktig for omdømme og kundelojalitet. Fagkommunikasjonen til egne ansatte gir økt forståelse for produktene og sikrer kvalitet i deres møte med kunder.

**UTREDNING AV TAXFREE-ORDNINGEN** fikk mye oppmerksomhet i 2018 og har preget arbeidet i juridisk fagenhet. I forbindelse med innføringen av EUs personvernforordning for datasikkerhet, GDPR, har vi gjennomført en rekke tiltak som skal sørge for at Vinmonopolet etterlever de krav som stilles. Avdelingen har ansvaret for vårt internasjonale samarbeid, med blant annet alkoholmonopolene i andre land. Helse- og omsorgsdepartementets krav om retningslinjer for å forhindre og håndtere korrupsjon ble starten på et antikorrupsjonsprogram som vil fortsette inn i 2019.

**EN NY MERKEVAREPLATTFORM** kom på plass i 2018. Selv om vi har et godt omdømme, har det ikke tidligere blitt jobbet systematisk med å utvikle merkevaren. Som en forlengelse av dette skal vi revidere vår visuelle identitet i 2019. Vi skal utvikle en egen bærekraftstrategi. Arbeidet i Sør-Afrika vil fortsatt prege arbeidet framover, og i tillegg skal vi se nærmere på forholdene i sukkerrørproduksjonen i Sør- og Mellom-Amerika som både berører romindustrien og råvarer til bæreposene våre. ■



## HOLDNINGSSKAPENDE ARBEID

Holdningsskapende arbeid er viktig for samfunnsoppdrag vårt, og vi gjennomførte kampanjer også i 2018.

En holdningsundersøkelse ble gjennomført av Kantar TNS på vegne av Vinmonopolet. Dette har vi gjort annethvert år siden 2006 for å se på holdningsutvikling over tid. Målgruppen er tredelt: ungdom mellom 15 og 20 år, ungdom mellom 21 og 25 år og foreldre med barn i alderen 13 til 18 år.

Undersøkelsen viste at hver andre ungdom har drukket alkohol før de fylte 16 år. En av tre har kjøpt alkohol til mindreårige, og halvparten synes det er vanskelig å si nei viss de blir spurt. I tillegg viste den at unge har mange negative opplevelser knyttet til drikking. Dette gjør at et flertall av tenåringsforeldre er bekymret for hva barna deres kan bli utsatt for.

Årets alderskampanje startet som en audition på sosiale medier i 2017.

Hovedrollene gikk til en ungdom og en butikkansatt som dro til Sør-Afrika for film- og fotoopptak. Kampanjen gikk i to runder og ble annonsert på Facebook, Instagram, Snapchat, kino og på visleg.no. Den skapte oppmerksomhet og økt bevissthet på å vise legitimasjon uoppfordret. Men selv om den ble oppfattet som underholdende, motiverte den ikke like mye som tidligere kampanjer.

Kampanjen mot langing snakket mer til hjertet, og målgruppen følte den var mer relevant. Målgruppen for kampanjen var unge voksne som kjøper alkohol til mindreårige venner og bekjente. Kampanjen oppfordret de voksne til å ta ansvar og være bevisste på risikoen de utsetter de mindreårige for. Bruk av lokale butikkansatte ga mange gode medieoppslag med bakgrunn i holdningsundersøkelsen og langingkampanjen.



# 1 AV 3

I ALDEREN 15 TIL 20 ÅR HAR DRUKKET SÅ MYE AT DE HAR OPPLEVD BLACKOUT.

# 1 AV 10

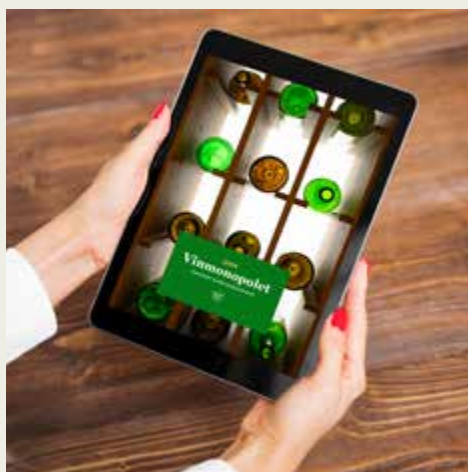
MELLOM 15 OG 20 ÅR HAR VÆRT PÅ LEGEVAKT/SYKEHUS I FORBINDELSE MED SKADER I ALKOHOLPÅVIRKET TILSTAND.

# 16%

AV UNGE MELLOM 15 OG 20 ÅR HAR OPPLEVD UØNSKET SEKSUELL OPPMERKSOMHET, OG 1 AV 10 SVARER AT DE HAR HATT SEX SOM DE ANGRER PÅ.

# 19%

AV UNGDOM MELLOM 15 OG 20 ÅR I OSLO HAR BRUKT NARKOTIKA NÅR DE HAR DRUKKET ALKOHOL. FOR RESTEN AV LANDET ER TALLENE NOE LAVERE.



## VÅR FØRSTE GRI-RAPPORT

Kan lastes ned som PDF på [vinmonopolet.no](http://vinmonopolet.no)

Vinmonopolet rapporterte på samfunnsansvar for første gang for 2018. For å rapportere bærekraft og samfunnsansvar anbefaler norske myndigheter det anerkjente rammeverket Global Reporting Initiative (GRI) til statlig eide bedrifter. Rapporten skal gi våre eiere, ansatte, kunder og samfunnet for øvrig en oversikt over hvordan vi følger opp samfunnsansvaret vårt.

Den viser hvilke miljømessige, økonomiske og sosiale fotavtrykk vi setter. Samtidig synliggjør og måler den effekten av bærekraftarbeidet vi gjør med for eksempel menneskerettigheter i leverandørkjeden og mangfold og integrering internt. Rapporten gir oss bedre oversikt over hva vi gjør, og hva som forventes av oss, og innsikt i hva vi bør gjøre annerledes.



## PODKAST

Vi publiserte vår første podkastepisode i april 2015. Det siste året har publiseringstakten økt, og lytterne hadde ved utgangen av 2018 hele 111 episoder å velge mellom. Det virker som mange av lytterne er faste følgere og hører på alle episodene.

På podkasten presenterer vi informasjon på en mer subjektiv, uformell og humoristisk måte. Lytteren trenger ingen forkunnskaper, og vi forklarer prinsipper og vanskelige begreper underveis. Samtidig går samtalen i dybden på ulike temaer, ofte med dypdykk og uventede vendinger. Etter hvert har vi mottatt mange lytterspørsmål, og flere av episodene i 2018 var basert på disse.



**36**  
NYE EPISODER  
PUBLISERT I 2018

**111** EPISODER  
PUBLISERT PER  
JANUAR 2019



## VINMONOPOLETS EKSTERNE KOMMUNIKASJONSKANALER

### VINBLADET

**6** UTGAVER  
I 2018

**80 000**  
i opplag for  
hver utgave

**52 500**  
abonnenter  
ved utgangen  
av året

### VINMONOPOLET.NO

**700 000** av de som besøkte  
nettsiden, var innom  
minst én artikkel.



Artiklene under  
samlesiden «Lær  
om vin» var blant  
de mest besøkte.

### DEN GJENNOMSNITTLIGE SYNLIGHETEN TIL VINMONOPOLET I NORSKE MEDIER ER MEGET GOD

- **3 887** medieoppslag om Vinmonopolet totalt i 2018
- **Dn.no** og **Dagbladet** omtalte oss oftest
- **70 % lokal media**, i tråd med målet vårt om å være synlig lokalt
- «**Boble-salget når nye høyder i 2018**» fikk mest spredning i media
- **56 % trykt media**, **44 % nettmedier**
- **400 saker** i etermedier (radio, TV, podkast osv.)

(Kilde: Årsanalyse fra medieovervåkingen MyDesk)

## «SMAKESMIA»

Alle butikkansatte deltar i et program for kompetanseheving på mat og vin i kombinasjon, der innholdet produseres av enheten Fagkommunikasjon. Alle landets butikker gjennomfører to temasmakinger i året. Meny og drikkevalg er likt for alle.

- Våren 2018 var temaet bærekraft. (vegetarmat og vin i lettvektemballasje)
- Høsten 2018 smakte vi sake sammen med sushi og ost.



# Strategi og organisasjon





## KIRSTI CHRISTIE

direktør Strategi og organisasjon

### BÆREKRAFTMÅL



#### 8 Anstendig arbeid og økonomisk vekst

Vår interne ambisjon er at Vinmonopolet skal bli Norges beste arbeidsplass. Det skal vi oppnå gjennom tydelig etisk forankring og gode utviklingsmuligheter for alle ansatte.

### VINSTIL FRA DRIKKEVELGER



Fat og frukt (eller kanskje fet og floral), jeg elsker STORE hvitviner.

### KUNDESEGMENT



Dedikert, vin

### AVDELINGEN

17 ansatte

### HØYDEPUNKT I 2018



Poltreffet

# Vi skal bli Norges beste arbeidsplass

**AVDELINGEN BLE OMORGANISERT** i 2018 og består nå av tre team organisert i matrise: Organisasjonsutvikling, Serviceteamet og HR-teamet. Disse har erstattet avdelingene HR og Personal, Fellestjenester samt Opplæring.

**ORGANISASJONSUTVIKLING** er en viktig forutsetning for å nå målene våre og gjennomføre den nye selskapsstrategien. Avdelingen Strategi og organisasjon har hatt ansvar for å utvikle og iverksette strategien i Vinmonopolet. Vi eier strategisk plan for organisasjonsutvikling og prosjektene Nærvær og Leder- og medarbeiderutvikling. Plattformen for den nye strategien ble utviklet i 2017, og i 2018 har vi satt den ut i livet.

**VI HAR INNFØRT ORGANISERING I MATRISE** istedenfor i linje, og har mange prosjekter med tverrfaglig medlemssammensetning. Hver avdeling har fått en ledergruppe med en partner fra Strategi og organisasjon, én fra IT og en controller fra økonomi. Dette skal sikre at alle arbeider mer på tvers og i henhold til strategien og verdiene våre.

**AKTIVITETSBASERT ARBEIDSPASS** bygger opp under matrisen. Ingen har faste plasser på vårt nye kjedekontor i Diagonale, men det finnes flere ulike typer arbeidssteder: konsentrasjonsplasser, samhandlingssoner, sosiale soner og møterom. Avdelingen har vært pilot for aktivitetsbasert arbeidsform før flyttingen fra Akersgata og arrangerte da ryddedager og flytte-workshops for alle ansatte og ledere. Parallelt med flyttingen har vi hatt egne uker med ekstra oppmerksomhet på verdiene våre – raus, solid og dynamisk.

**INTERNKOMMUNIKASJON BLE FLYTTET** til avdelingen i juni. Internkommunikasjon

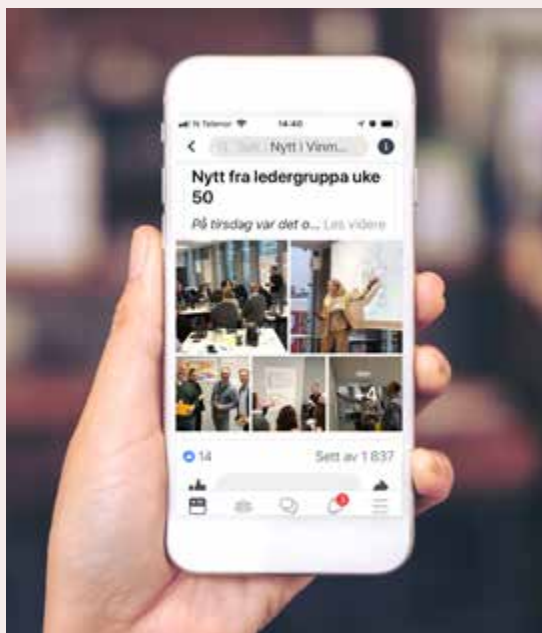
bygger kultur framfor noe annet, og henger naturlig sammen med organisasjonsutvikling. Vi har utarbeidet en ny internkommunikasjonsplan som inneholder konkrete tiltak knyttet til strategi, organisasjonsutvikling og bedriftskultur. Avdelingen skal blant annet bidra til å gjennomføre strategien og utvikle Norges beste arbeidsplass. Som et ledd i dette har vi innført Workplace by Facebook som et viktig verktøy for internkommunikasjonen (se side 31).

**NÆRVÆRSPROSJEKTET** eies av Strategi og Organisasjon. Arbeidet med å øke de ansattes nærvær (og redusere fravær) tar tid, men utviklingen har gått i positiv retning i 2018.

**SPORTYPOL SKAL INSPIRERE** og legge til rette for mer aktivitet i hverdagen, som en investering i helse og trivsel. Alle ansatte fikk en ny aktivitetsklokke som julegave i 2017 og kan bruke den for å bli inspirert til større aktivitet.

**OPPLÆRING OG KOMPETANSEUTVIKLING** er et viktig ledd i vår ambisjon om å være Polet for alle. Vi er avhengige av folks støtte om vi skal sikre ansvarlig salg av alkohol. Å gi det beste kundemøtet og dermed levere på samfunnsoppdraget krever kompetente og serviceinnstilte medarbeidere i alle ledd.

**I 2019** skal vi fortsette utviklingen av ledelse og kompetanse, noe som er viktig for framtidens kundemøte. Vi utvikler PolAkademiet for å videreføre det gode varefaglige arbeidet og utvider læringsteamaene med blant annet mer om bærekraft og digitalisering. Workplace skal evalueres og videreutvikles til å bli en enda mer effektiv kanal for intern kommunikasjon. ■



# @workplace

## HAR BLITT VÅR VIKTIGSTE INTERNKANAL

I januar 2018 lanserte vi *Workplace by Facebook* (Facebooks samhandlingsløsning for bedriftsmarkedet) i hele organisasjonen, etter en pilotperiode på slutten av 2017. Med dette har vi fått en felles plattform hvor alle ansatte kan oppdatere seg, dele og kommentere saker.

«**Polpunktet**» har 2 542 medlemmer og er gruppen med mest aktivitet. Her kan alle dele det de er opptatt, av med alle andre. Medlemmene oppfordres til å bruke gruppen til å vise fram gode eksempler, framsnakke flinke kolleger og annet som bidrar til å gjøre Vinmonopolet til Norges beste arbeidsplass.

# 2 612

ansatte er lagt til på Workplace.  
Av disse har 2 391, eller 91,5 prosent, tatt i bruk sin konto.

# 2 000

Ca. 2 000 ansatte bruker Workplace ukentlig eller oftere.

# 2 100

Ca. 2 100 ansatte bruker Workplace-appen for mobil månedlig eller oftere.

SAMMEN MED LØSNINGEN OFFICE 365 FRA MICROSOFT HAR WORKPLACE ERSTATTET VÅRT GAMLE INTRANETT.

## OMLEGGING AV HMS-ARBEID OG VERNEOMBUDSORDNING

**Arbeidet med helse, miljø og sikkerhet (HMS) i Vinmonopolet er omorganisert. Omleggingen er utført av et matriseteam med representanter fra Kjedefrift og -utvikling, Kategori og innkjøp og Strategi og organisasjon i tillegg til hovedverneombudet.**

Hensikten er å skaffe bedre oversikt over alle aktiviteter, tydeliggjøre ansvar og øke kvaliteten i HMS-arbeidet. Dette er et viktig bidrag i ambisjonen om å bli Norges beste arbeidsplass.

For å få til et enda bedre HMS-arbeid med dedikerte verneombud er antall verneombud redusert fra 280 i 2017 til rundt 60 ved utgangen av 2018. Ordningen er avtalt i Arbeidsmiljøutvalget (AMU) i samarbeid med fagforeningene og er en prøveordning på to år.

Vi har gjennomført en felles samling der verneombudene kunne dele erfaringer og få inspirasjon. Alle nyvalgte verneombud har i tillegg deltatt på kurs lokalt hos bedriftshelsetjenesten Stamina.





## KURS FOR KUNDER

Vinmonopolets kurs har blitt populære, og de fleste kursene i 2018 var fulltregnet. De dekker sine egne kostnader, som var intensjonen. PoIAkademiet (tidligere Opplæring) har hatt hovedansvaret for kursene, i matrisearbeid med Serviceteamet og Fagkommunikasjon. Alle kursholderne er ansatte i Polet og er eksperter på temaene de holder kurs om. Vi har kurs som passer for den som ikke kan så mye fra før, og for den som allerede vet en del om temaet.

**116** KURS BLE AVHOLDT I 2018

**2 857** KUNDER DELTOK

**13** ULIKE TEMAER

**11** ULIKE STEDER

## NÆRVÆR

En del av vårt arbeid med bærekraft handler om å ta vare på de ansatte og sørge for en god og inkluderende arbeidsplass. Vår visjon er at Vinmonopolet skal være Norges beste arbeidsplass innen 2022. For å oppnå dette må vi øke nærværsprosenten.

Vi har økt nærværet sammenliknet med 2017, men har også satt oss høyere mål. Det strategiske nærværprosjektet vil være førende for opplæring og andre aktiviteter for å øke nærværet ytterligere.

### NÆRVÆRSMÅL

2018: 94,0 %

2019: 94,5 %

2020: 95,0 %

2021: 95,5 %

### SYKEFRAVÆRET I 2018

**7,24%**  
(mot 7,7 % i 2017)

### NÆRVÆR I 2018

**92,76%**  
(92,3 % i 2017)



Dette er en nedgang på 0,47 prosentpoeng og gir en reduksjon i sykefraværet på 6,1 prosent for 2018.

## INTERN OPPLÆRING

Opplæring hos Vinmonopolet handler om mer enn kunnskap om produktene. Vi er opptatt av samfunnsoppdraget, bærekraftige løsninger og etisk handel. Kundemøtet er avgjørende. Det er store lokale forskjeller mellom butikkene, og våre råd skal være tilpasset den enkelte kunden.

I tillegg til varefaglig opplæring gjennomførte vi blant annet lederopplæring, HMS-opplæring, Seniorskurs og opplæring i Office 365 i 2018.

- **Rundt 1 000 ansatte** var innom Kjedekontoret for opplæring i 2018.
- **8 samlinger** ble gjennomført for obligatorisk opplæring (trinn 1-4).
- **65 ansatte besto selvstudiet**, vårt mest krevende kurs med et ettårig deltidsstudium og fordyping i et valgt tema.
- **13 studiereiser** med til sammen rundt 150 ansatte ble gjennomført.
- **84 e-kurs** med ulike temaer var tilgjengelige for alle ansatte i november 2018.
- **74 828 timer** opplæring ble gitt til sammen



# Økonomi og anskaffelser





## OLAV ANDRE BRAATEN

direktør Økonomi  
og anskaffelser

### BÆREKRAFTMÅL



8 Anstendig arbeid og økonomisk vekst  
Vi forhandler fram avtaler som tar hensyn  
til både økonomisk lønnsomhet og  
samfunnsansvar, miljø og bærekraft.

### VINSTIL FRA DRIKKEVELGER



På den hvite siden, lett og frisk.

### KUNDESEGMENT



Prisfokusert blandet.  
Er ny i faget, utvikler seg mot søkende.

### AVDELINGEN

25 ansatte

### HØYDEPUNKT I 2018



Å få ny jobb i en bedrift med  
så godt omdømme

# Vi skal ha effektiv drift og solid økonomisk utvikling

**2018 HAR VÆRT ET SPENNENDE OG UTFORDRENDE ÅR** for vinmonopolet. Vi måtte ha oppmerksomheten på lønnsomme prosesser og å drive kostnads-effektivt. Vinmonopolet skal levere på kravet om effektiv drift og gjeldende avkastningskrav og balansere hensynet til samfunnsoppdraget og vårt oppdragsbrev. Samtidig er vi i gang med mange ressurskrevende satsinger som følge av den nye selskapsstrategien. Dette har krevd hard prioritering for ledergruppa når det gjelder omfang, ressursbruk og rekkefølge på alt vi ønsker å gjøre. Gode mål gjennom målverktøyet OKR (se side 22) skal hjelpe oss med dette framover.

**MODERNISERING OG EFFEKTIVISERING** har vært på tapetet i 2018. Vi har innført bemanningsverktøyet Quinyx, som sørger for at informasjon om vaktplaner og arbeidede timer går automatisk til lønssystemet. Det har vært noen innkjøringsproblemer, men vi er overbevist om at verktøyet på sikt vil gi bedre oversikt over vaktplanene og lette arbeidet med å disponere de ansatte i butikkene. I det lange løp får vi mer effektiv behandling av lønn gjennom kortere rapporteringstid, mindre manuelt arbeid og færre feilkilder.

**MÅNEDLIG MÅLING AV ØKONOMISKE RESULTATER**, eller «Business reviews», er et nytt system som sikrer enhetlig styring og oppfølging. Administrerende direktør, Hilde Britt Mellbye, og direktør for Økonomi og anskaffelser, Olav Andre Braaten, har deltatt på månedlige møter med de enkelte avdelingsdirektørene og controlleren som har ansvar for oppfølging. På møtene får alle status på prosjekter og måloppnåelse og oppfølging av de strategiske planene og økonomien.

Dette hjelper til med riktig prioritering og framdrift.

**RIKTIGE ANSKAFFELSER** får stadig større oppmerksomhet. I 2018 ble fagenheten Innkjøp og anskaffelser, som har ansvar for innkjøp av alt annet enn salgsvarene våre, lagt til avdelingen Økonomi og anskaffelser. Vinmonopolet er underlagt lov om offentlige anskaffelser, men å forhandle fram gode avtaler er også med på å sikre at vi oppnår effektiv og lønnsom drift. Miljø og bærekraft blir et stadig viktigere punkt i avtalene våre, og vi ser ikke bare på pris. Gjennom gode avtaler skal vi sikre anstendig arbeid og god kontroll og oppfølging på kravene til samfunnsansvar, miljø og bærekraft.

**KONTAKT OG SAMHANDLING** i matrise på tvers av organisasjonen sikres blant annet av økonomistyringsfunksjonen. Vi har tre kontrollere som fungerer som økonomidirektørens forlengede arm gjennom økonomistyringsenheten. De har god oversikt over arbeidet i avdelingene, støtter de enkelte avdelingsdirektørene og deltar i avdelingsledergruppene. Med spisskompetanse styrer de økonomien og hjelper til med å gjøre gode prioriteringer. Samtidig utfordrer de oss og bidrar til at Vinmonopolet leverer på oppdragsbrevet fra våre eiere og oppnår effektiv drift. De er også med på å sette økonomi på bedriftens agenda.

**I 2019 STYRKES** arbeidet med lønnsom drift. Vi skal definere styringsmål Vinmonopolet skal strekke seg mot. I framtidig prognosearbeid er målet å løsrive økonomiplanlegging fra den tradisjonelle budsjettprosessen. Prosessen er tidkrevende, og vil kreve en rekke endringer økonomioppfølgingen i selskapet. ■

## FULL KONTROLL PÅ ØKONOMIEN

**Tre kontrollere utgjør et viktig bidrag til arbeidet i matrise. I løpet av 2018 har nemlig hver avdeling fått sin egen ledergruppe, der kontrollerne deltar sammen med en partner fra Strategi og organisasjon og en fra IT (Digitalisering og netthandel).**

Dette skal sikre kontakt og samarbeid på tvers og sørge for at økonomi settes høyt opp på Vinmonopolets agenda.

Controllerne analyserer og støtter opp om avdelingens drift. I dag jobber de vel så mye med analyse som med rapportering. At de deltar i de overgripende prosjektene, sørger for bedre kontroll av økonomien og

hjelper avdelingene med å fatte de riktige beslutningene.

Månedlige Business reviews er et viktig verktøy for å sikre enhetlig styring og oppfølging. Her følges våre suksesskriterier (KPI-ene) opp.

Controllerne sørger for at vi får oppmerksomhet på økonomi inn i avdelingsdiskusjonene. De månedlige målingene av økonomiske resultater gjennomgås i faste møter der adm. direktør, den aktuelle avdelingsdirektøren og direktør for Økonomi og anskaffelser deltar sammen med en controller, som også forbereder og refererer møtene.

Controllerne har ikke bare et rent økonomisk ansvar. I tillegg til å følge

opp økonomisk forbruk følger de sykefraværet og har systemansvar, for eksempel for SAP.

Erfaringen fra matrisearbeidet i avdelingsledergruppene er at matrisen fungerer veldig godt. Men mye er omorganisert i forbindelse med ny strategi og flytting, og det tar tid før alt går seg til.

Skype fungerer godt som verktøy. Blant annet er det mulig å ha ledermøter uten at alle fysisk er samlet. Det reduserer behovet for reiser, noe som er en fordel både for miljøet og økonomien. Det bidrar til at matrisen fungerer, for eksempel for regions- og distriktssjefer, der den geografiske spredningen er stor.

**50** TOTALT BEHANDLET VI RUNDT 50 ANBUD I 2018.

**ELEKTRONISKE FAKTURAER** **75%**

## GODE AVTALER SPARER ØKONOMI OG MILJØ

**Etter omorganiseringen hører fagenheten anskaffelser til Økonomi og anskaffelser.**

Enheten står for innkjøp av varer og tjenester utenom salgsvarene våre. De forvalter lovverket og forskrift om offentlige anskaffelser og samarbeider med juridisk fagenhet. Forskriften tar også hensyn til bærekraft. Dette temaet får stadig større oppmerksomhet, og behandles i samarbeid med enhetene som har ansvar for miljø og bærekraft, under henholdsvis Kategori og innkjøp og Kommunikasjon og samfunnskontakt. Samarbeidet har gitt nye og bedre rutiner.

Anskaffelsesprosessen er digitalisert, både tilbud og kontrakter ligger i

anbudsløsningen Mercell. Prosessen går i tre faser. Først avklares behovet. Innkjøp driftsmidler hjelper til med å finne løsninger og å utfordre behovet, men avtalene eies av de enkelte fagenhetene. Så gjennomføres en anbuds-konkurranse. Dette sikrer likebehandling og konkurranse. Til sist kommer kontraktsinngåelse, i henhold til avtalerett og regelverk.

Ulike terskelverdier bestemmer hvilken anskaffelsesprosedyre som skal brukes, direkte anskaffelse, nasjonal anbudsprosess eller utlysning i EØS-området, der alle kan delta.

Enheten jobber med alt fra bitte små kontrakter til store og komplekse saker. Mest jobb har de med kompliserte IT-anskaffelser og ombyggings-

prosjekter i butikk.

Ett miljøkrav er å kjøpe mindre. Den største avtalen i 2018 var et nytt, landsdekkende anbud på renhold i alle butikkene våre. Da vi reduserte frekvens på renholdet, innebar det både en økonomisk og miljømessig innsparing. Avtalen reduserte kostnaden med 540 000 kroner i mai og ytterligere 320 000 kroner fra august til september. Lavere frekvens på rengjøringen gir også en miljøgevinst gjennom redusert forbruk av kjemikalier og kjørt kilometer. Det ble lagt vekt på å velge en svanemerket leverandør.

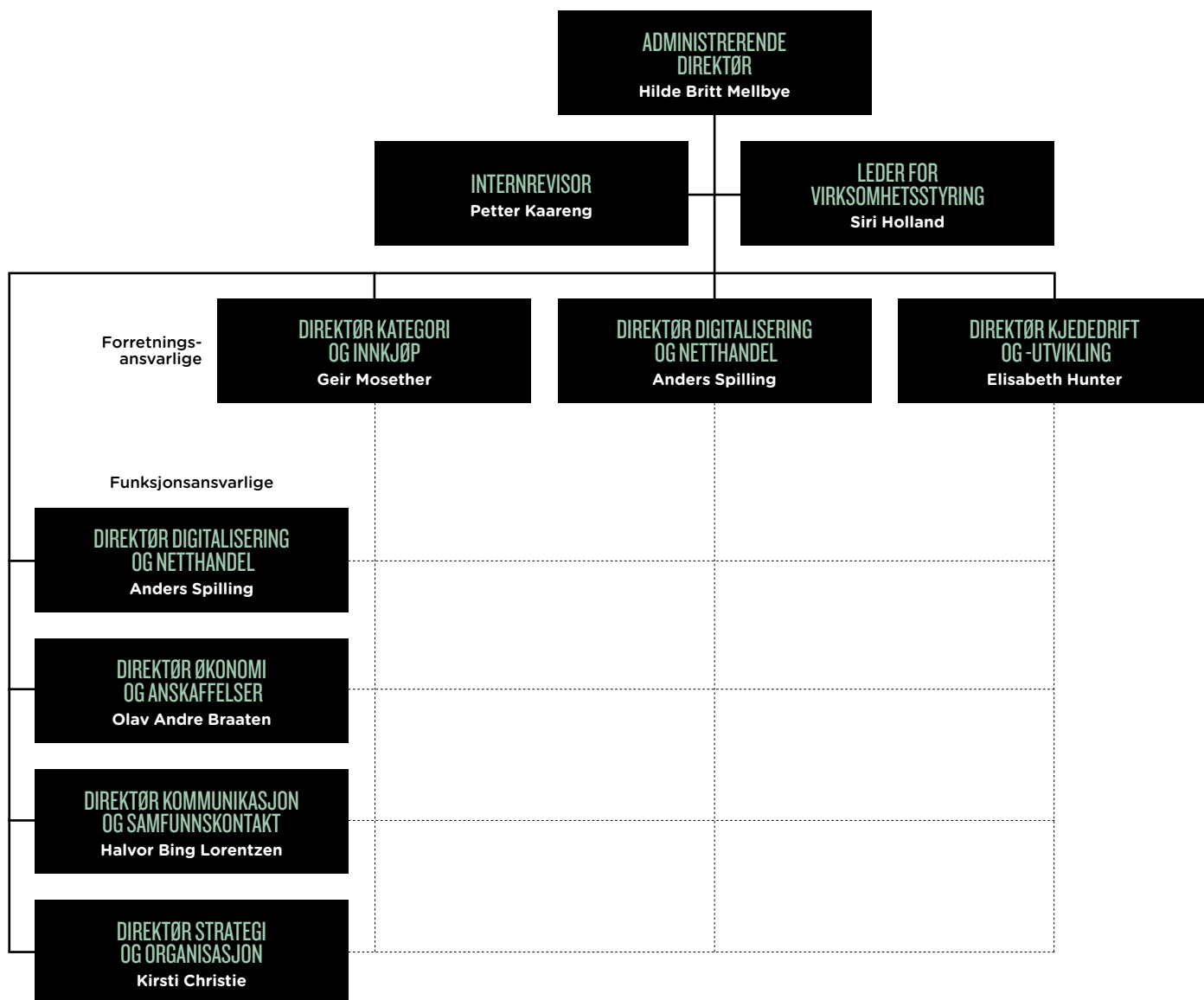


I juni flyttet Kjedekontoret fra Akersgata til nye, sentrale lokaler i «Diagonale» i Bjørvika. Aktivitetsbaserte arbeidsplasser legger til rette for matrisearbeid, bedre samhandling mellom avdelingene og bedre service til butikkene.





# ORGANISASJONSKART



Vinmonopolet har innført organisering i matrise istedenfor i linje, og har mange prosjekter med tverrfaglig medlems sammensetning. Dette skal sikre at alle arbeider mer på tvers og i henhold til strategien og verdiene våre.

De forretningsansvarlige avdelingene Kategori og innkjøp, Digitalisering og netthandel og Kjededrift og -utvikling er henholdsvis ansvarlige for butikkene og salget og sortimentet og logistikk.

De faglige funksjonene Digitalisering og netthandel, Økonomi og anskaffelser, Kommunikasjon og samfunnsansvar og Strategi og organisasjon støtter opp under kjerneprosessene.

# LEDERGRUPPEN



## ADMINISTRERENDE DIREKTØR

**HILDE BRITT  
SKARBØVIK MELLBYE**

**FØDT:** 1961

**TIDLIGERE STILLINGER:** konsernsjef i Norlandia Care Group, Senior Vice-President i HÅG/Scandinavian Business Seating, AD i Reklamebyråforeningen og See Design, avdelingssjef i JBR/McCann, marketingsjef i Ringnes og Masterfoods

**UTDANNELSE:** siviløkonom, Norges Handelshøyskole

**ANDRE VERV:** styreleder i Plantasjen asa og Abilia AB, og styremedlem i Frisk as



## DIREKTØR KJEDEDRIFT OG -UTVIKLING

**ELISABETH HUNTER**

**FØDT:** 1968

**TIDLIGERE STILLINGER:** adm.dir. Boots Norge AS, markedsdirektør Boots Norge AS, produktsjef Nycomed Pharma

**UTDANNELSE:** siviløkonom, BA (Hons) fra Strathclyde University (Glasgow, Skottland)

**ANDRE VERV:** styremedlem i Nille og Coop Øst



## DIREKTØR KATEGORI OG INNKJØP

**GEIR MØSEETHER**

**FØDT:** 1967

**TIDLIGERE STILLINGER:** direktør supply chain Nille AS, logistiksjeff Europris ASA, logistiksjeff Interpress Norge, ulike lederroller i Narvesen ASA Distribusjon, tømmer Ringsaker Allmenning, fabrikkarbeider Moelven Bolig AS

**UTDANNELSE:** ex.phil. UiO, økonomifag Høgskolen i Oslo, tømmer

**ANDRE VERV:** styremedlem i Elektroimportøren Holding AS - Herkules Capital Consumer Industry group



## DIREKTØR DIGITALISERING OG NETTHANDEL

**ANDERS SPILLING**

**FØDT:** 1972

**TIDLIGERE STILLINGER:** director Product Strategy & Operations, Schibsted, director Innovation & Operations, Aftenposten, director Customer & Strategy, EY, manager, Strategy & Operations, BearingPoint, research Manager, Telenor R&D, research Associate, University of Bristol.

**UTDANNELSE:** bachelor i elektronikk og kommunikasjons-teknologi ved University of Bristol, doktograd ved samme universitet i 2000



## DIREKTØR KOMMUNIKASJON OG SAMFUNNSANSVAR

**HALVOR BING LORENTZEN**

**FØDT:** 1968

**TIDLIGERE STILLINGER:** informasjonssjef, fagsjef i varefaglig rådgivningsgruppe og informasjonsrådgiver i Vinmonopolet

**UTDANNELSE:** cand.polit. UiO

**ANDRE VERV:** styremedlem i brannstyret i Nedre Romerike brann- og redningsvesen



## DIREKTØR STRATEGI OG ORGANISASJON

**KIRSTI CHRISTIE**

**FØDT:** 1966

**TIDLIGERE STILLINGER:** Senior Vice President Corporate HR i EVRY, HR-direktør i SN Power, Norsk Folkehjelp, Dagbladet (Berners-gruppen) og GE Healthcare

**UTDANNELSE:** utdannet sosialantropolog ved Universitetet i Oslo og har skrevet sin avhandling om cowboyer i Australia.



## DIREKTØR ØKONOMI OG ANSKAFFELSER

**OLAV ANDRE BRAATEN**

**FØDT:** 1975

**TIDLIGERE STILLINGER:** Accenture, PWC, Tele 2, økonomi-direktør i Norlandia

**UTDANNELSE:** sivilingeniør Industriell økonomi fra NTNU, master i regnskap og revisjon fra Handelshøyskolen BI, stats- autorisert revisor



# Årsberetning 2018

Vinmonopolet er samfunnets viktigste virkemiddel for å sikre ansvarlig salg av alkohol. Styret legger stor vekt på at selskapet forvalter sitt alkoholpolitiske oppdrag gjennom å drive effektive og profesjonelle butikker med kunnskapsrike og kvalitets- og ansvarsbevisste ansatte. Det gir de beste forholdene for å utøve det nødvendige ansvarlige salget som vinmonopolordningen hviler på, og det gir tilfredse kunder.

Vinmonopolordningen sikrer at salget skjer uten privatøkonomiske interesser. Fordelene med Vinmonopolet kommer blant annet til uttrykk gjennom fravær av kjøpepress, ansvarlig salg gjennom effektiv kontroll av alder og avvisning av berusede personer, holdningsskapende tiltak, etisk atferd og effektiv drift. Med et begrenset antall butikker og søkelys på ansvarlig salg bidrar Vinmonopolet til å begrense skadevirkningene av alkohol i Norge.

Det er sterk støtte til norsk alkoholpolitikk med Vinmonopolet som en sentral bærebjelke. I Kantar TNS sin omdømmeundersøkelse gikk Vinmonopolet til topps for sjette året på rad i 2018.

Selv om vi er et monopol, fungerer vinmonopolordningen som en markeds plass hvor norske grossister konkurrerer om plass til produktene sine. Denne ordningen gjør at Vinmonopolet har et helt unikt mangfold av produkter å tilby det norske folk. Vinmonopolets nettbutikk er kanskje verdens største og beste nettbutikk for salg av alkohol. Med sine nesten 25 000 forskjellige produkter i nettbutikken er det få om noen andre butikker i verden som kan vise til et så bredt sortiment på ett og samme sted, tilgjengelig til samme pris over hele landet.

## REGNSKAP

Vinmonopolet hadde i 2018 salgsinntekter på 13 861 millioner kroner, hvorav 7 245 millioner kroner i form av alkohollavgift. Salgsinntektene økte med 432 millioner kroner, som er en økning på 3,2 prosent fra 2017. Driftsresultatet for 2018 ble 151 millioner kroner, noe som er 4 millioner høyere enn i 2017 og innebærer en økning på 2,7 prosent. I 2018 påvirket engangshendelser som arbeid med utredningsrapport om taxfree og flytting av hovedkontor driftskostnadene negativt.

Resultatet før skatt ble 168 millioner kroner, som er 1 million kroner høyere enn i 2017. Stortinget har fastsatt at 50 prosent av overskuddet etter skatt skal tilfalle staten. Dette utgjør 65 millioner kroner. Årets resultat etter skatt, fratrukket statens overskuddsandel, utgjør 65 millioner kroner og foreslås overført til annen egenkapital.

Selskapets pensjonsforpliktelse økte fra 910 millioner kroner i 2017 til 988 millioner kroner i 2018. Hovedårsaken til økningen i forpliktelsen er et negativt estimatavvik grunnet en oppdatering av sannsynlighet for frivillig avgang i Vinmonopolet.

Positiv kontantstrøm tilført fra driften var 34 millioner kroner. Negativ kontantstrøm fra investeringsaktiviteter var 122 millioner kroner som gir en netto negativ kontantstrøm på 88 millioner kroner for 2018, mot minus 84 millioner i 2017.

I henhold til lov om Aktieselskapet Vinmonopolet (vinmonopolloven) utbetales også et aksjeutbytte til eierne med 2 500 kroner.

Per 31.12.2018 var samlet beholdning av kontanter, kontantekvivalenter og finansielle plasseringer

2 151 millioner kroner mot 2 238 millioner kroner ved forrige årsskifte. Totalkapitalen

i selskapet utgjorde 3 629 millioner kroner per 31.12.2018. Bokført egenkapital var 719 millioner kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 20 prosent. Til sammenlikning var egenkapitalen per 31.12.2017 på 796 millioner kroner, noe som gir en egenkapitalprosent på 22 prosent. Reduksjonen i egenkapital skyldes i hovedsak en negativ endring i estimatavvik på ytelsespensjonsordningen som innebærer en bokføring rett mot egenkapitalen.

Vinmonopolets likvide midler er hovedsakelig plassert i en konsernkontoordning med flytende rente. I tillegg er 342 millioner kroner plassert i obligasjoner og sertifikater innenfor stats-, kommune- og finanssektoren. Total renterisiko for Vinmonopolet anses for liten. Vinmonopolet er i svært begrenset grad eksponert for valutarisiko, da salg og innkjøp i all hovedsak gjøres i norske kroner.

Etter styrets oppfatning gir den økonomiske rapporteringen et sannferdig bilde av resultatet for 2018 og selskapets finansielle situasjon den 31.12.2018. Styret mener vilkårene for videre drift er til stede, og regnskapet er avlagt under denne forutsetning.

## BUTIKKETABLERINGER

Vinmonopolet har som mål å sikre en mest mulig lik tilgjengelighet til butikkene over hele landet innenfor fastsatte alkoholpolitiske og bedriftsøkonomiske rammer. Totalt ble det åpnet åtte nye butikker i 2018. Ved utgangen av året hadde Vinmonopolet til sammen 331 butikker i drift.

## ARBEIDSMILJØ

1 848 ansatte arbeidet i Vinmonopolet ved utgangen av 2018, og de utførte 1 158 årsverk.

Sykefraværet var 7,24 prosent i 2018. Dette er en nedgang på 0,47 prosentpoeng fra året før eller en reduksjon i sykefraværet på 6,1 prosent fra året før. Den prosentvise nedgangen fra 2016 til 2018 er hele 10,6 prosent. Styret og administrasjonen har hatt stor oppmerksomhet på sykefraværet i året som har gått. Det er igangsatt et strategisk prosjekt for å øke nærværet i Vinmonopolet. Som en del av prosjektet er det innført et elektronisk system for sykefraværsoppfølging (Simpløyer) som hjelper ledere i oppfølgingen av sykmeldte.

#### LIKESTILLING OG LIKEVERD

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. Ved utgangen av året var det 66 prosent kvinner og 34 prosent menn i bedriften. Vinmonopolet kom på sjette plass i SHE-indeksen 2019. SHE-indeksen måler hvor gode norske selskaper er på kjønnsbalanse, i samarbeid med rådgivnings- og revisjonsselskapet EY. 79 selskaper deltok i årets SHE-indeks.

#### PERSONER MED NEDSATT FUNKSJONSEVNE

Vinmonopolet legger til rette for at ansatte som har behov for det, så langt det er praktisk mulig, skal kunne få tilrettelagte arbeidsoppgaver for dermed å kunne stå lengre i jobb.

I 2018 flyttet Kjedekontoret inn i helt nye kontorlokaler hvor det i større grad er tilrettelagt personer med nedsatt funksjonsevne.

#### YRKESAKTIVITET ETTER 50 ÅR

Så langt mulig tilrettelegges arbeidsoppgaver for å sikre at arbeidstakere skal kunne stå i jobb. I tillegg oppfordres alle aldersgrupper å søke stillinger i bedriften ved nyrekrutteringer. I 2018 var 14 av 144 nyansatte over 50 år.

#### DET YTRE MILJØ

Klima og miljø ble utpekt som et strategisk satsingsområde i den nye selskapsstrategien, og Vinmonopolet har besluttet å ta et større miljø- og klimaansvar i hele verdikjeden. Krav til lettvektsemballasje / miljøsmart emballasje på all ny vin under 150 kroner var et viktig steg for å nå våre ambisiøse klimamål. Miljøsmart emballasje omfatter lettvektsglass, PET/plast, papp og aluminium – med fellesnevner at emballasjen veier under 420 gram per 0,75 liter. På PET/plast-flasker stiller vi også krav til pant. Salget av PET/plastflasker steg med 30 prosent i 2018 fra året før, men utgjør likevel kun 1,45 prosent av salgsvolumet på vin.

I oktober ble prisen på plastposene satt opp fra 1 til 2 kroner. 50 øre går direkte til Handelens Miljøfond (totalt 2,7 millioner kroner fra oktober til ut desember). Dette skal bidra til å redusere plastforsøpling og plastposebruk samt øke ressursutnyttelsen til plast både nasjonalt og internasjonalt. Resterende overskudd vil nyttes til egne tiltak innen samfunnsansvar.

#### SAMFUNNSANSVAR

Vinmonopolet opprettet i 2018 en egen enhet med ansvar for å følge opp de overordnede målsettingene innen samfunnsansvar og bærekraft i Vinmonopolets selskapsstrategi. Gjennom å utarbeide en strategisk plan for samfunnsansvar ble

målsettingene i selskapsstrategien videreført innenfor seks hovedområder: Vi skal (1) ha økt oppmerksomhet om samfunnsansvar og bærekraft i kundemøtet, (2) mer omfattende og bedret kvalitet i oppfølging av at leverandørkjeden etterlever våre etiske retningslinjer, (3) ta et større ansvar for å redusere vår miljøpåvirkning i verdikjeden, (4) rette større oppmerksomhet mot samfunnsansvar i egen organisasjon, (5) rette større oppmerksomhet mot vårt samfunnsoppdrag og (6) åpent måle, rapportere og kommunisere om vårt arbeid med bærekraft.

Vår medlemsorganisasjon amfori BSCI ga Vinmonopolet den svært gjeve utmerkelsen «Excellence» for vårt arbeid med å sikre gode arbeidsforhold i leverandørkjeden. Prisen ble gitt i stor konkurranse med over 2000 andre bedrifter fra hele Europa, og Vinmonopolet var i finalen om å bli amfori BSCI Member of the Year 2018.

#### FRAMTIDSUTSIKTER

Vinmonopolet er avhengig av støtte i den norske befolkningen, og monopolordningen har fortsatt en bred og god folkelig oppslutning. Vinmonopolet er avhengig av å utvikle seg i takt med endrede kundebehov og forventninger for å sikre dette også for fremtiden.

Styret er opptatt av at Vinmonopolets rammebetingelser ikke forringes over tid, men at selskapet gis muligheter til å tilfredsstille kundenes og samfunnets forventninger. Styret er i den forbindelse opptatt av at smugling, grensehandel og taxfree-salg ikke skal undergrave Vinmonopolets mulighet for å gi kundene det gode kundemøtet. Styret er også

Ansatte	2018	2017
Antall ansatte, totalt	1 848	1 815
Antall ansatte butikk	1 660	1 631
Antall ansatte Kjedekontoret *	188	184
Antall årsverk	1 158	1 142
Endring i årsverk fra året før	16	-9,81
Heltid	637	662
Deltid	1 211	1 153

\* inkludert ansatte på Kundesenteret

Sykefravær	2018	2017
Totalt sykefravær	7,24 %	7,71 %
Korttidsfravær (inntil 16 dager)	2,06 %	2,18 %
Langtidsfravær (over 16 dager)	5,18 %	5,44 %
Langtidsfravær (over 16 dager)	5,59 %	5,44 %

Likestilling (kjønnsfordeling i prosent)	2018		2017	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Deltid	73	27	76	24
Butikksjefer	54	46	57	43
Andre ledere på nivå 3 (som rapporterer direkte til en direktør)	50	50	46	54
Ledergruppe	43	57	37,5	62,5
Styret	44	56	33	67
<b>Totalt i Vinmonopolet</b>	<b>66</b>	<b>34</b>	<b>67</b>	<b>33</b>

Butikketableringer	2018	2017
Antall butikker	331	323
Antall nye butikker	8	8
Kommuner med Vinmonopol	248	245
Prosentvis andel av befolkningen som bor i en kommune med vinmonopol eller nærmere enn 30 km til nærmeste vinmonopolbutikk	96,9	96,5

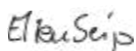
opptatt av at Vinmonopolet gjennomgår kostnadsdrivere i egen organisasjon, for å sikre en tilfredsstillende avkastning og lønnsomhet innenfor rammene eier setter.

Vinmonopolet står på trygg grunn selv

om bedriften har tydeligere utfordringer enn tidligere. En solid økonomi, svært høye resultater fra kundemålinger og tilfredse medarbeidere gir Vinmonopolet et solid fundament og således et godt utgangspunkt for å møte framtiden.

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

Oslo, 11.april 2019



Ellen Seip  
Styreleder



Sverre Helno  
Nestleder



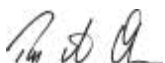
Trine Marit Stensen  
Styremedlem



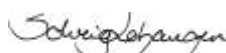
Lars Jacob Tynes Pedersen  
Styremedlem



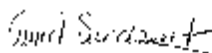
Svend Bang Pedersen  
Styremedlem



Per Arne Lodding Olsen  
Styremedlem



Solveig Løhaugen  
Styremedlem



Turid Akernes Sundsetvik  
Styremedlem



Helge Storvik  
Styremedlem



Hilde Britt Mellbye  
Adm. direktør

# STYRET



## STYRELEDER ELLEN SEIP

Tidligere departementsråd. Har særlig arbeidet med arbeids- og velferdspolitik, rusmiddelpolitikk og reformer i forvaltningen.

**FØDT:** 1949

**UTDANNELSE:** hovedfag sosiologi fra UiO



## STYRETS NESTLEDER SVERRE HELNO

Konsernsjef Oslo

**FØDT:** 1962

**UTDANNELSE:** sivil-økonom fra Stiftelsen Bedriftsøkonomisk Institutt (BI)

**TILLITSVERV:** member of advisory board Tryg forsikring



## STYREMEDLEM TRINE STENSEN

Adm.dirrektør i Bokhandlerforeningen. Har tidligere hatt lederstillinger innen helse og rus.

**FØDT:** 1964

**UTDANNING:** MSc i Org. psyk. og ledelse fra Portsmouth University, UK.

**VERV:** Styreleder i Blå Kors, Fagskolen for Bokbransjen og i programstyre for Merkurprogrammet, KMD



## STYREMEDLEM SOLVEIG LØHAUGEN

Advokat fra Kristiansand og har arbeidet i ulike posisjoner i Kristiansand kommune, bl.a. som assisterende rådmann

**FØDT:** 1965

**UTDANNELSE:** Cand.jur fra UiB

**VERV:** Styreleder i bl.a. Agderforskning og Agder kollektivtrafikk



## STYREMEDLEM PER ARNE OLSEN

Fylkesmann, Vestfold

**FØDT:** 1961

**UTDANNELSE:** Tønsberg handelsgymnas

**TIDLIGERE VERV:** 2. nestleder i FrP, ordfører i Tønsberg kommune, medlem i styret for Kommunenes Sentralforbund og medlem i FrPs programkomité



## STYREMEDLEM LARS JACOB TYNES PEDERSEN

Førsteamanuensis og leder av Centre for Ethics and Economics ved Norges Handelshøyskole. Forsker, underviser og rådgir bedrifter innenfor temaer som bærekraft, forretningsmodelldesign og strategisk innovasjon.

**FØDT:** 1979

**UTDANNELSE:** Doktorgrad i økonomi og administrasjon fra Norges Handelshøyskole

**TILLITSVERV:** sitter i det regjeringsoppnevnte Etikkinformasjonsutvalget, samt i advisory boards for flere bedrifter og organisasjoner



## ANSATTES REPRESENTANT HELGE STORVIK

(Funksjonærklubben Vinmonopolet)  
Butikksjef Vinmonopolet Sogndal

**FØDT:** 1954

**UTDANNELSE:** cand. mag. UiB

**TILLITSVERV:** hovedtillitsvalgt FKV, har arbeidet i bedriften siden 1976



## ANSATTES REPRESENTANT TURID SUNDSETVIK

(Funksjonærklubben Vinmonopolet)  
Butikksjef Vinmonopolet Trondheim, Bankkvartalet

**FØDT:** 1955

**UTDANNELSE:** Handelshøyskolen BI, markedsføring

**TILLITSVERV:** sekretær Funksjonærforeningen i Vinmonopolet



## ANSATTES REPRESENTANT SVEND BANG PEDERSEN

(Akademikerne Vinmonopolet)  
Butikksjef Vinmonopolet Tromsø, Langnes

**FØDT:** 1954

**UTDANNELSE:** maskinreparatør og administrasjon og ledelse desentralisert UNIT

**TILLITSVERV:** leder av Akademikerforbundet i Vinmonopolet



# Resultat

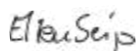
Tall i millioner kroner	Note	2018	2017
<b>DRIFTSINNEKTER</b>			
Salgsinntekter	2	13 861,0	13 428,6
Andre inntekter		22,4	15,8
<b>SUM DRIFTSINTEKTER</b>		<b>13 883,4</b>	<b>13 444,4</b>
<b>DRIFTSKOSTNADER</b>			
Vareforbruk	3	12 108,6	11 752,5
Lønn og andre personalkostnader	4,19	1 075,4	1 040,6
Av- og nedskrivninger på varige dr.midler	13	78,4	68,4
Andre driftskostnader	5	469,8	435,7
<b>SUM DRIFTSKOSTNADER</b>		<b>13 732,3</b>	<b>13 297,2</b>
<b>DRIFTSRESULTAT</b>		<b>151,2</b>	<b>147,2</b>
<b>FINANS</b>			
Finansinntekter	6,8	17,2	20,0
Finanskostnader	6	0,3	0,1
<b>SUM FINANSRESULTAT</b>		<b>16,9</b>	<b>19,9</b>
<b>RESULTAT FØR SKATT</b>		<b>168,1</b>	<b>167,1</b>
Skattekostnad	14	37,7	40,1
<b>ÅRETS RESULTAT</b>		<b>130,4</b>	<b>127,0</b>
<b>AVSATT TIL</b>			
Til overskuddsandel og utbytte	15	65,2	63,5
Til annen egenkapital	18	65,2	63,5
<b>SUM</b>		<b>130,4</b>	<b>127,0</b>

# Balanse

Tall i millioner kroner	Note	2018	2017
<b>EIENDELER</b>			
Lisenser og programvare	13	53,5	52,9
Utsatt skattefordel	14	205,7	199,1
Varige driftsmidler	13	309,3	277,4
Obligasjoner og aksjer	12	1,2	1,2
<b>ANLEGGSMIDLER</b>		<b>569,7</b>	<b>530,6</b>
<hr/>			
Varebeholdning	9	852,4	879,5
Kundefordringer	10	13,1	13,0
Andre kortsiktige fordringer	11	43,5	34,4
Finansielle plasseringer	8	341,6	336,9
Kontanter, bankinnskudd	7	1 809,2	1 901,5
<b>OMLØPSMIDLER</b>		<b>3 059,7</b>	<b>3 165,3</b>
<hr/>			
<b>SUM EIENDELER</b>		<b>3 629,4</b>	<b>3 695,9</b>

Tall i millioner kroner	Note	2018	2017
<b>GJELD OG EGENKAPITAL</b>			
Innskutt kapital			
Aksjekapital	17, 18	0,1	0,1
Opptjent kapital			
Annen egenkapital	18	718,6	796,0
<b>EGENKAPITAL</b>		<b>718,7</b>	<b>796,1</b>
<hr/>			
Pensjonsforpliktelser	19	988,1	910,3
<b>LANGSIKTIG GJELD</b>		<b>988,1</b>	<b>910,3</b>
<hr/>			
Leverandørgjeld		1 434,2	1 589,8
Betalbar skatt	14	16,0	38,7
Skyldig offentlige avgifter		167,3	131,0
Overskuddsandel og utbytte	15	128,7	63,5
Annen kortsiktig gjeld	16	176,5	166,5
<b>KORTSIKTIG GJELD</b>		<b>1 922,6</b>	<b>1 989,5</b>
<hr/>			
<b>SUM GJELD OG EGENKAPITAL</b>		<b>3 629,4</b>	<b>3 695,9</b>

Oslo, 11.april 2019


Ellen Seip  
Styreleder

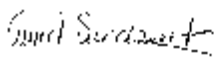
Sverre Helno  
Nestleder

Trine Marit Stensen  
Styremedlem

Lars Jacob Tynes Pedersen  
Styremedlem

Svend Bang Pedersen  
Styremedlem

Per Arne Lodding Olsen  
Styremedlem

Solveig Løhaugen  
Styremedlem

Turid Akernes Sundsetvik  
Styremedlem

Helge Storvik  
Styremedlem

Hilde Britt Mellbye  
Adm. direktør

# Kontantstrømoppstilling

Tall i millioner kroner	Note	2018	2017
<b>LIKVIDER TILFØRT FRA VIRKSOMHETEN</b>			
Tilført fra årets virksomhet *)		125,4	129,8
Endring leverandører		-155,6	-196,9
Endring i lager, debitorer		27,0	53,8
Endring andre kortsiktige poster		37,2	11,5
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA VIRKSOMHETEN</b>		<b>34,0</b>	<b>-1,8</b>
<b>LIKVIDER BRUKT PÅ INVESTERINGER</b>			
Investeringer i varige driftsmidler	13	-126,1	-84,8
Salg av varige driftsmidler		4,3	3,0
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA INVESTERINGER</b>		<b>-121,7</b>	<b>-81,8</b>
<b>LIKVIDER FRA FINANSIERING</b>			
Endring andre langsiktige fordringer	12	-	-
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA FINANSIERING</b>		<b>-</b>	<b>-</b>
Netto endring i likvider gjennom året		-87,7	-83,6
Likvider 1.1		2 238,4	2 322,0
<b>LIKVIDER 31.12</b>		<b>2 150,7</b>	<b>2 238,4</b>
<b>Spesifikasjon likvider 31.12</b>			
Kontanter		110,3	78,9
Bankinnskudd		1 698,9	1 822,6
Finansielle plasseringer		341,6	336,9
<b>SUM LIKVIDER</b>		<b>2 150,8</b>	<b>2 238,4</b>
Resultat før Skatt		168,1	167,1
Gevinst ved salg av driftsmidler		-1,5	-0,9
Tap ved avgang driftsmidler	5	2,5	0,4
Ordinære av- og nedskrivninger	13	78,4	68,4
Betalbar skatt (Vinmonopolavgift)	14	-38,7	-35,5
Forskjell mellom kostnadsført pensjon og inn-/utbetalinger		-83,3	5,1
Overskuddsandel			-74,8
<b>*) TILFØRT FRA ÅRETS VIRKSOMHET</b>		<b>125,4</b>	<b>129,8</b>

# Noter til regnskapet

(alle tall i tusen 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 DRIFTSINNEKTER

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

Varebeholdningens verdi blir beregnet etter prinsippet om glidende gjennomsnitt og fluktueringer i takt med prisjusteringer på varene.

## 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 OG IMMATERIELLE RETTIGHETER

Balanseførte driftsmidler omfatter investeringer som gir kapasitetsøkning eller vesentlig kvalitetsbedring. Disse er oppført i balansen til kostpris redusert for ordinære avskrivninger og nedskrivninger. Programvare, enten den er kjøpt eller egenutviklet, er presentert på linjen for lisenser og programvare. Unntaket er operativsystemer ol. som leveres sammen

med maskinvare. Behandlingen for øvrig er lik med varige driftsmidler. Investeringer i butiklokaler 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 SKATT

Utsatt skatt er beregnet med 22 prosent på grunnlag av de midlertidige forskjeller som eksisterer ved utgangen av regnskapsåret mellom regnskapsmessige og skattemessige verdier. Negative midlertidige forskjeller og positive midlertidige forskjeller som reverseres eller kan reverseres i samme periode er utlignet.

## 1.8 PENSJONSFORPLIKTELSE

Vinmonopolets ansatte er tilknyttet Statens Pensjonskasse (SPK). Selskapet har også pensjonsordninger vedrørende avtalefestet førtidspensjon (AFP). Videre har selskapet en pensjonsavtale knyttet til tidligere administrerende direktør utover 12G. Denne er finansiert over drift.

Pensjonsordningen i SPK er forsikrings-teknisk 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 beregningssmessige 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. Estimaterendring fører 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 uttakstilbøyligheter.

Selskapets pensjonsforpliktelser, både sikret og usikret, beregnes som den diskonterte verdi av de fremtidige pensjonsytelser som anses påløpt på balansedagen. Det forutsettes at arbeidstakerne opparbeider sine pensjonsrettigheter lineært over den yrkesaktive perioden. Pensjonsmidlene er vurdert til virkelig verdi og fratrukket i netto pensjonsforpliktelse i balansen. Eventuell overfinansiering balanseføres i den grad overfinansieringen kan utnyttes eller tilbakebetales. Netto pensjonsmidler presenteres som andre langsiktige fordringer i balansen.

Endringer i forpliktelsen og pensjonsmidlene som skyldes endringer i og avvik mot beregningsforutsetningene (estimatendringer) føres direkte mot egenkapitalen

Periodens netto pensjonskostnad er inkludert i lønn og sosiale kostnader og består av periodens pensjonsopptjening, rentekostnad på den beregnede pensjonsforpliktelsen, forventet avkastning av pensjonsmidlene, resultatført virkning av avvik mellom faktisk og forventet avkastning, samt periodisert arbeidsgiveravgift.

Arbeidstakers andel av pensjonspremien er kommet til fradrag i netto pensjonskostnad.

## 1.9 LEIEAVTALER

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

### 1.10 Kontantstrømpoppstilling

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

## 1.11 VALUTA

Transaksjoner i utenlandsk valuta omregnes til månedens siste dag basert på Norges Banks valutakurser. Valutakursendringer resultatføres løpende i regnskapsperioden under finansposter.

## 1.12 TILKNYTTET SELSKAP

Investering i tilknyttet selskap vurderes etter de generelle vurderingsregler (kostmetoden) i selskapsregnskapet.



**2 SALGSINTEKTER**

Fordeling hovedvaregrupper

Millioner kroner	2018	2017
Svakvin	8 893	8 515
Sterkvin	97	101
Brennevin	4 448	4 405
Øl	312	307
Alkoholfritt	41	36
Andre salgsvare	70	65
<b>SUM</b>	<b>13 861</b>	<b>13 428</b>

Alkoholavgifter utgjør 7 245,4 millioner kroner av salgsinntekter og varekostnader (7 089,0 millioner kroner i 2017)

**3 VAREFORBRUK**

Vareforbruket i resultatregnskapet er fastsatt til verdien av varekjøp justert for beholdningsendringer i henhold til vareopptellinger. Verdien av varebeholdningen justeres kontinuerlig som en konsekvens av at Vinmonopolet benytter glidende gjennomsnittspris, jmfør note 1.3. Alkoholavgifter inngår i vareforbruket.

**4 LØNSKOSTNADER, ANTALL ANSATTE OG GODTGJØRELSE**

1 000 kroner	2018	2017
Lønn	849 858	801 538
Arbeidsgiveravgift	110 060	103 484
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	84 270	108 498
Innleid arbeidskraft	4 019	4 153
Andre godtgjørelser	5 269	4 758
Annen personalkostnader	21 941	18 136
<b>SUM</b>	<b>1 075 416</b>	<b>1 040 566</b>

**PERSONALE**

Antall fast ansatte per 31.12.	1 848	1 815
Herav: Heltidsansatte	637	662
Deltidsansatte	1 211	1 153

Antall årsverk 1 157 (1 142 for 2017)

Lønnsjustering i 2018 var 3 %.

Per 31. desember 2018 besto Vinmonopolets ledergruppe av Hilde Britt Mellbye (adm.dir), Halvor Bing Lorentzen, Olav André Braaten, Elisabeth Hunter, Geir Mosether, Anders Spilling og Kirsti Christie. Samlet godtgjørelse for ledergruppen i 2018 var 17,1 mill. kroner og 12,3 mill. kroner i 2017.

**LØNN OG YTELSER TIL LEDENDE ANSATTE**

Godtgjørelser ledergruppen 2018

1 000 kroner	Lønn	Pensjonskostnad	Andre godtgjørelser	Sum
Braaten, Olav Andre	536	75	56	667
Christie, Kirsti	1 415	191	157	1 763
Hunter, Elisabeth	1 685	193	158	2 036
Lorentzen, Halvor Bing	1 261	190	159	1 610
Mellbye, Hilde Britt	2 488	207	204	2 899
Mosether, Geir	1 571	192	159	1 922
Sogn, Lars	684	43	2 051	2 778
Spilling, Anders	1 414	192	16	1 622
Styrvold, Jan-Olav	1 495	191	159	1 845

Olav Andre Braaten startet 23. august

Lars Sogn sluttet 31.mars

Jan-Olav Styrvold sluttet 31. desember

Godtgjørelser ledergruppen 2017

1 000 kroner	Lønn	Pensjonskostnad	Andre godtgjørelser	Sum
Christie, Kirsti	294	46	32	372
Hunter, Elisabeth	1 640	253	157	2 050
Lorentzen, Halvor Bing	1 030	159	158	1 347
Mellbye, Hilde Britt	2 222	360	189	2 771
Mosether, Geir	1 478	228	156	1 862
Sogn, Lars	1 412	313	150	1 875
Spilling, Anders	229	36	2	267
Styrvold, Jan-Olav	1 406	218	159	1 783

Kirsti Christie startet 16. oktober

Anders Spilling startet 6. november

Samlet utbetalt styrehonorar i 2018 er kr 1 350 000,-, herav kr 120 000,- til avtroppende styreleder for 1. halvår og kr 120 000,- til nåværende styreleder for 2. halvår. For 2017 var det utbetalt styrehonorar på kr 1 224 360,-, herav kr 240 000,- til styrets leder. Samlet honorar til bedriftsforsamlingen og kontrollkomite i 2018 var kr 85 763 (i 2017 kr 89 423,-)

Administrerende direktør Hilde Britt Mellbye har en 12 mnd etterlønsavtale.

**REVISJONSHONORARER**

1 000 kroner	2018	2017
Lovpålagt revisjon (inkl. teknisk bistand med årsregnskapet)	710	765
Andre attestasjonstjenester	-	-
Skatterådgivning (inkl. teknisk bistand med ligningspapirer)	-	-
Annen bistand	55	43
<b>SUM</b>	<b>765</b>	<b>808</b>

Alle tall oppgitt i oversikten over er eksklusive merverdiavgift.

**5 ANDRE DRIFTSKOSTNADER**

Andre driftskostnader inkluderer følgende kostnader:

1 000 kroner	2018	2017
Møter og kurs ansatte	27 261	20 673
Frakt og transport	8 401	6 602
Energi	16 015	12 357
Kostnader lokaler	196 106	196 860
Inventar og driftsmaterialer	43 901	43 375
Vedlikehold- og servicekostnader	41 868	39 151
Eksterne tjenester	48 702	40 673
Kontorrekvisita, trykksaker mv.	3 038	3 666
IT, telefon, porto mv.	8 760	8 271
Reisekostnader	16 311	12 430
Informasjons- og emballasjemateriell	12 607	13 599
Forsikringer og bankomkostninger	31 795	25 546
Tap ved avgang anleggsmidler	2 483	420
Andre kostnader	12 602	12 135
<b>SUM</b>	<b>469 850</b>	<b>435 758</b>

**6 FINANSPOSTER**

Finansposter inneholder følgende inntekter og kostnader:

1 000 kroner	2018	2017
<b>FINANSINNTEKTER</b>		
Renteinntekter bank	12 308	10 572
Renteinntekter annet		22
Avkastning obligasjoner og fastrenteavtaler	-	
Avkastning ekstern plassering	4 896	9 441
Andre finansinntekter	13	10
<b>SUM</b>	<b>17 217</b>	<b>20 045</b>

**FINANSKOSTNADER**

Rentekostnader bank	-	-
Andre finanskostnader	300	138
<b>SUM</b>	<b>300</b>	<b>138</b>

**7 KONTANTER OG BANKINNSKUDD**

Pr 31.12.2018 var 38,2 millioner kroner av selskapets bankinnskudd avsatt til betaling av skattetrekk for ansatte (36,2 millioner kroner i 2017).

Bankbeholdningen er plassert på konsernkontosystem i Sparebanken Midt-Norge.

**8 FINANSIELLE PLASSERINGER**

Vinmonopolets finansielle plasseringer består av følgende:

1 000 kroner	Kostpris	Markeds-verdi	Bokført verdi
Fastrenteinnskudd	74 039	79 970	79 970
Fastrenteinnskudd	500 000	511 484	511 484
Ekstern plassering	289 959	341 603	341 603
<b>SUM</b>	<b>863 998</b>	<b>933 057</b>	<b>933 057</b>

Fastrenteinnskudd og annen ekstern plassering er bokført til markedsverdi.

Ekstern plassering består av et samlet innskudd til forvalter som har investert midlene på vegne av AS Vinmonopolet i særinnskudd, obligasjoner og sertifikat med fast rente innenfor stats-, industri- og finanssektoren. Plasseringen hadde ved utgangen av 2018 en gjennomsnittlig durasjon på 3,28 år. Porteføljens gjennomsnittlige løpetid skal være fra 1 - 5 år. Investeringen har for 2018 gitt en faktisk avkastning på 1,45 prosent p.a.

Investeringene gjennom forvalter (ekstern plassering) inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg og er vurdert til markedsverdi. DNB har forvaltet våre eksterne plassering siden 01.04.2015

**9 VAREBEHOLDNING**

Vinmonopolets varebeholdning fordeles på 331 butikker, samt et eget lager som håndterer utsendelser for fjernhandelskanalen. Verdien av varebeholdningen vises i tabellen under:

1 000 kroner	2018	2017
Varelager i butikk	837 762	871 548
Varelager fjernhandel	15 394	8 952
Total varelagerbeholdning	853 156	880 500
Ukurans	-1 223	-1 000
Varebeholdning arbeidsklær	424	-
<b>SUM</b>	<b>852 357</b>	<b>879 500</b>

**10 KUNDEFORDRINGER**

Kundefordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap på krav med 300 000 kroner (300 000 kroner i 2017).

I kundefordringer inngår det ingen krav mot kredittkortselskap i 2018 (det samme gjaldt i 2017).

**11 ANDRE KORTSIKTIGE FORDRINGER**

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

1 000 kroner	2018	2017
Forskuddsbetalte kostnader	42 817	33 736
Andre kortsiktige fordringer	652	617
<b>SUM</b>	<b>43 470</b>	<b>34 354</b>

**12 LANGSIKTIGE FORDRINGER OG AKSJER**

Langsiktige fordringer og aksjer er oppført til pålydende og består av:

1 000 kroner	2018	2017
Obligasjons- og pantelån	843	843
Aksjer	327	327
<b>SUM</b>	<b>1 170</b>	<b>1 170</b>

Konsern Sirkel Materialgjenvinning AS og Glasopor AS samt Sirkel Glass AS har alle forretningsadressen Haslevangen 14 i Oslo. Selskapenes foreløpige regnskap for 2018 viser et resultat før skatt på henholdsvis 8,3 millioner kroner (konsern Sirkel Materialgjenvinning AS og Glasopor AS), og 15,9 millioner kroner (Sirkel Glass AS). Sum egenkapital viser 108,4 millioner kroner for konsern Sirkel Materialgjenvinning AS og Glasopor AS, og 19,0 millioner kroner for Sirkel Glass AS.

**13 LISENSER, PROGRAMVARE OG VARIGE DRIFTSMIDLER**

1 000 kroner	Lisenser og programvare	EDB-utstyr/ kontorutstyr	Transportmidler	Inventar	Forretningsbygg
Anskaffelseskost 01.01	234 529	136 188	2 753	574 833	29 893
Tilgang	22 113	34 767	-	54 759	330
Avgang	-30 769	-33 232	-75	-16 626	-12 530
Anskaffelseskost 31.12	225 873	137 723	2 678	612 967	17 692
Akkumulert avskrivning 01.01	181 666	118 618	1 499	385 615	21 048
Årets avskrivning	21 463	14 998	143	31 429	356
Avgang	-30 769	-33 231	-75	-16 242	-10 107
Akkumulert avskrivning 31.12	172 360	100 385	1 567	400 803	11 297
<b>BOKFØRT VERDI 01.01.2018</b>	<b>52 863</b>	<b>17 570</b>	<b>1 254</b>	<b>189 218</b>	<b>8 845</b>
<b>BOKFØRT VERDI 31.12.2018</b>	<b>53 513</b>	<b>37 338</b>	<b>1 110</b>	<b>212 164</b>	<b>6 395</b>

1 000 kroner	Leide lokaler	Tomter	Kunst	Anlegg under utførelse	TOTALT
Anskaffelseskost 01.01	184 371	4 255	1 136	12 185	<b>1 180 143</b>
Tilgang	14 084	-	-	-	<b>126 053</b>
Avgang	-2 162	-	-	-12 185	<b>-107 578</b>
Anskaffelseskost 31.12	196 293	4 255	1 136	-	<b>1 198 617</b>
Akkumulert avskrivning 01.01	141 278	-	-	-	<b>849 723</b>
Årets avskrivning	9 960	-	-	-	<b>78 348</b>
Avgang	-1 882	-	-	-	<b>-92 306</b>
Akkumulert avskrivning 31.12	149 355	-	-	-	<b>835 766</b>
<b>BOKFØRT VERDI 01.01.2018</b>	<b>43 093</b>	<b>4 255</b>	<b>1 136</b>	<b>12 185</b>	<b>330 420</b>
<b>BOKFØRT VERDI 31.12.2018</b>	<b>46 938</b>	<b>4 255</b>	<b>1 136</b>	<b>-</b>	<b>362 851</b>

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

Lisenser og programvare	20 %
EDB-utstyr/kontormaskiner	20-33,3 %
Transportmidler	20 %
Inventar	15-20 %
Forretningsbygg	1,5-5 %
Leide lokaler	10 %
Tomter	0 %
Kunst	0 %

Forskningsrådet har godkjent prosjek «Kundereisen i Vinmonopolets butikker» som Skattefunn-prosjekt. Det er aktivert kostnader på kr 1 127 610 under regnskapslinjen Lisenser og programvare som er omfattet av tilskuddsordningen.

18% av dette gis som tilskudd, og kr 202 970 er derfor ført som uopptjent inntekt som reduserer regnskapsmessig tilgangsført kostpris. Den utsatte inntekten vil amortiseres over prosjektets levetid på 5 år fra aktiveringsdato.

Som følge av dette er den utsatte inntekten amortisert med kr 20 297 (6 mnd) i 2018 til reduksjon av avskrivninger i resultatregnskapet.

#### 14 SKATT

Beregning av utsatt skatt/utsatt skattefordel og endring i utsatt skatt/utsatt skattefordel

Midlertidig forskjeller som inngår i grunnlaget for utsatt skatt/utsatt skattefordel

1 000 kroner	2018	2017
Varige driftsmidler	45 643	33 878
Skattefunn	-183	0
Fordringer	-300	-300
Varelager	-1 223	-1 000
Pensjonsforpliktelser	-988 123	-910 303
Gevinst og tapskonto	9 258	10 035
Regnskapsmessig avsetning for forpliktelser	0	-
Andre forskjeller	-249	2 238
Grunnlag for utsatt skatt/skattefordel i balansen	-935 176	-865 451
<b>UTSATT SKATT / SKATTEFORDEL I REGNSKAPET</b>	<b>-205 739</b>	<b>-199 054</b>

Herav pensjonsforpliktelse direkte mot EK	1 093 984	922 914
Herav utsatt skatt direkte mot EK	240 677	212 270

#### GRUNNLAG FOR SKATTEKOSTNAD, ENDRING I UTSAKT SKATT OG BETALBAR SKATT

Resultat før skattekostnad	168 070	167 147
Permanente forskjeller	2 691	2 817
Grunnlag for årets skattekostnad	170 761	169 963
Endring i forskjeller som inngår i grunnlag for utsatt skatt/skattefordel	-101 345	-8 866
Skattepliktig inntekt (grunnlag for betalbar skatt i balansen)	69 416	161 098

1 000 kroner	2018	2017
<b>FORDELING AV SKATTEKOSTNADEN</b>		
Betalbar skatt (23 % av grunnlag for betalbar skatt i resultatregnskapet (24 % for 2017))	15 966	38 663
Sum betalbar skatt	15 966	38 663
Endring i utsatt skatt/skattefordel	23 309	2 128
Endring i utsatt skatt/skattefordel som følge av endret skattesats	-1 588	-575
Skattekostnad (23 prosent av grunnlag for årets skattekostnad)	37 687	40 217

#### AVSTEMMING AV ÅRETS SKATTEKOSTNAD

Regnskapsmessig resultat for skattekostnad	168 070	167 147
Beregnet skatt 23 %	38 656	40 115
Skattekostnad i resultatregnskapet	37 687	40 217
Differanse	969	-101

Differanse består av følgende:

23 % av permanente forskjeller	619	676
Endring i utsatt skatt/utsatt skattefordel som følge av endret skattesats	-1 588	-575
Sum forklart differanse	-969	101

#### BETALBAR SKATT I BALANSEN

Betalbar skatt i skattekostnaden	15 966	38 663
Skattevirkning av SkatteFUNN	-203	-
Betalbar skatt i balansen	15 763	38 663

#### 15 OVERSKUDDSANDEL

Det er beregnet 50 prosent overskuddsandel av resultat etter skatt for 2018, dvs den andel av overskuddet som utbetales som utbytte. Stortinget har fastsatt at 50 prosent av overskuddet etter skatt skal tilfalle staten. Overskuddsandelen kommer i tillegg til lovpålagt utbytte på 2 500 kroner i henhold til Vinmonopolloven §4. Sum av utbytte og overskuddsandel er presentert som overskuddsandel i note 18.

Utbetalingen av utbytte for 2017 på kr.63 466 292 ble utbet. januar 2019.

#### 16 ANNEN KORTSIKTIG GJELD

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

1 000 kroner	2018	2017
Gavekort	48 645	46 911
Andre påløpte kostnader	-	-
Uopptjent inntekt	4 110	4 301
Skyldig lønn og feriepenger	123 827	115 418
<b>SUM</b>	<b>176 582</b>	<b>166 630</b>



**17 AKSJEKAPITAL**

Selskapets aksjekapital består av 100 aksjer à 500 kroner. Samtlige aksjer eies av Staten ved Helse og Omsorgsdepartementet.

**18 EGENKAPITAL**

Årets endring i egenkapital:

	Aksje- kapital	Annen egen- kapital	Estimat- avvik pensjoner	SUM
Egenkapital 31.12.2017	50	1 506 713	-710 644	796 118
Årets resultat		130 383		130 383
Årets endring estimatavvik			-142 664	-142 664
Overskuddsandel		-65 193		-65 193
<b>EGENKAPITAL 31.12.2018</b>	<b>50</b>	<b>1 571 903</b>	<b>-853 308</b>	<b>718 644</b>

**19 PENSJONSFORPLIKTELSER**

Vinmonopolet har pensjonsordninger som omfatter i alt 2 166 personer (1 833 personer i 2017). Ordningene gir rett til definerte 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 tidligere administrerende direktør 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. De akturarmessige forutsetninger er basert på vanlige forutsetninger innen forsikring når det gjelder demografiske forhold.

Forutsetninger:

Forutsetninger	2018	2017
Diskonteringsrate	2,60 %	2,40 %
Lønnsregulering	2,75 %	2,50 %
Pensjonsregulering	1,75 %	1,50 %
Avkastning på pensjonsmidler	2,60 %	2,40 %
G-regulering	2,50 %	2,25 %
Frivillig avgang	6% under 50 år og 2 % over 50 år	20 % under 50 år og 2 % over 50 år
Årlig uttakstilbøyelighet - AFP (62-67 år)	6,00 %	8,00 %

Årets pensjonskostnad fremkommer slik:

1 000 kroner	2018	2017
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	72 483	92 454
Resultatført planendring	-	0
Resultatført estimatavvik	-1 797	-1 157
Rentekostnad av påløpte pensjonsforpliktelser	57 141	57 109
Risikopremie/administrasjon	2 782	2 645
Avkastning av pensjonsmidlene	-40 018	-40 408
Netto pensjonskostnad	90 591	110 643
Arbeidsgiveravgift	8 987	12 605
Netto pensjonskostnad før ansatt trekk	99 578	123 248
Medlemsandel trukket	15 308	14 751
<b>TOTAL NETTO PENSJONSKOSTNAD</b>	<b>84 270</b>	<b>108 497</b>

Pensjonsforpliktelser og pensjonsmidler fremkommer slik:

Per 31.12. i 1 000 kroner	2018	2017
Pensjonsforpliktelser brutto - DBO	-2 588 149	-2 419 602
Verdi av pensjonsmidler	1 721 833	1 621 259
Beregnet netto pensjonsforpliktelse	-866 316	-798 343
Arbeidsgiveravgift	-121 806	-111 959
<b>BALANSEFØRT NETTO PENSJONSFORPLIKTELSE</b>	<b>-988 122</b>	<b>-910 302</b>

**20 LEIEFORPLIKTELSER**

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

1 000 kroner	2022	2021	2020	2019
	163 373	165 801	166 049	171 125

Antall leieavtaler som er leie av butikklokaler er 327. Ved leie av butikklokaler er det vanlig å inngå 15 års kontrakter som er delt opp i tre eller fire leieperioder.

**21 NORDPOLET**

AS Vinmonopolet overtok 01.01.1999 driften av Nordpolet AS på Svalbard. Innskutt aksjekapital er 100 000 kroner. Nordpolets overskudd skal tilbakeføres lokalsamfunnet på Svalbard gjennom Longyearbyen Lokalstyre, og konsolideres derfor ikke. Datterselskapet er vurdert til historisk kost i regnskapet til AS Vinmonopolet

Resultat 1 000 kroner	2018	2017
Salgsinntekter	25 141	24 856
Vareforbruk	14 482	13 596
Ordinære avskrivninger		
Andre driftskostnader	4 100	4 062
Driftsresultat	6 559	7 198
Finansposter	28	17
Årets resultat	6 587	7 215
Disponering av resultat:		
Til Longyearbyen lokalstyre	6 588	7 215

Balanse per 31.12. i 1 000 kroner	2018	2017
Anleggsmidler	0	0
Omløpsmidler	11 267	12 444
Eiendeler	11 267	12 444
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	6 887	8 064
Gjeld og egenkapital	11 267	12 444

**22 NÆRSTÅENDE PARTER**

AS Vinmonopolet er et særlovsselskap heleiet av Helse- og omsorgsdepartementet (HOD). HOD og andre virksomheter eiet av HOD er definert som nærstående til AS Vinmonopolet. Det foreligger ingen vesentlige transaksjoner med disse. I tillegg har AS Vinmonopolet vesentlige transaksjoner med de statseide aksjeselskapene Posten Norge AS (underlagt Samferdselsdepartementet) og Entra Eiendom AS (underlagt Nærings- og handelsdepartementet) knyttet til henholdsvis distribusjonstjenester og leie av lokaler nærstående til AS Vinmonopolet. Det foreligger ingen vesentlige transaksjoner med disse. I tillegg har AS Vinmonopolet vesentlige transaksjoner med de statseide aksjeselskapene Posten Norge AS (underlagt Samferdselsdepartementet) og Entra Eiendom AS (underlagt Nærings- og handelsdepartementet) knyttet til henholdsvis distribusjonstjenester og leie av lokaler.

**KONTROLLKOMITÉENS INNSTILLING**

Kontrollkomitéen har gjennomgått det avsluttede og reviderte årsoppgjør samt revisjonsberetningen. Styrets forslag til disposisjon av overskuddet kr 130,4 mill. har kontrollkomitéen ingen merknader til. Kontrollkomitéen anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2018.

Oslo, 9. mai 2019

**Øystein Østraat**  
**Anne-Karin Nygaard**  
**Sonja Sjøli**

**BEDRIFTSFORSAMLINGENS UTTALELSE**

I samsvar med revisjonsberetningen for 2018 og kontrollkomiteens innstilling, anbefaler bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2018, slik det fremstår etter styrets vedtak av 11. april 2019, blir fastsatt som selskapets regnskap for 2018. Likeledes anbefaler bedriftsforsamlingen at årsberetningen godkjennes.

Oslo, 9. mai 2019

# Revisors beretning



Til Helse- og omsorgsdepartementet

## Uavhengig revisors beretning

### Uttalelse om revisjonen av årsregnskapet

#### Konklusjon

Vi har revidert Aktieselskapet Vinmonopolets årsregnskap som består av balanse per 31. desember 2018, resultat og kontantstrømoppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter til regnskapet, herunder et sammendrag av de viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening er det medfølgende årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av selskapets finansielle stilling per 31. desember 2018, og av dets resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

#### Grunnlag for konklusjonen

Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder de internasjonale revisjonsstandardene International Standards on Auditing (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet i Revisors oppgaver og plikter ved revisjon av årsregnskapet. Vi er uavhengige av selskapet slik det kreves i lov og forskrift, og har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

#### Øvrig informasjon

Ledelsen er ansvarlig for øvrig informasjon. Øvrig informasjon omfatter informasjon i årsrapporten bortsett fra årsregnskapet og den tilhørende revisjonsberetningen.

Vår uttalelse om revisjonen av årsregnskapet dekker ikke øvrig informasjon, og vi attesterer ikke den øvrige informasjonen.

I forbindelse med revisjonen av årsregnskapet er det vår oppgave å lese øvrig informasjon med det formål å vurdere hvorvidt det foreligger vesentlig inkonsistens mellom øvrig informasjon og årsregnskapet, kunnskap vi har opparbeidet oss under revisjonen, eller hvorvidt den tilsynelatende inneholder vesentlig feilinformasjon.

Dersom vi konkluderer med at den øvrige informasjonen inneholder vesentlig feilinformasjon er vi pålagt å rapportere det. Vi har ingenting å rapportere i så henseende.

#### Styrets og daglig leders ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet i samsvar med lov og forskrifter, herunder for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge. Ledelsen er også ansvarlig for slik internkontroll som den finner nødvendig

PricewaterhouseCoopers AS, Postboks 748 Sentrum, NO-0106 Oslo  
T: 02316, org. no.: 987 009 713 MVA, www.pwc.no  
Statsautoriserte revisorer, medlemmer av Den norske Revisorforening og autorisert regnskapsførerselskap



## Uavhengig revisors beretning - Aktieselskapet Vinmonopolet

for å kunne utarbeide et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil.

Ved utarbeidelsen av årsregnskapet må ledelsen ta standpunkt til selskapets evne til fortsatt drift og opplyse om forhold av betydning for fortsatt drift. Forutsetningen om fortsatt drift skal legges til grunn for årsregnskapet så lenge det ikke er sannsynlig at virksomheten vil bli avvirket.

### *Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet*

Vårt mål med revisjonen er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil, og å avgi en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. Betryggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon som eksisterer. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon blir vurdert som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke økonomiske beslutninger som brukerne foretar basert på årsregnskapet.

For videre beskrivelse av revisors oppgaver og plikter vises det til:

<https://revisorforeningen.no/revisjonsberetninger>

### *Uttalelse om andre lovmessige krav*

#### *Konklusjon om årsberetningen*

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, mener vi at opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til resultatdisponering er konsistente med årsregnskapet og i samsvar med lov og forskrifter.

#### *Konklusjon om registrering og dokumentasjon*

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av selskapets regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringsskikk i Norge.

Oslo, 11. april 2019  
**PricewaterhouseCoopers AS**

Leif Arne Jensen  
 Statsautorisert revisor





# Nøkkeltall

Salg i 1 000 liter	2018	2017	2016	2015
Svakvin	66 985	65 744	66 402	65 899
Sterkvin	480	500	522	572
Brennevin	11 222	11 208	11 306	11 191
Øl *)	2 767	3 228	3 074	2 812
Alkoholfritt *)	552			
*) Tidligere definert som «øvrige produkter»				
<b>SUM</b>	<b>82 006</b>	<b>80 680</b>	<b>81 304</b>	<b>80 474</b>
<b>INNETEKTER OG RESULTAT millioner kroner</b>				
Brutto salgsinntekter	17 326,3	16 785,8	16 573,0	15 991,0
Driftsinntekter	13 883,4	13 444,4	13 269,4	12 805,7
Driftsresultat	151,2	147,2	179,2	139,5
Resultat før skatt	168,1	167,1	199,4	161,4
<b>KAPITAL</b>				
Total kapital i millioner kroner	3 629,4	3 695,9	3 791,6	3 723,4
Egenkapital i millioner kroner	718,7	796,1	828,6	552,7
Egenkapitalandel i prosent	19,8	21,5	21,9	14,8
<b>LØNNSOMHET i prosent</b>				
Bruttomargin <sup>1</sup>	12,8	12,6	12,7	12,8
Resultatgrad <sup>2</sup>	1,2	1,2	1,5	1,3
Totalkapitalrentabilitet <sup>3</sup>	4,5	4,5	5,4	4,4
Egenkapitalrentabilitet <sup>4</sup>	21,7	24,8	30,9	31,8
<b>LIKVIDITET</b>				
Likviditetsgrad i prosent <sup>5</sup>	159,1	159,1	151,6	152,5
Arbeidskapital i millioner kroner <sup>6</sup>	1 137,1	1 175,8	1 119,7	1 074,8
<b>PERSONALE</b>				
Antall fast ansatte per 31.12.	1 848	1 815	1 812	1 857
Herav: Heltidsansatte	637	662	666	644
Deltidsansatte	1 211	1 153	1 146	1 213
Antall årsverk	1 158	1 143	1 152	1 152
Antall butikker per 31.12.	331	323	315	306

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

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

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

$$^4 \text{ Egenkapital - rentabilitet} = \frac{\text{resultat før vinmonopolavgift}}{\text{gjennomsnitt av egenkapitalen 1.1. og 31.12.}} \times 100$$

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

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

# Statistikk

## SALGET 2018

Salget økte med 1,6 prosent tilsvarende drøyt 1,3 millioner til 82 millioner vareliter i 2018 målt mot 2017. Det overordnede bildet for 2018 er at mesteparten av salgsveksten kom under hetebølgen fra midten av mai og ut juli – disse 13 ukene stod for to tredjedeler av hele årsveksten.

Stabilt vintervær ga moderat vekst for vinteren; derimot stagnerte salget store deler av høsten. SSB målte redusert grensehandel i annet kvartal. For resten av året økte grensehandelen markert. Været påvirker kundeatferden og vil legge tydelige føringer for Vinmonopolets framtidige salgsutvikling.

Rødvinn stod for 47 prosent av salget målt i vareliter; salget av Vinmonopolets største varekategori gikk ned for sjetten år på rad, i 2018 med 2,8 prosent eller 1,1 millioner liter. Nedgangen har sammenheng med at folk i stadig økende grad ønsker lettere og lysere varekategorier hva gjelder alkohol-, kalori-, og sukkerinnhold; kategoriene hvitvinn, musserende, rosévin, sider, øl og alkoholfritt hadde derfor en samlet vekst på 2,3 millioner liter eller 8,1 prosent. Vær generelt – og temperatur spesielt – er svært avgjørende for hvilke varer kundene kjøper. Jo høyere temperaturer, jo større andel utgjør lettere og lysere varegrupper.

## FOTNOTER

- <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> Drikk med alkoholstyrke til og med 0,7 volumprosent alkohol.

**TABELL 1 SOLGTE VAREMENGDER 2009-2018, HOVEDVARETYPE (1 000 LITER)**

År	Totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
2009	76 746	12 873	840	62 108	820	104
2010	77 960	12 601	784	63 436	1 000	139
2011	78 395	12 096	708	64 258	1 165	168
2012	79 869	11 852	670	65 692	1 433	223
2013	80 631	11 479	609	66 449	1 815	280
2014	81 160	11 254	569	66 804	2 215	318
2015	80 466	11 185	539	65 911	2 482	349
2016	81 303	11 300	519	66 407	2 641	436
2017	80 680	11 205	500	65 747	2 738	490
2018	82 006	11 222	480	66 985	2 767	552

**TABELL 2 SOLGTE VAREMENGDER STERKVIN, ULIKE VARETYPER (1 000 LITER)**

Sterkvin <sup>2</sup>	2013	2014	2015	2016	2017
Vermut	298	271	255	238	238
Portvin	137	143	146	146	153
Sherry	96	87	81	67	74
Madeira	12	13	12	12	12
Sterkvin, annen	26	26	25	26	24
<b>TOTALT</b>	<b>569</b>	<b>539</b>	<b>519</b>	<b>480</b>	<b>500</b>

TABELL 3 SOLGTE VAREMENGDER BRENNEVIN, ULIKE VARETYPER (1 000 LITER)

Brennevin <sup>1</sup>	2014	2015	2016	2017	2018
<b>VODKA</b>	<b>3 446</b>	<b>3 398</b>	<b>3 392</b>	<b>3 359</b>	<b>3 321</b>
Norge	1 244	1 186	1 284	1 145	1 106
Polen	626	612	565	624	645
Sverige	458	484	502	492	496
England	399	411	391	403	375
Finland	262	278	290	346	404
Andre land	457	427	360	349	295
<b>DRUEBRENNEVIN</b>	<b>1 917</b>	<b>1 818</b>	<b>1 716</b>	<b>1 593</b>	<b>1 485</b>
Frankrike	1 864	1 767	1 671	1 550	1 440
Cognac	1 374	1 310	1 225	1 133	1 039
Andre franske	491	457	445	417	401
Andre land	53	51	45	43	45
<b>WHISKY</b>	<b>1 294</b>	<b>1 315</b>	<b>1 344</b>	<b>1 342</b>	<b>1 341</b>
Skottland	864	887	903	908	916
Irland	200	205	220	215	213
USA	114	115	128	133	138
Canada	111	99	86	78	64
Andre land	6	8	8	9	10
<b>LIKØR</b>	<b>1 242</b>	<b>1 262</b>	<b>1 328</b>	<b>1 366</b>	<b>1 379</b>
<b>AKEVITT</b>	<b>1 216</b>	<b>1 241</b>	<b>1 282</b>	<b>1 291</b>	<b>1 297</b>
Norge	1 091	1 116	1 142	1 132	1 113
Sverige	58	64	82	102	131
Danmark	44	47	47	46	43
Andre land	24	14	11	11	10
<b>BRENNEVIN, ANNET</b>	<b>633</b>	<b>629</b>	<b>664</b>	<b>671</b>	<b>754</b>
<b>BITTER</b>	<b>638</b>	<b>654</b>	<b>673</b>	<b>661</b>	<b>656</b>
<b>GIN</b>	<b>475</b>	<b>469</b>	<b>480</b>	<b>501</b>	<b>555</b>
<b>BRENNEVIN, NØYTRALT &lt; 37,5 %</b>	<b>151</b>	<b>165</b>	<b>177</b>	<b>179</b>	<b>181</b>
<b>ROM</b>	<b>157</b>	<b>155</b>	<b>163</b>	<b>165</b>	<b>172</b>
<b>FRUKTBRENNEVIN</b>	<b>67</b>	<b>62</b>	<b>65</b>	<b>62</b>	<b>65</b>
<b>GENEVER</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
<b>TOTALSUM</b>	<b>11 254</b>	<b>11 185</b>	<b>11 300</b>	<b>11 205</b>	<b>11 222</b>

TABELL 4 VINMONOPOLET SALG AV SVAKVIN, 2014–2018 (1 000 LITER)

Svakvin <sup>3</sup>	2014	2015	2016	2017	2018
<b>RØDVIN</b>	<b>41 742</b>	<b>41 099</b>	<b>40 573</b>	<b>39 780</b>	<b>38 684</b>
<b>Italia</b>	<b>17 720</b>	<b>17 496</b>	<b>16 567</b>	<b>15 651</b>	<b>14 639</b>
Veneto	4 981	5 020	4 667	4 352	4 015
Piemonte	2 663	2 839	3 076	3 571	3 864
Puglia	4 203	3 792	3 267	2 636	2 006
Toscana	1 952	1 569	1 351	1 324	1 248
Abruzzo	1 468	1 286	1 014	864	754
Sicilia	382	759	853	721	719
Andre italienske	2 071	2 231	2 339	2 185	2 033
<b>Spania</b>	<b>5 394</b>	<b>5 037</b>	<b>5 358</b>	<b>5 696</b>	<b>5 772</b>
Aragon	276	400	742	1 374	1 645
Valencia	1 928	1 941	1 886	1 618	1 361
Rioja	1 204	1 192	1 186	1 213	1 211
Catalonia	636	484	557	510	435
Andre spanske	1 350	1 019	988	982	1 121
<b>Frankrike</b>	<b>4 953</b>	<b>4 367</b>	<b>4 167</b>	<b>4 566</b>	<b>4 894</b>
Rhône sør	1 319	1 383	1 505	2 008	2 065
Languedoc-Roussillon	2 497	2 030	1 660	1 426	1 505
Bordeaux	342	345	373	479	672
Burgund	273	243	244	300	404
Andre franske	145	144	155	145	124
Andre franske	377	221	229	207	123
<b>Chile</b>	<b>3 844</b>	<b>4 021</b>	<b>4 259</b>	<b>3 970</b>	<b>3 572</b>
<b>USA</b>	<b>2 333</b>	<b>2 696</b>	<b>2 805</b>	<b>2 924</b>	<b>2 984</b>
<b>Australia</b>	<b>3 222</b>	<b>3 004</b>	<b>2 672</b>	<b>2 449</b>	<b>2 333</b>
<b>Portugal</b>	<b>1 900</b>	<b>2 262</b>	<b>2 534</b>	<b>2 567</b>	<b>2 622</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>1 070</b>	<b>982</b>	<b>999</b>	<b>837</b>	<b>787</b>
<b>Argentina</b>	<b>1 069</b>	<b>969</b>	<b>888</b>	<b>741</b>	<b>658</b>
<b>Østerrike</b>	<b>10</b>	<b>40</b>	<b>73</b>	<b>135</b>	<b>134</b>
<b>New Zealand</b>	<b>74</b>	<b>112</b>	<b>123</b>	<b>106</b>	<b>103</b>
<b>Libanon</b>	<b>22</b>	<b>26</b>	<b>40</b>	<b>48</b>	<b>83</b>
<b>Andre land</b>	<b>131</b>	<b>88</b>	<b>88</b>	<b>90</b>	<b>103</b>
<b>HVITVIN</b>	<b>18 055</b>	<b>17 501</b>	<b>17 958</b>	<b>17 881</b>	<b>19 063</b>
<b>Tyskland</b>	<b>5 502</b>	<b>5 142</b>	<b>5 076</b>	<b>5 031</b>	<b>5 289</b>
Mosel	2 241	1 954	1 800	1 654	1 627
Rheinhessen	1 378	1 311	1 347	1 414	1 433
Pfalz	403	475	591	705	902
Nahe	<b>512</b>	<b>562</b>	<b>576</b>	<b>539</b>	<b>548</b>
Rheingau	759	676	560	457	393
Andre tyske	209	164	202	263	387
<b>Frankrike</b>	<b>5 111</b>	<b>4 639</b>	<b>4 800</b>	<b>4 628</b>	<b>4 737</b>
Burgund	1 386	1 180	1 214	1 198	1 161
Languedoc-Roussillon	891	901	951	938	1 058
Sørvest	1 225	1 053	1 122	1 056	975
Loire	679	647	500	555	574
Øvrige	575	528	450	471	564
Alsace	235	211	204	181	192
Bordeaux	108	83	305	189	143
Andre franske	11	35	55	41	70
<b>Italia</b>	<b>1 994</b>	<b>1 941</b>	<b>1 973</b>	<b>1 979</b>	<b>2 045</b>
<b>Chile</b>	<b>960</b>	<b>1 184</b>	<b>1 406</b>	<b>1 462</b>	<b>1 632</b>
<b>Australia</b>	<b>1 090</b>	<b>1 164</b>	<b>1 296</b>	<b>1 347</b>	<b>1 334</b>
<b>Ungarn</b>	<b>731</b>	<b>652</b>	<b>634</b>	<b>613</b>	<b>638</b>
<b>New Zealand</b>	<b>497</b>	<b>517</b>	<b>537</b>	<b>576</b>	<b>610</b>
<b>Portugal</b>	<b>344</b>	<b>382</b>	<b>361</b>	<b>341</b>	<b>609</b>
<b>Østerrike</b>	<b>370</b>	<b>441</b>	<b>429</b>	<b>481</b>	<b>582</b>
<b>Spania</b>	<b>456</b>	<b>456</b>	<b>401</b>	<b>464</b>	<b>572</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>397</b>	<b>354</b>	<b>422</b>	<b>460</b>	<b>500</b>

Svakvin <sup>3</sup>	2014	2015	2016	2017	2018
<b>USA</b>	<b>154</b>	<b>243</b>	<b>264</b>	<b>177</b>	<b>243</b>
<b>Argentina</b>	<b>433</b>	<b>361</b>	<b>329</b>	<b>301</b>	<b>239</b>
<b>Andre land</b>	<b>16</b>	<b>26</b>	<b>29</b>	<b>20</b>	<b>32</b>
<b>MUSSERENDE VIN</b>	<b>4 150</b>	<b>4 456</b>	<b>4 797</b>	<b>4 846</b>	<b>5 212</b>
<b>Italia</b>	1 997	2 354	2 522	2 428	2 524
Prosecco	654	1 045	1 265	1 317	1 394
Veneto	939	874	827	741	<b>761</b>
Piemonte	304	292	297	257	271
Andre italienske	100	142	133	113	98
<b>Frankrike</b>	<b>902</b>	<b>941</b>	<b>1 008</b>	<b>1 113</b>	<b>1 294</b>
Burgund	<b>394</b>	<b>399</b>	<b>413</b>	<b>479</b>	<b>597</b>
Champagne	<b>388</b>	<b>393</b>	<b>388</b>	<b>389</b>	<b>429</b>
Andre franske	<b>120</b>	<b>149</b>	<b>207</b>	<b>245</b>	<b>269</b>
<b>Spania</b>	<b>990</b>	<b>933</b>	<b>1 063</b>	<b>1 086</b>	<b>1 158</b>
<b>Australia</b>	<b>181</b>	<b>154</b>	<b>136</b>	<b>123</b>	<b>126</b>
<b>Andre land</b>	<b>80</b>	<b>73</b>	<b>68</b>	<b>96</b>	<b>110</b>
<b>ROSÉVIN</b>	<b>1 984</b>	<b>1 964</b>	<b>2 104</b>	<b>2 215</b>	<b>2 793</b>
<b>Frankrike</b>	<b>821</b>	<b>848</b>	<b>942</b>	<b>1 063</b>	<b>1 472</b>
Languedoc-Roussillon	330	330	398	462	719
Provence	156	164	156	172	263
Loire	167	185	222	197	202
Andre franske	169	168	166	233	288
<b>Italia</b>	<b>299</b>	<b>266</b>	<b>345</b>	<b>453</b>	<b>534</b>
Piemonte	103	77	96	194	233
Veneto	57	58	87	90	116
Andre italienske	139	131	161	168	185
<b>USA</b>	<b>347</b>	<b>342</b>	<b>356</b>	<b>319</b>	<b>353</b>
<b>Spania</b>	<b>223</b>	<b>205</b>	<b>174</b>	<b>162</b>	<b>208</b>
<b>Tyskland</b>	<b>38</b>	<b>61</b>	<b>55</b>	<b>47</b>	<b>91</b>
<b>Chile</b>	<b>156</b>	<b>131</b>	<b>135</b>	<b>110</b>	<b>57</b>
<b>Andre land</b>	<b>100</b>	<b>111</b>	<b>97</b>	<b>62</b>	<b>78</b>
<b>PERLENDE VIN</b>	<b>499</b>	<b>520</b>	<b>591</b>	<b>609</b>	<b>676</b>
<b>Italia</b>	<b>319</b>	<b>320</b>	<b>344</b>	<b>351</b>	<b>382</b>
<b>Østerrike</b>	<b>30</b>	<b>41</b>	<b>50</b>	<b>49</b>	<b>106</b>
<b>Australia</b>	<b>44</b>	<b>61</b>	<b>73</b>	<b>72</b>	<b>75</b>
<b>Portugal</b>	<b>63</b>	<b>60</b>	<b>63</b>	<b>57</b>	<b>58</b>
<b>Andre land</b>	<b>43</b>	<b>38</b>	<b>61</b>	<b>80</b>	<b>55</b>
<b>AROMATISERT VIN</b>	<b>217</b>	<b>205</b>	<b>240</b>	<b>228</b>	<b>285</b>
<b>Norge</b>	<b>49</b>	<b>47</b>	<b>58</b>	<b>54</b>	<b>49</b>
<b>Italia</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>31</b>	<b>57</b>
<b>Irland</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	<b>48</b>	<b>46</b>	<b>37</b>
<b>SIDER</b>	<b>51</b>	<b>60</b>	<b>72</b>	<b>126</b>	<b>213</b>
<b>Norge</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>31</b>	<b>79</b>	<b>138</b>
Hordaland	21	23	26	59	110
Sogn og Fjordane	4	3	2	14	16
Buskerud	4	1	3	6	11
<b>England</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>33</b>
<b>Frankrike</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>11</b>
<b>Storbritannia</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>13</b>
<b>Andre land</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>18</b>
<b>FRUKTVIN</b>	<b>70</b>	<b>66</b>	<b>63</b>	<b>58</b>	<b>58</b>
<b>TOTALT</b>	<b>66 786</b>	<b>65 890</b>	<b>66 402</b>	<b>65 743</b>	<b>66 985</b>



TABELL 5 BUTIKKENS OMSETNING 2018 (KRONER OG LITER)

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkohol- fritt <sup>5</sup>
<b>Alta</b>	<b>80 909 728</b>	<b>367 513</b>	<b>67 578</b>	<b>1 274</b>	<b>281 925</b>	<b>14 839</b>	<b>1 897</b>
<b>Andenes</b>	<b>17 181 580</b>	<b>78 823</b>	<b>15 541</b>	<b>268</b>	<b>59 705</b>	<b>2 634</b>	<b>675</b>
<b>Arendal</b>	<b>120 444 319</b>	<b>600 588</b>	<b>75 204</b>	<b>3 695</b>	<b>506 281</b>	<b>12 238</b>	<b>3 171</b>
<b>Asker</b>	<b>237 370 168</b>	<b>1 186 299</b>	<b>85 065</b>	<b>6 818</b>	<b>1 049 766</b>	<b>34 856</b>	<b>9 794</b>
Asker sentrum	113 648 857	566 948	44 970	3 095	492 697	21 202	4 985
Holmen Senter	123 721 311	619 351	40 095	3 723	557 070	13 654	4 809
<b>Askim</b>	<b>59 961 145</b>	<b>275 649</b>	<b>53 107</b>	<b>2 169</b>	<b>210 481</b>	<b>8 505</b>	<b>1 387</b>
<b>Askvoll</b>	<b>11 700 358</b>	<b>55 425</b>	<b>9 786</b>	<b>353</b>	<b>42 174</b>	<b>2 525</b>	<b>586</b>
<b>Askøy</b>	<b>55 912 476</b>	<b>280 642</b>	<b>36 269</b>	<b>1 135</b>	<b>234 096</b>	<b>7 196</b>	<b>1 945</b>
<b>Austevoll</b>	<b>14 364 255</b>	<b>68 895</b>	<b>9 299</b>	<b>220</b>	<b>58 012</b>	<b>938</b>	<b>425</b>
<b>Bagn</b>	<b>16 303 779</b>	<b>75 625</b>	<b>12 439</b>	<b>499</b>	<b>60 487</b>	<b>1 877</b>	<b>322</b>
<b>Bardufoss</b>	<b>30 316 924</b>	<b>136 580</b>	<b>26 693</b>	<b>385</b>	<b>104 822</b>	<b>3 866</b>	<b>814</b>
<b>Beitostølen</b>	<b>20 327 120</b>	<b>93 544</b>	<b>10 998</b>	<b>455</b>	<b>78 918</b>	<b>2 449</b>	<b>724</b>
<b>Bergen</b>	<b>1 080 029 134</b>	<b>5 287 934</b>	<b>590 608</b>	<b>23 821</b>	<b>4 444 612</b>	<b>192 219</b>	<b>36 674</b>
Arna	49 174 219	239 375	34 190	886	195 739	7 012	1 547
Bergen Storsenter	137 682 428	659 042	80 466	3 219	519 906	50 805	4 645
Fyllingsdalen	95 988 143	489 800	53 130	2 288	414 266	16 511	3 604
Lagunen	125 843 985	626 951	60 438	2 560	542 223	17 124	4 605
Laksevåg	47 629 143	235 216	30 200	881	195 174	7 365	1 595
Nesttun	74 429 790	372 638	36 864	2 254	321 312	9 618	2 590
Sletten	111 053 159	554 591	50 660	2 776	477 059	19 609	4 487
Valkendorfgate	145 623 148	636 578	74 068	2 762	535 307	20 798	3 644
Vestkanten	97 483 508	485 858	62 380	2 094	405 946	12 924	2 514
Åsane	97 967 429	494 763	53 968	2 188	421 464	13 957	3 187
Åsane Horisont	97 154 181	493 122	54 245	1 910	416 216	16 496	4 255
<b>Bjugn</b>	<b>13 023 862</b>	<b>55 467</b>	<b>14 067</b>	<b>366</b>	<b>39 457</b>	<b>1 327</b>	<b>250</b>
<b>Bjørkelangen</b>	<b>27 301 103</b>	<b>116 857</b>	<b>27 684</b>	<b>1 110</b>	<b>83 989</b>	<b>3 358</b>	<b>716</b>
<b>Bodø</b>	<b>247 647 150</b>	<b>1 180 048</b>	<b>165 610</b>	<b>5 249</b>	<b>947 485</b>	<b>52 455</b>	<b>9 249</b>
Bodø sentrum	69 909 805	326 870	46 441	1 379	264 668	11 900	2 482
City Nord	133 354 792	636 326	88 153	3 025	507 462	32 748	4 938
Hunstad	44 382 554	216 853	31 017	845	175 355	7 808	1 829
<b>Brattvåg</b>	<b>13 974 142</b>	<b>67 309</b>	<b>11 104</b>	<b>324</b>	<b>53 981</b>	<b>1 593</b>	<b>307</b>
<b>Brekstad</b>	<b>29 258 241</b>	<b>127 037</b>	<b>28 965</b>	<b>643</b>	<b>91 026</b>	<b>5 540</b>	<b>865</b>
<b>Brokelandsheia</b>	<b>21 007 924</b>	<b>105 154</b>	<b>14 713</b>	<b>373</b>	<b>87 938</b>	<b>1 683</b>	<b>448</b>
<b>Bruhagen</b>	<b>14 259 496</b>	<b>64 375</b>	<b>12 606</b>	<b>482</b>	<b>48 595</b>	<b>2 279</b>	<b>414</b>
<b>Bryne</b>	<b>53 992 684</b>	<b>261 058</b>	<b>36 872</b>	<b>1 193</b>	<b>206 618</b>	<b>14 316</b>	<b>2 059</b>
<b>Brønnøysund</b>	<b>36 955 148</b>	<b>163 051</b>	<b>33 889</b>	<b>1 040</b>	<b>120 750</b>	<b>6 016</b>	<b>1 356</b>
<b>Buskerud Storsenter</b>	<b>84 179 798</b>	<b>402 005</b>	<b>64 135</b>	<b>3 487</b>	<b>320 159</b>	<b>11 601</b>	<b>2 623</b>
<b>Bærum</b>	<b>491 341 520</b>	<b>2 438 187</b>	<b>186 036</b>	<b>15 413</b>	<b>2 152 199</b>	<b>66 337</b>	<b>18 202</b>
Bekkestua	102 917 226	498 037	33 248	3 645	444 951	12 441	3 752
Bærum Verk	28 637 043	146 641	9 920	742	129 437	5 254	1 288
Fornebu	67 080 655	318 575	17 335	1 629	288 619	8 348	2 644
Kolsås	105 067 819	535 024	47 676	3 336	466 412	14 599	3 002
Sandvika	112 484 443	557 440	52 417	3 083	481 030	17 108	3 801
Østerås	75 154 333	382 469	25 439	2 978	341 751	8 586	3 715
<b>Bø i Telemark</b>	<b>36 424 377</b>	<b>169 058</b>	<b>31 704</b>	<b>1 103</b>	<b>129 949</b>	<b>5 411</b>	<b>891</b>

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkohol- fritt <sup>5</sup>
<b>Bø i Vesterålen</b>	<b>7 515 065</b>	<b>33 668</b>	<b>7 428</b>	<b>204</b>	<b>25 226</b>	<b>663</b>	<b>147</b>
<b>Bømlo</b>	<b>23 551 231</b>	<b>117 359</b>	<b>17 904</b>	<b>511</b>	<b>94 643</b>	<b>3 313</b>	<b>988</b>
<b>Båtsfjord</b>	<b>9 438 362</b>	<b>39 087</b>	<b>10 338</b>	<b>200</b>	<b>27 177</b>	<b>1 180</b>	<b>191</b>
<b>Digerneset, åpnet 7. juni</b>	<b>21 016 886</b>	<b>102 530</b>	<b>15 292</b>	<b>437</b>	<b>82 175</b>	<b>4 000</b>	<b>626</b>
<b>Dokka</b>	<b>28 965 542</b>	<b>127 052</b>	<b>29 878</b>	<b>971</b>	<b>90 938</b>	<b>4 691</b>	<b>574</b>
<b>Dombås</b>	<b>18 070 038</b>	<b>82 752</b>	<b>15 360</b>	<b>462</b>	<b>63 933</b>	<b>2 650</b>	<b>348</b>
<b>Drammen</b>	<b>195 164 861</b>	<b>939 681</b>	<b>120 462</b>	<b>7 249</b>	<b>781 228</b>	<b>24 970</b>	<b>5 772</b>
Bragernes	106 021 216	508 831	61 406	4 391	426 642	13 275	3 117
Strømsø	89 143 645	430 850	59 056	2 858	354 586	11 695	2 656
<b>Drangedal</b>	<b>12 864 127</b>	<b>61 259</b>	<b>11 001</b>	<b>484</b>	<b>47 849</b>	<b>1 627</b>	<b>298</b>
<b>Drøbak</b>	<b>53 974 636</b>	<b>275 143</b>	<b>25 335</b>	<b>1 588</b>	<b>241 553</b>	<b>4 837</b>	<b>1 830</b>
<b>Egersund</b>	<b>46 818 872</b>	<b>221 105</b>	<b>38 409</b>	<b>878</b>	<b>173 817</b>	<b>6 997</b>	<b>1 005</b>
<b>Eidsvoll</b>	<b>64 773 619</b>	<b>302 770</b>	<b>53 755</b>	<b>2 101</b>	<b>233 023</b>	<b>11 237</b>	<b>2 655</b>
Eidsvoll sentrum	26 467 298	124 233	21 485	931	96 337	4 421	1 059
Råholt	38 306 321	178 537	32 270	1 170	136 686	6 816	1 596
<b>Eikelandsosen</b>	<b>7 089 522</b>	<b>33 619</b>	<b>6 055</b>	<b>170</b>	<b>26 607</b>	<b>628</b>	<b>159</b>
<b>eLager</b>	<b>97 715 070</b>	<b>398 313</b>	<b>38 472</b>	<b>2 234</b>	<b>337 903</b>	<b>11 024</b>	<b>8 681</b>
<b>Elnesvågen</b>	<b>25 139 498</b>	<b>116 133</b>	<b>23 183</b>	<b>836</b>	<b>87 367</b>	<b>4 028</b>	<b>718</b>
<b>Elverum</b>	<b>72 666 885</b>	<b>331 188</b>	<b>63 256</b>	<b>2 754</b>	<b>253 064</b>	<b>10 367</b>	<b>1 747</b>
<b>Etne</b>	<b>17 927 283</b>	<b>88 718</b>	<b>13 787</b>	<b>309</b>	<b>71 421</b>	<b>2 691</b>	<b>509</b>
<b>Evenskjer</b>	<b>17 301 025</b>	<b>79 735</b>	<b>16 180</b>	<b>295</b>	<b>61 006</b>	<b>1 929</b>	<b>326</b>
<b>Evje</b>	<b>23 819 136</b>	<b>113 477</b>	<b>21 563</b>	<b>486</b>	<b>87 383</b>	<b>3 620</b>	<b>424</b>
<b>Fagernes</b>	<b>58 512 363</b>	<b>268 080</b>	<b>48 829</b>	<b>2 062</b>	<b>210 306</b>	<b>5 537</b>	<b>1 346</b>
<b>Farsund</b>	<b>28 316 717</b>	<b>139 328</b>	<b>21 111</b>	<b>541</b>	<b>112 116</b>	<b>4 613</b>	<b>947</b>
<b>Fauske</b>	<b>51 748 026</b>	<b>231 665</b>	<b>48 730</b>	<b>1 208</b>	<b>175 639</b>	<b>4 975</b>	<b>1 114</b>
<b>Fetsund</b>	<b>19 346 705</b>	<b>89 758</b>	<b>14 646</b>	<b>541</b>	<b>70 009</b>	<b>3 818</b>	<b>744</b>
<b>Finnsnes</b>	<b>58 361 156</b>	<b>265 818</b>	<b>50 848</b>	<b>942</b>	<b>204 954</b>	<b>7 598</b>	<b>1 478</b>
<b>Flekkefjord</b>	<b>25 582 578</b>	<b>126 930</b>	<b>20 695</b>	<b>423</b>	<b>102 342</b>	<b>2 817</b>	<b>653</b>
<b>Flisa</b>	<b>27 202 538</b>	<b>113 873</b>	<b>30 281</b>	<b>1 377</b>	<b>79 106</b>	<b>2 505</b>	<b>603</b>
<b>Florø</b>	<b>36 535 254</b>	<b>168 212</b>	<b>30 705</b>	<b>591</b>	<b>128 058</b>	<b>7 487</b>	<b>1 371</b>
<b>Flå</b>	<b>8 951 611</b>	<b>41 337</b>	<b>6 534</b>	<b>200</b>	<b>33 240</b>	<b>1 186</b>	<b>177</b>
<b>Fosnavåg</b>	<b>17 291 473</b>	<b>81 157</b>	<b>14 243</b>	<b>292</b>	<b>64 126</b>	<b>2 046</b>	<b>449</b>
<b>Fredrikstad</b>	<b>168 215 664</b>	<b>763 813</b>	<b>123 094</b>	<b>6 491</b>	<b>606 871</b>	<b>22 886</b>	<b>4 471</b>
Torvbyen	103 397 727	473 399	73 411	3 920	379 327	13 916	2 824
Østsiden	64 817 937	290 415	49 683	2 570	227 544	8 970	1 647
<b>Froland</b>	<b>25 032 437</b>	<b>122 800</b>	<b>21 568</b>	<b>659</b>	<b>98 110</b>	<b>2 051</b>	<b>412</b>
<b>Frosta</b>	<b>8 196 395</b>	<b>37 418</b>	<b>7 944</b>	<b>278</b>	<b>28 066</b>	<b>931</b>	<b>199</b>
<b>Frøya</b>	<b>18 960 832</b>	<b>76 513</b>	<b>20 751</b>	<b>475</b>	<b>52 988</b>	<b>1 733</b>	<b>566</b>
<b>Færder</b>	<b>147 449 524</b>	<b>752 496</b>	<b>68 259</b>	<b>4 650</b>	<b>663 627</b>	<b>11 468</b>	<b>4 492</b>
Nøtterøy	109 581 099	559 939	51 241	3 439	493 238	8 748	3 272
Tjøme	37 868 425	192 557	17 017	1 210	170 389	2 720	1 220
<b>Førde</b>	<b>76 224 279</b>	<b>359 223</b>	<b>61 561</b>	<b>1 560</b>	<b>280 056</b>	<b>13 946</b>	<b>2 100</b>
<b>Gausdal</b>	<b>19 193 386</b>	<b>86 517</b>	<b>16 536</b>	<b>476</b>	<b>67 317</b>	<b>1 803</b>	<b>384</b>
<b>Geilo</b>	<b>44 535 420</b>	<b>205 629</b>	<b>20 260</b>	<b>898</b>	<b>178 061</b>	<b>5 189</b>	<b>1 221</b>
<b>Gjerdrum</b>	<b>16 436 337</b>	<b>77 758</b>	<b>11 904</b>	<b>489</b>	<b>62 351</b>	<b>2 518</b>	<b>497</b>
<b>Gjøvik</b>	<b>109 528 041</b>	<b>503 384</b>	<b>85 244</b>	<b>4 180</b>	<b>398 541</b>	<b>12 830</b>	<b>2 589</b>
<b>Gol</b>	<b>39 754 311</b>	<b>184 312</b>	<b>30 792</b>	<b>1 034</b>	<b>146 294</b>	<b>5 036</b>	<b>1 155</b>

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkohol- fritt <sup>5</sup>
<b>Gran</b>	<b>57 161 550</b>	<b>260 586</b>	<b>49 299</b>	<b>2 286</b>	<b>201 015</b>	<b>6 478</b>	<b>1 508</b>
<b>Grimstad</b>	<b>59 463 169</b>	<b>301 078</b>	<b>36 822</b>	<b>1 864</b>	<b>253 902</b>	<b>6 757</b>	<b>1 733</b>
<b>Grong</b>	<b>14 980 289</b>	<b>61 678</b>	<b>15 907</b>	<b>433</b>	<b>43 709</b>	<b>1 369</b>	<b>259</b>
<b>Halden</b>	<b>47 183 384</b>	<b>215 664</b>	<b>39 151</b>	<b>1 911</b>	<b>164 942</b>	<b>8 413</b>	<b>1 247</b>
<b>Hamar</b>	<b>161 721 448</b>	<b>753 545</b>	<b>104 036</b>	<b>5 503</b>	<b>612 921</b>	<b>26 197</b>	<b>4 889</b>
<b>Hammerfest</b>	<b>43 769 030</b>	<b>196 821</b>	<b>36 877</b>	<b>872</b>	<b>150 672</b>	<b>7 035</b>	<b>1 365</b>
<b>Harstad</b>	<b>100 446 538</b>	<b>475 224</b>	<b>74 119</b>	<b>2 043</b>	<b>380 649</b>	<b>15 364</b>	<b>3 050</b>
<b>Haugesund</b>	<b>116 113 638</b>	<b>570 851</b>	<b>78 644</b>	<b>2 902</b>	<b>471 153</b>	<b>15 248</b>	<b>2 904</b>
<b>Hemsedal</b>	<b>18 867 330</b>	<b>83 077</b>	<b>10 293</b>	<b>342</b>	<b>68 933</b>	<b>2 376</b>	<b>1 132</b>
<b>Herøy i Nordland</b>	<b>7 218 059</b>	<b>31 148</b>	<b>7 635</b>	<b>161</b>	<b>22 547</b>	<b>750</b>	<b>55</b>
<b>Hitra</b>	<b>21 129 057</b>	<b>92 378</b>	<b>20 831</b>	<b>745</b>	<b>68 545</b>	<b>1 804</b>	<b>453</b>
<b>Hokksund</b>	<b>53 473 835</b>	<b>249 200</b>	<b>44 897</b>	<b>2 026</b>	<b>193 906</b>	<b>6 857</b>	<b>1 513</b>
<b>Holmestrand</b>	<b>35 697 705</b>	<b>172 326</b>	<b>25 628</b>	<b>1 244</b>	<b>139 618</b>	<b>4 726</b>	<b>1 111</b>
<b>Honningsvåg</b>	<b>16 920 758</b>	<b>75 761</b>	<b>16 146</b>	<b>260</b>	<b>57 194</b>	<b>1 792</b>	<b>369</b>
<b>Horten</b>	<b>105 754 587</b>	<b>524 300</b>	<b>69 027</b>	<b>3 576</b>	<b>435 599</b>	<b>12 718</b>	<b>3 380</b>
Horten sentrum	64 220 902	312 260	45 655	2 284	253 774	8 650	1 898
Åsgårdstrand	41 533 685	212 040	23 373	1 292	181 825	4 068	1 483
<b>Hov</b>	<b>13 364 510</b>	<b>62 970</b>	<b>10 952</b>	<b>475</b>	<b>49 585</b>	<b>1 612</b>	<b>345</b>
<b>Hovden, åpnet 28. juni</b>	<b>3 906 348</b>	<b>17 880</b>	<b>2 488</b>	<b>78</b>	<b>14 845</b>	<b>373</b>	<b>98</b>
<b>Husnes</b>	<b>30 046 561</b>	<b>148 080</b>	<b>22 379</b>	<b>489</b>	<b>121 344</b>	<b>2 974</b>	<b>894</b>
<b>Hvaler</b>	<b>19 616 891</b>	<b>94 074</b>	<b>12 245</b>	<b>445</b>	<b>79 256</b>	<b>1 641</b>	<b>487</b>
<b>Hønefoss</b>	<b>83 405 943</b>	<b>397 695</b>	<b>63 523</b>	<b>3 823</b>	<b>316 185</b>	<b>11 470</b>	<b>2 694</b>
<b>Høyanger</b>	<b>10 002 727</b>	<b>45 791</b>	<b>8 866</b>	<b>246</b>	<b>34 821</b>	<b>1 594</b>	<b>264</b>
<b>Inderøy</b>	<b>11 278 920</b>	<b>49 024</b>	<b>10 868</b>	<b>224</b>	<b>36 060</b>	<b>1 571</b>	<b>300</b>
<b>Jevnaker</b>	<b>23 532 334</b>	<b>110 916</b>	<b>19 997</b>	<b>958</b>	<b>86 832</b>	<b>2 766</b>	<b>363</b>
<b>Jørpeland</b>	<b>35 167 971</b>	<b>171 878</b>	<b>26 885</b>	<b>857</b>	<b>136 146</b>	<b>6 944</b>	<b>1 045</b>
<b>Karmøy</b>	<b>148 401 447</b>	<b>735 440</b>	<b>110 341</b>	<b>3 037</b>	<b>596 514</b>	<b>21 399</b>	<b>4 149</b>
Oasen	96 132 680	485 911	66 912	1 915	401 927	12 464	2 692
Kopervik	52 268 767	249 529	43 428	1 122	194 587	8 935	1 456
<b>Kautokeino</b>	<b>2 241 746</b>	<b>9 673</b>	<b>2 450</b>	<b>26</b>	<b>6 813</b>	<b>358</b>	<b>25</b>
<b>Kirkenes</b>	<b>40 567 367</b>	<b>186 011</b>	<b>32 665</b>	<b>1 071</b>	<b>143 498</b>	<b>7 297</b>	<b>1 479</b>
<b>Kjøllefjord</b>	<b>6 596 601</b>	<b>27 017</b>	<b>7 618</b>	<b>159</b>	<b>17 477</b>	<b>1 659</b>	<b>105</b>
<b>Klepp</b>	<b>55 281 341</b>	<b>269 849</b>	<b>39 655</b>	<b>1 529</b>	<b>216 269</b>	<b>10 821</b>	<b>1 575</b>
<b>Knarvik</b>	<b>72 684 159</b>	<b>355 483</b>	<b>54 449</b>	<b>1 327</b>	<b>287 013</b>	<b>10 199</b>	<b>2 495</b>
<b>Kolbotn</b>	<b>78 243 788</b>	<b>388 890</b>	<b>32 818</b>	<b>2 240</b>	<b>336 725</b>	<b>13 811</b>	<b>3 296</b>
<b>Kolvereid</b>	<b>13 406 963</b>	<b>54 169</b>	<b>15 654</b>	<b>238</b>	<b>36 630</b>	<b>1 268</b>	<b>379</b>
<b>Kongsberg</b>	<b>87 873 273</b>	<b>421 364</b>	<b>59 268</b>	<b>2 613</b>	<b>341 684</b>	<b>14 832</b>	<b>2 968</b>
<b>Kongsvinger</b>	<b>35 655 722</b>	<b>146 960</b>	<b>35 203</b>	<b>2 169</b>	<b>103 857</b>	<b>4 698</b>	<b>1 033</b>
<b>Koppang</b>	<b>9 847 439</b>	<b>41 616</b>	<b>10 539</b>	<b>252</b>	<b>29 583</b>	<b>914</b>	<b>328</b>
<b>Korgen</b>	<b>10 855 148</b>	<b>45 208</b>	<b>11 035</b>	<b>254</b>	<b>32 451</b>	<b>1 147</b>	<b>321</b>
<b>Kragerø</b>	<b>54 957 228</b>	<b>276 443</b>	<b>32 512</b>	<b>1 392</b>	<b>235 934</b>	<b>4 705</b>	<b>1 901</b>
<b>Kristiansand</b>	<b>277 123 411</b>	<b>1 411 187</b>	<b>157 185</b>	<b>6 824</b>	<b>1 194 633</b>	<b>43 940</b>	<b>8 604</b>
Lillemarkens	123 610 716	608 420	70 715	2 740	506 956	23 971	4 037
Sørlandssenteret	100 578 563	522 032	55 926	2 633	446 385	14 001	3 088
Vågsbygd	52 934 133	280 735	30 544	1 451	241 293	5 968	1 479
<b>Kristiansund N.</b>	<b>101 200 301</b>	<b>476 201</b>	<b>79 967</b>	<b>2 632</b>	<b>376 264</b>	<b>14 924</b>	<b>2 414</b>
<b>Kvinesdal</b>	<b>10 707 091</b>	<b>49 348</b>	<b>11 438</b>	<b>270</b>	<b>36 133</b>	<b>1 293</b>	<b>214</b>

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkohol- fritt <sup>5</sup>
<b>Kyrksæterøra</b>	<b>17 885 196</b>	<b>77 630</b>	<b>18 336</b>	<b>536</b>	<b>56 445</b>	<b>2 023</b>	<b>290</b>
<b>Lakselv</b>	<b>21 187 865</b>	<b>93 260</b>	<b>19 700</b>	<b>348</b>	<b>66 425</b>	<b>6 297</b>	<b>490</b>
<b>Langevåg</b>	<b>17 187 567</b>	<b>84 332</b>	<b>12 730</b>	<b>428</b>	<b>68 301</b>	<b>2 324</b>	<b>549</b>
<b>Larvik</b>	<b>144 765 169</b>	<b>721 643</b>	<b>88 405</b>	<b>5 172</b>	<b>609 847</b>	<b>14 426</b>	<b>3 792</b>
Larvik sentrum	97 295 814	479 952	62 264	3 878	401 519	9 787	2 505
Stavern	47 469 355	241 690	26 141	1 295	208 328	4 639	1 287
<b>Leknes</b>	<b>53 322 952</b>	<b>240 794</b>	<b>46 853</b>	<b>1 447</b>	<b>184 178</b>	<b>6 435</b>	<b>1 880</b>
<b>Lena</b>	<b>35 726 850</b>	<b>154 206</b>	<b>36 048</b>	<b>967</b>	<b>113 362</b>	<b>2 993</b>	<b>837</b>
<b>Levanger</b>	<b>51 990 956</b>	<b>237 825</b>	<b>45 056</b>	<b>1 824</b>	<b>182 491</b>	<b>7 214</b>	<b>1 240</b>
<b>Liertoppen</b>	<b>100 086 759</b>	<b>494 917</b>	<b>58 567</b>	<b>2 903</b>	<b>415 131</b>	<b>15 061</b>	<b>3 255</b>
<b>Lillehammer</b>	<b>101 810 646</b>	<b>488 835</b>	<b>65 944</b>	<b>2 965</b>	<b>402 117</b>	<b>14 248</b>	<b>3 561</b>
<b>Lillesand</b>	<b>38 123 405</b>	<b>197 443</b>	<b>22 053</b>	<b>900</b>	<b>168 011</b>	<b>5 398</b>	<b>1 081</b>
<b>Lom</b>	<b>13 872 304</b>	<b>58 619</b>	<b>13 730</b>	<b>366</b>	<b>42 907</b>	<b>1 332</b>	<b>284</b>
<b>Lonevåg</b>	<b>11 239 051</b>	<b>53 070</b>	<b>9 579</b>	<b>178</b>	<b>41 729</b>	<b>1 244</b>	<b>341</b>
<b>Luster</b>	<b>6 314 696</b>	<b>28 926</b>	<b>5 881</b>	<b>117</b>	<b>22 022</b>	<b>685</b>	<b>222</b>
<b>Lyngdal</b>	<b>27 008 708</b>	<b>132 641</b>	<b>23 291</b>	<b>646</b>	<b>104 124</b>	<b>3 893</b>	<b>687</b>
<b>Lyngen</b>	<b>7 832 239</b>	<b>34 268</b>	<b>6 704</b>	<b>239</b>	<b>25 310</b>	<b>1 846</b>	<b>170</b>
<b>Lødingen</b>	<b>9 173 073</b>	<b>40 886</b>	<b>8 389</b>	<b>155</b>	<b>31 109</b>	<b>988</b>	<b>245</b>
<b>Lørenskog</b>	<b>125 795 768</b>	<b>611 930</b>	<b>78 335</b>	<b>3 910</b>	<b>500 822</b>	<b>24 486</b>	<b>4 377</b>
Lørenskog Triaden	97 970 727	477 900	60 801	3 061	393 056	18 104	2 878
Lørenskog Metro, åpnet 7. juni	27 825 041	134 030	17 534	849	107 766	6 381	1 499
<b>Løten</b>	<b>16 472 746</b>	<b>72 292</b>	<b>16 270</b>	<b>760</b>	<b>53 041</b>	<b>1 878</b>	<b>343</b>
<b>Malvik</b>	<b>35 362 891</b>	<b>165 811</b>	<b>27 872</b>	<b>642</b>	<b>128 952</b>	<b>7 650</b>	<b>695</b>
<b>Mandal</b>	<b>55 190 709</b>	<b>273 152</b>	<b>39 019</b>	<b>1 323</b>	<b>226 433</b>	<b>4 893</b>	<b>1 485</b>
<b>Melhus</b>	<b>47 636 000</b>	<b>211 765</b>	<b>42 872</b>	<b>1 171</b>	<b>157 377</b>	<b>9 241</b>	<b>1 104</b>
<b>Mo i Rana</b>	<b>104 933 588</b>	<b>458 995</b>	<b>95 910</b>	<b>2 492</b>	<b>341 912</b>	<b>16 047</b>	<b>2 632</b>
<b>Molde</b>	<b>126 491 097</b>	<b>615 549</b>	<b>83 737</b>	<b>3 316</b>	<b>493 955</b>	<b>30 779</b>	<b>3 763</b>
<b>Mosjøen</b>	<b>52 266 325</b>	<b>228 992</b>	<b>47 396</b>	<b>1 150</b>	<b>173 090</b>	<b>6 290</b>	<b>1 067</b>
<b>Moss</b>	<b>55 188 917</b>	<b>272 153</b>	<b>38 809</b>	<b>2 716</b>	<b>222 282</b>	<b>6 689</b>	<b>1 657</b>
<b>Myre</b>	<b>16 213 321</b>	<b>74 191</b>	<b>15 436</b>	<b>190</b>	<b>55 986</b>	<b>1 850</b>	<b>730</b>
<b>Mysen</b>	<b>28 701 216</b>	<b>124 150</b>	<b>29 314</b>	<b>872</b>	<b>90 028</b>	<b>3 085</b>	<b>852</b>
<b>Måløy</b>	<b>23 742 727</b>	<b>109 108</b>	<b>20 618</b>	<b>347</b>	<b>83 728</b>	<b>3 428</b>	<b>987</b>
<b>Namsos</b>	<b>69 809 942</b>	<b>302 467</b>	<b>68 030</b>	<b>2 087</b>	<b>221 624</b>	<b>9 103</b>	<b>1 622</b>
<b>Nannestad</b>	<b>16 590 055</b>	<b>79 490</b>	<b>14 328</b>	<b>515</b>	<b>62 101</b>	<b>2 009</b>	<b>536</b>
<b>Narvik</b>	<b>75 706 707</b>	<b>343 752</b>	<b>63 620</b>	<b>1 670</b>	<b>267 804</b>	<b>8 852</b>	<b>1 805</b>
<b>Nesbyen</b>	<b>17 319 289</b>	<b>79 973</b>	<b>12 804</b>	<b>417</b>	<b>64 745</b>	<b>1 559</b>	<b>448</b>
<b>Nesna, åpnet 1. november</b>	<b>1 262 277</b>	<b>5 157</b>	<b>1 273</b>	<b>68</b>	<b>3 556</b>	<b>225</b>	<b>35</b>
<b>Nesodden</b>	<b>60 124 678</b>	<b>303 740</b>	<b>23 634</b>	<b>2 416</b>	<b>267 185</b>	<b>7 628</b>	<b>2 877</b>
<b>Nittedal</b>	<b>49 965 024</b>	<b>247 045</b>	<b>30 887</b>	<b>1 807</b>	<b>201 876</b>	<b>10 479</b>	<b>1 997</b>
<b>Nordfjordeid</b>	<b>29 425 973</b>	<b>138 644</b>	<b>23 628</b>	<b>660</b>	<b>108 551</b>	<b>4 882</b>	<b>924</b>
<b>Norheimsund</b>	<b>27 584 456</b>	<b>137 501</b>	<b>17 814</b>	<b>572</b>	<b>114 493</b>	<b>3 719</b>	<b>904</b>
<b>Notodden</b>	<b>46 986 893</b>	<b>220 240</b>	<b>39 820</b>	<b>1 639</b>	<b>172 017</b>	<b>5 653</b>	<b>1 111</b>
<b>Nærbø</b>	<b>28 538 844</b>	<b>128 459</b>	<b>23 832</b>	<b>560</b>	<b>96 951</b>	<b>6 238</b>	<b>877</b>
<b>Odda</b>	<b>35 650 217</b>	<b>171 769</b>	<b>28 263</b>	<b>751</b>	<b>136 848</b>	<b>5 241</b>	<b>667</b>
<b>Oppdal</b>	<b>48 444 718</b>	<b>221 405</b>	<b>36 546</b>	<b>1 225</b>	<b>176 027</b>	<b>6 434</b>	<b>1 172</b>
<b>Orkanger</b>	<b>80 505 745</b>	<b>358 930</b>	<b>73 222</b>	<b>2 142</b>	<b>270 828</b>	<b>11 383</b>	<b>1 355</b>
<b>Os</b>	<b>60 758 024</b>	<b>305 315</b>	<b>37 333</b>	<b>1 063</b>	<b>257 640</b>	<b>7 563</b>	<b>1 716</b>

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkohol- fritt <sup>5</sup>
<b>Oslo</b>	<b>2 682 151 894</b>	<b>12 362 458</b>	<b>1 112 597</b>	<b>76 813</b>	<b>10 616 699</b>	<b>450 507</b>	<b>105 842</b>
Aker Brygge	167 548 499	530 246	29 148	2 321	464 629	29 295	4 853
Alna	74 950 424	350 915	42 794	2 027	286 085	17 151	2 858
Briskeby	9 187 913	36 867	2 336	547	31 983	1 578	423
Bøler	41 349 416	210 103	23 314	1 497	175 771	7 593	1 928
Carl Berner, åpnet 6. desember	2 366 549	10 579	949	90	8 224	1 064	252
CC Vest	240 598 098	1 097 599	58 910	8 111	1 003 263	21 072	6 243
Frogner	111 814 417	515 360	31 382	2 921	465 525	11 788	3 745
Grorud	50 681 591	240 039	41 488	1 790	189 136	5 954	1 671
Grünerløkka	89 250 833	417 502	37 138	1 854	353 715	20 387	4 407
Grønland Basar	59 334 326	283 442	36 128	1 474	231 169	12 252	2 418
Hasle Torg	60 159 393	294 093	27 469	1 458	246 422	15 400	3 344
Holmlia	31 383 539	158 957	18 013	1 003	134 009	4 699	1 233
Kiellandsplass	66 272 559	325 343	26 707	1 578	279 375	14 259	3 423
Lambertseter	130 121 127	641 837	51 117	4 120	563 086	18 276	5 237
Linderud	61 993 196	300 326	37 512	1 893	246 343	11 718	2 861
Majorstuen	132 603 931	639 547	45 875	4 572	567 228	17 518	4 354
Manglerud	86 710 029	425 549	44 022	2 740	361 540	13 603	3 644
Mortensrud	33 840 522	163 482	22 881	1 027	131 942	6 278	1 354
Nydalen	32 349 566	160 928	11 700	628	137 917	8 764	1 921
Oslo City	163 563 706	774 531	93 123	4 351	631 647	38 874	6 535
Oslo S	101 879 698	479 830	67 374	2 668	388 730	18 483	2 576
Paleet, flyttet fra Rosenkrantzgt. 28. juni	35 511 729	164 623	13 405	921	140 742	7 705	1 850
Røa	103 831 658	502 552	32 893	4 253	448 050	12 680	4 675
Sandaker	99 918 758	486 546	48 558	3 105	410 225	20 121	4 537
Skøyen	138 525 129	533 052	30 727	2 762	479 211	16 194	4 158
Steen & Strøm	63 142 491	294 011	21 639	1 321	256 644	11 040	3 367
Storo	101 657 195	483 826	40 628	2 972	406 269	27 235	6 722
Stovner	59 915 315	279 227	49 669	2 087	217 883	7 814	1 774
Thereses gate	88 743 901	418 626	30 654	2 306	367 873	13 906	3 887
Tveita	85 413 820	416 707	53 581	3 658	339 864	16 706	2 897
Ullevaal Stadion	86 966 432	424 183	24 770	2 514	378 344	14 815	3 741
Vinderen	70 566 133	302 031	16 694	2 243	273 854	6 284	2 955
<b>Otta</b>	<b>27 533 471</b>	<b>124 619</b>	<b>24 875</b>	<b>758</b>	<b>92 574</b>	<b>5 538</b>	<b>873</b>
<b>Porsgrunn</b>	<b>111 258 096</b>	<b>534 949</b>	<b>78 291</b>	<b>3 702</b>	<b>438 047</b>	<b>12 154</b>	<b>2 755</b>
Storgata	102 849 321	497 233	72 808	3 315	408 704	10 024	2 383
Down Town, åpnet 29. november	8 408 775	37 716	5 483	387	29 343	2 130	372
<b>Radøy</b>	<b>9 244 844</b>	<b>44 816</b>	<b>7 591</b>	<b>158</b>	<b>35 772</b>	<b>1 045</b>	<b>250</b>
<b>Rakkestad</b>	<b>12 990 861</b>	<b>56 737</b>	<b>12 870</b>	<b>499</b>	<b>41 102</b>	<b>1 641</b>	<b>625</b>
<b>Randaberg</b>	<b>53 997 142</b>	<b>278 065</b>	<b>31 124</b>	<b>1 052</b>	<b>235 107</b>	<b>9 136</b>	<b>1 645</b>
<b>Raufoss</b>	<b>41 414 454</b>	<b>185 642</b>	<b>37 964</b>	<b>1 778</b>	<b>138 562</b>	<b>6 296</b>	<b>1 043</b>
<b>Re</b>	<b>44 635 135</b>	<b>211 025</b>	<b>32 836</b>	<b>1 448</b>	<b>169 641</b>	<b>5 806</b>	<b>1 295</b>
<b>Rena</b>	<b>18 189 254</b>	<b>79 864</b>	<b>17 110</b>	<b>504</b>	<b>60 251</b>	<b>1 607</b>	<b>393</b>
<b>Ringebu</b>	<b>24 971 066</b>	<b>113 704</b>	<b>19 249</b>	<b>614</b>	<b>90 693</b>	<b>2 576</b>	<b>573</b>
<b>Ringsaker</b>	<b>109 414 725</b>	<b>504 557</b>	<b>93 289</b>	<b>4 356</b>	<b>391 618</b>	<b>12 758</b>	<b>2 536</b>
Brumunddal	43 096 377	203 172	36 787	1 714	159 139	4 499	1 033
Moelv, åpnet 8. februar	24 229 620	109 869	21 365	925	83 348	3 578	654



Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkohol- fritt <sup>5</sup>
Rudshøgda	42 088 729	191 517	35 137	1 717	149 131	4 682	850
<b>Rissa</b>	<b>19 808 068</b>	<b>86 322</b>	<b>20 726</b>	<b>592</b>	<b>61 854</b>	<b>2 682</b>	<b>468</b>
<b>Risør</b>	<b>25 724 206</b>	<b>135 642</b>	<b>13 189</b>	<b>611</b>	<b>118 846</b>	<b>2 122</b>	<b>874</b>
<b>Rjukan</b>	<b>22 913 424</b>	<b>104 109</b>	<b>18 823</b>	<b>892</b>	<b>80 595</b>	<b>2 937</b>	<b>862</b>
<b>Rognan</b>	<b>17 557 467</b>	<b>77 787</b>	<b>17 457</b>	<b>337</b>	<b>57 878</b>	<b>1 483</b>	<b>633</b>
<b>Rygge</b>	<b>119 858 399</b>	<b>573 691</b>	<b>74 916</b>	<b>3 799</b>	<b>473 194</b>	<b>18 540</b>	<b>3 242</b>
<b>Rødberg</b>	<b>9 175 779</b>	<b>39 040</b>	<b>8 432</b>	<b>241</b>	<b>29 495</b>	<b>652</b>	<b>220</b>
<b>Røros</b>	<b>35 529 910</b>	<b>154 739</b>	<b>31 448</b>	<b>782</b>	<b>116 964</b>	<b>4 480</b>	<b>1 064</b>
<b>Rørвик</b>	<b>22 893 281</b>	<b>92 330</b>	<b>26 730</b>	<b>525</b>	<b>61 958</b>	<b>2 305</b>	<b>813</b>
<b>Sandane</b>	<b>17 286 572</b>	<b>79 820</b>	<b>14 028</b>	<b>406</b>	<b>61 970</b>	<b>2 854</b>	<b>561</b>
<b>Sande</b>	<b>30 848 372</b>	<b>150 329</b>	<b>21 590</b>	<b>963</b>	<b>123 800</b>	<b>3 302</b>	<b>674</b>
<b>Sandefjord</b>	<b>218 402 865</b>	<b>1 046 515</b>	<b>122 813</b>	<b>7 780</b>	<b>888 983</b>	<b>21 304</b>	<b>5 635</b>
Andebu	12 923 941	60 947	11 078	742	47 487	1 276	362
Sandefjord sentrum	164 266 342	783 354	85 374	5 643	673 076	15 059	4 203
Stokke	41 212 582	202 214	26 361	1 395	168 420	4 969	1 070
Sandnes	278 449 562	1 301 230	152 277	6 047	1 048 443	87 090	7 373
Kvadrat	156 889 401	762 475	81 621	2 934	603 128	70 610	4 182
Sandnes sentrum	121 560 161	538 755	70 656	3 113	445 315	16 480	3 191
<b>Sandnessjøen</b>	<b>42 494 075</b>	<b>191 269</b>	<b>37 489</b>	<b>1 025</b>	<b>146 565</b>	<b>5 247</b>	<b>943</b>
<b>Sarpsborg</b>	<b>100 807 301</b>	<b>446 829</b>	<b>84 603</b>	<b>4 332</b>	<b>334 065</b>	<b>20 813</b>	<b>3 017</b>
Borg Amfi	58 699 460	266 894	47 051	2 114	205 135	10 897	1 697
Storbyen	42 107 841	179 935	37 551	2 218	128 930	9 916	1 320
<b>Sauda</b>	<b>21 126 956</b>	<b>102 245</b>	<b>17 815</b>	<b>365</b>	<b>80 769</b>	<b>2 646</b>	<b>651</b>
<b>Selbu</b>	<b>10 847 403</b>	<b>44 448</b>	<b>11 912</b>	<b>380</b>	<b>30 899</b>	<b>1 024</b>	<b>234</b>
<b>Seljord</b>	<b>20 687 552</b>	<b>94 351</b>	<b>19 566</b>	<b>584</b>	<b>71 105</b>	<b>2 769</b>	<b>327</b>
<b>Setermoen</b>	<b>16 530 010</b>	<b>72 507</b>	<b>14 990</b>	<b>243</b>	<b>54 758</b>	<b>2 035</b>	<b>481</b>
<b>Sjøvegan</b>	<b>11 286 174</b>	<b>52 602</b>	<b>10 142</b>	<b>203</b>	<b>41 126</b>	<b>950</b>	<b>181</b>
<b>Skarnes</b>	<b>22 631 284</b>	<b>98 386</b>	<b>23 054</b>	<b>958</b>	<b>71 510</b>	<b>2 553</b>	<b>312</b>
<b>Skedsmo</b>	<b>228 932 941</b>	<b>1 083 703</b>	<b>151 356</b>	<b>7 457</b>	<b>872 263</b>	<b>44 993</b>	<b>7 634</b>
Lillestrøm	72 485 919	328 947	48 463	2 656	263 557	11 807	2 464
Skedsmokorset	51 102 763	249 612	31 962	1 486	203 569	10 880	1 715
Strømmen	105 344 259	505 143	70 930	3 315	405 137	22 307	3 454
<b>Ski</b>	<b>94 588 504</b>	<b>456 393</b>	<b>52 941</b>	<b>2 945</b>	<b>380 465</b>	<b>16 462</b>	<b>3 581</b>
<b>Skien</b>	<b>120 754 349</b>	<b>603 739</b>	<b>78 753</b>	<b>5 837</b>	<b>504 642</b>	<b>11 629</b>	<b>2 878</b>
<b>Skjervøy</b>	<b>8 381 665</b>	<b>37 438</b>	<b>7 306</b>	<b>101</b>	<b>28 704</b>	<b>1 101</b>	<b>227</b>
<b>Slommestad</b>	<b>74 381 509</b>	<b>376 074</b>	<b>41 963</b>	<b>2 098</b>	<b>319 778</b>	<b>10 246</b>	<b>1 989</b>
<b>Smøla</b>	<b>6 214 851</b>	<b>28 002</b>	<b>5 583</b>	<b>148</b>	<b>21 507</b>	<b>597</b>	<b>168</b>
<b>Sogndal</b>	<b>42 775 393</b>	<b>201 829</b>	<b>36 224</b>	<b>796</b>	<b>155 598</b>	<b>7 707</b>	<b>1 503</b>
<b>Sola</b>	<b>70 144 857</b>	<b>348 695</b>	<b>40 904</b>	<b>1 482</b>	<b>290 524</b>	<b>13 768</b>	<b>2 017</b>
<b>Sortland</b>	<b>63 493 826</b>	<b>295 747</b>	<b>53 352</b>	<b>1 232</b>	<b>228 855</b>	<b>10 163</b>	<b>2 144</b>
<b>Sotra</b>	<b>71 766 289</b>	<b>353 294</b>	<b>49 250</b>	<b>1 466</b>	<b>289 791</b>	<b>10 419</b>	<b>2 368</b>
<b>Stange</b>	<b>34 135 058</b>	<b>153 061</b>	<b>31 214</b>	<b>1 324</b>	<b>116 370</b>	<b>3 339</b>	<b>813</b>
<b>Stathelle</b>	<b>65 365 961</b>	<b>326 418</b>	<b>43 325</b>	<b>2 027</b>	<b>271 683</b>	<b>7 529</b>	<b>1 855</b>
<b>Stavanger</b>	<b>445 627 946</b>	<b>2 228 678</b>	<b>227 160</b>	<b>11 001</b>	<b>1 893 253</b>	<b>81 779</b>	<b>15 486</b>
Hillevåg	119 117 739	616 228	60 158	2 895	529 398	20 144	3 632
Hinna	44 318 562	225 969	17 978	887	196 221	9 027	1 857
Madla	108 555 271	553 221	52 037	2 760	476 322	18 039	4 063

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkohol- fritt <sup>5</sup>
Straensenteret	66 633 211	324 808	32 836	1 758	276 971	11 173	2 070
Verksgata	107 003 163	508 452	64 150	2 702	414 341	23 395	3 864
<b>Steigen</b>	<b>11 519 072</b>	<b>51 530</b>	<b>10 903</b>	<b>263</b>	<b>38 237</b>	<b>1 882</b>	<b>246</b>
<b>Steinkjer</b>	<b>92 121 880</b>	<b>396 261</b>	<b>90 455</b>	<b>2 612</b>	<b>289 585</b>	<b>11 609</b>	<b>2 000</b>
<b>Stjørdal</b>	<b>75 550 909</b>	<b>340 432</b>	<b>69 489</b>	<b>2 051</b>	<b>251 539</b>	<b>15 593</b>	<b>1 760</b>
<b>Stokmarknes</b>	<b>26 027 926</b>	<b>124 502</b>	<b>21 168</b>	<b>542</b>	<b>97 416</b>	<b>4 289</b>	<b>1 087</b>
<b>Stord</b>	<b>64 817 785</b>	<b>327 413</b>	<b>43 348</b>	<b>1 226</b>	<b>272 947</b>	<b>8 032</b>	<b>1 859</b>
<b>Storslett</b>	<b>24 763 869</b>	<b>109 029</b>	<b>23 163</b>	<b>443</b>	<b>80 921</b>	<b>3 743</b>	<b>759</b>
<b>Storsteinnes</b>	<b>15 744 940</b>	<b>69 150</b>	<b>14 974</b>	<b>200</b>	<b>50 573</b>	<b>3 007</b>	<b>396</b>
<b>Stranda</b>	<b>14 058 849</b>	<b>67 085</b>	<b>10 987</b>	<b>243</b>	<b>53 032</b>	<b>2 445</b>	<b>379</b>
<b>Stryn</b>	<b>29 850 578</b>	<b>135 959</b>	<b>23 886</b>	<b>576</b>	<b>103 572</b>	<b>6 512</b>	<b>1 413</b>
<b>Støren</b>	<b>22 523 232</b>	<b>93 360</b>	<b>24 004</b>	<b>431</b>	<b>65 356</b>	<b>3 156</b>	<b>412</b>
<b>Sund</b>	<b>9 673 522</b>	<b>44 912</b>	<b>8 648</b>	<b>164</b>	<b>34 772</b>	<b>1 074</b>	<b>254</b>
<b>Sunnalsøra</b>	<b>34 793 073</b>	<b>158 328</b>	<b>29 557</b>	<b>978</b>	<b>122 078</b>	<b>4 918</b>	<b>797</b>
<b>Surnadal</b>	<b>25 862 048</b>	<b>113 841</b>	<b>25 172</b>	<b>860</b>	<b>82 434</b>	<b>4 427</b>	<b>947</b>
<b>Svelvik</b>	<b>18 975 275</b>	<b>92 250</b>	<b>14 160</b>	<b>813</b>	<b>74 702</b>	<b>2 140</b>	<b>434</b>
<b>Svolvær</b>	<b>50 944 686</b>	<b>236 929</b>	<b>37 549</b>	<b>1 030</b>	<b>189 969</b>	<b>6 962</b>	<b>1 418</b>
<b>Sykkylven</b>	<b>18 727 797</b>	<b>90 168</b>	<b>14 442</b>	<b>286</b>	<b>71 757</b>	<b>3 227</b>	<b>457</b>
<b>Søgne</b>	<b>45 080 250</b>	<b>234 734</b>	<b>27 983</b>	<b>1 123</b>	<b>199 571</b>	<b>4 858</b>	<b>1 201</b>
<b>Sørumsand</b>	<b>23 760 022</b>	<b>112 006</b>	<b>18 192</b>	<b>795</b>	<b>87 141</b>	<b>5 152</b>	<b>727</b>
<b>Tofte</b>	<b>19 922 725</b>	<b>100 623</b>	<b>13 232</b>	<b>589</b>	<b>83 724</b>	<b>2 192</b>	<b>886</b>
<b>Tromsø</b>	<b>354 496 939</b>	<b>1 689 610</b>	<b>218 234</b>	<b>6 305</b>	<b>1 375 612</b>	<b>79 169</b>	<b>10 290</b>
Tromsdalen	88 167 688	426 544	57 612	1 324	350 429	14 838	2 341
Langnes	165 251 598	788 916	98 291	2 846	639 950	43 332	4 497
Tromsø sentrum	101 077 653	474 150	62 332	2 135	385 233	20 999	3 452
<b>Trondheim</b>	<b>736 948 312</b>	<b>3 465 838</b>	<b>490 846</b>	<b>21 825</b>	<b>2 757 178</b>	<b>175 698</b>	<b>20 291</b>
Bankkvartalet	79 172 644	362 124	53 821	2 045	260 819	42 863	2 576
Byhaven	68 137 152	315 466	51 579	2 338	248 395	10 770	2 384
Byåsen	66 586 983	323 503	37 763	1 952	265 295	16 372	2 121
City Syd	115 443 771	539 728	91 016	3 273	415 520	27 117	2 802
Heimdal	46 505 079	220 580	37 987	1 316	172 377	7 983	918
Lade	124 623 002	602 799	80 885	3 848	491 456	23 524	3 086
Nedre Elvehavn	80 092 475	375 089	49 475	2 056	305 155	16 068	2 335
Valentinlyst	156 387 205	726 548	88 320	4 997	598 162	31 001	4 068
<b>Trysil</b>	<b>31 011 525</b>	<b>132 331</b>	<b>27 035</b>	<b>1 053</b>	<b>98 688</b>	<b>4 552</b>	<b>1 003</b>
<b>Tvedestrand</b>	<b>40 473 630</b>	<b>209 865</b>	<b>25 243</b>	<b>1 139</b>	<b>178 534</b>	<b>3 449</b>	<b>1 500</b>
<b>Tynset</b>	<b>35 062 282</b>	<b>156 461</b>	<b>33 303</b>	<b>803</b>	<b>116 562</b>	<b>4 970</b>	<b>823</b>
<b>Tynes</b>	<b>8 040 778</b>	<b>39 409</b>	<b>6 406</b>	<b>156</b>	<b>31 867</b>	<b>801</b>	<b>179</b>
<b>Tønsberg</b>	<b>114 557 950</b>	<b>558 184</b>	<b>66 850</b>	<b>3 295</b>	<b>468 147</b>	<b>15 642</b>	<b>4 250</b>
<b>Ulefoss</b>	<b>11 679 367</b>	<b>55 819</b>	<b>10 529</b>	<b>372</b>	<b>43 483</b>	<b>1 205</b>	<b>231</b>
<b>Ullensaker</b>	<b>118 738 744</b>	<b>555 871</b>	<b>88 478</b>	<b>3 601</b>	<b>437 813</b>	<b>21 322</b>	<b>4 657</b>
Jessheim	74 955 822	350 493	55 626	2 130	276 494	12 948	3 295
Kløfta	43 782 922	205 378	32 853	1 472	161 319	8 373	1 362
<b>Ulsteinvik</b>	<b>42 494 754</b>	<b>197 874</b>	<b>33 374</b>	<b>980</b>	<b>154 432</b>	<b>7 437</b>	<b>1 652</b>
<b>Vadsø</b>	<b>22 404 035</b>	<b>105 119</b>	<b>17 462</b>	<b>461</b>	<b>81 308</b>	<b>5 057</b>	<b>831</b>
<b>Vanylven</b>	<b>4 815 655</b>	<b>22 242</b>	<b>4 846</b>	<b>98</b>	<b>16 828</b>	<b>409</b>	<b>62</b>

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvinn <sup>2</sup>	Svakvinn <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkohol- fritt <sup>5</sup>
Vardø	6 812 050	29 189	6 855	212	21 290	697	135
Vennesla	25 271 396	125 974	21 416	412	99 946	3 635	565
Verdal	36 268 868	153 136	38 970	1 189	107 362	5 030	584
Vestby	71 261 443	353 017	41 869	1 944	296 189	10 462	2 552
Son	21 281 591	108 388	9 845	549	94 820	2 482	692
Vestby	49 979 852	244 628	32 024	1 395	201 370	7 980	1 860
Vestnes	18 165 195	84 133	15 627	299	62 614	5 077	516
Vik i Hole, åpnet 6. april	14 458 763	72 447	8 947	466	60 517	1 915	600
Vik i Sogn	6 207 228	29 395	5 590	107	21 677	1 907	113
Vikersund	36 328 896	167 741	31 713	1 506	129 175	4 038	1 309
Vinje	16 278 399	72 996	14 644	480	55 636	1 945	292
Vinstra	34 195 247	147 419	33 515	915	109 103	3 103	782
Volda	28 052 645	137 950	20 543	640	109 275	6 540	952
Voss	66 052 040	316 392	46 532	1 492	255 991	10 483	1 895
Vågå	12 321 361	53 060	11 521	220	39 352	1 709	259
Ytre Enebakk	18 390 665	87 662	14 592	682	69 495	2 377	516
Ølen	19 228 143	88 602	18 863	333	67 023	1 843	538
Ørnes	23 081 123	103 924	21 351	411	76 166	5 024	972
Ørsta	31 444 918	152 960	24 100	517	120 727	6 616	1 000
Øyer	32 763 733	154 308	22 430	927	125 626	4 134	1 191
Åfjord	14 058 311	60 509	14 453	395	44 080	1 243	338
Ål	14 776 347	70 326	10 370	332	57 579	1 510	534
Ålesund	229 757 233	1 111 368	148 833	5 386	907 167	43 730	6 252
Moa	155 383 156	757 684	97 847	3 664	618 556	33 488	4 130
Ålesund sentrum	74 374 076	353 684	50 986	1 722	288 611	10 243	2 122
Ålgård	41 788 226	207 095	28 659	681	168 402	7 933	1 420
Åndalsnes	26 081 252	121 999	21 430	768	94 158	4 810	833
Årdal	16 745 740	75 238	14 863	306	57 005	2 626	437
Årnes	37 254 804	169 551	32 132	1 431	130 250	4 355	1 384
Ås	114 059 478	564 181	65 262	3 430	474 009	17 214	4 265
Vinterbro	82 349 129	407 891	46 154	2 492	345 434	11 029	2 781
Ås sentrum	31 710 349	156 290	19 108	938	128 575	6 185	1 484
<b>TOTALT</b>	<b>17 317 202 996</b>	<b>82 006 213</b>	<b>11 222 493</b>	<b>480 331</b>	<b>66 984 994</b>	<b>2 766 736</b>	<b>551 659</b>

**TABELL 6A GROSSISTENES MARKEDSANDEL 2018, TOTALT SALG (1 000 LITER)**

Grossist	2018	Andel
Arcus Wine Brands	4 636	5,7 %
Arcus Norway AS	3 461	4,2 %
Pernod Ricard Norway AS	3 111	3,8 %
Symposium Wines AS	2 734	3,3 %
Fondberg AS	2 659	3,2 %
Einar A Engelstad AS	2 647	3,2 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 087	2,5 %
Excellars AS	2 016	2,5 %
Winepartners Nordic AS	1 924	2,3 %
Concha y Toro Norway AS	1 845	2,3 %
Robert Prizelius AS	1 779	2,2 %
Moestue Grape Selections AS	1 763	2,1 %
Altia Norway AS	1 728	2,1 %
Winery AS	1 627	2,0 %
Diageo Norway AS	1 609	2,0 %
Andre	46 380	56,6 %
<b>TOTALT</b>	<b>82 006</b>	<b>100,0 %</b>

**TABELL 6C GROSSISTENES MARKEDSANDEL 2018, SVAKVIN<sup>5</sup> (1 000 LITER)**

Grossist	2018	Andel
Arcus Wine Brands	4 636	6,9 %
Symposium Wines AS	2 733	4,1 %
Einar A Engelstad AS	2 638	3,9 %
Fondberg AS	2 631	3,9 %
Pernod Ricard Norway AS	2 176	3,2 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 077	3,1 %
Excellars AS	1 959	2,9 %
Winepartners Nordic AS	1 924	2,9 %
Concha y Toro Norway AS	1 845	2,8 %
Moestue Grape Selections AS	1 709	2,6 %
Winery AS	1 627	2,4 %
Interbrands Norway AS	1 601	2,4 %
VCT Norway AS	1 585	2,4 %
Grape Company AS	1 498	2,2 %
Autentico AS	1 482	2,2 %
Andre	34 862	52,0 %
<b>TOTALT</b>	<b>66 985</b>	<b>100,0 %</b>

**TABELL 6B GROSSISTENES MARKEDSANDEL 2018, BRENNEVIN<sup>1</sup> (1 000 LITER)**

Grossist	2018	Andel
Arcus Norway AS	3 420	30,5 %
Diageo Norway AS	1 609	14,3 %
Robert Prizelius AS	1 025	9,1 %
Pernod Ricard Norway AS	832	7,4 %
Altia Norway AS	744	6,6 %
Edrington Norway AS	352	3,1 %
Bacardi Norge AS	349	3,1 %
Oplandske Spritfabrik ANS	305	2,7 %
Vectura AS	277	2,5 %
Interbev AS	236	2,1 %
Wiig Spirits AS	223	2,0 %
Interbrands Spirits Norway AS	185	1,6 %
Engelstad Spirits AS	176	1,6 %
Vinetum AS	118	1,1 %
Spivi AS	118	1,0 %
Andre	1 253	11,2 %
<b>TOTALT</b>	<b>11 222</b>	<b>100,0 %</b>



## English summary

**VINMONOPOLET IS** a state-owned company and has the exclusive rights to sell beverages with an alcohol content greater than 4.7 volume per-cent through retail outlets in Norway. Vinmonopolet was established not to generate profit but to ensure responsible sales of alcohol. Our goal is to run a chain of efficient and customer friendly stores that focus on social responsibility.

**TOTAL SALES** volume in 2018 was 82 million liters, an increase of 2 % versus 2017. Wine increased by 2 %, while beer and non-alcoholic beverages decreased

by 14 %. The sales volume of fortified wine continues to decline and was down by 4 % in 2018.

**THE NORWEGIAN** consumption of wine continues to be dominated by red wine, even though we see a shift towards white and lighter wines, reflecting a move towards a more “European” consumer behavior. This trend is especially noticeable in the Oslo area. The preference for red wine may be due to climatic factors. A recent trend is that rosé wine is sold throughout the year. Red wine from Italy continue to be our

bestseller, though not as dominant as before, followed by wine from France and Spain.

**SALES REVENUE** in 2018 was 13,9 MNOK, excluding VAT. Net Profit Before Tax was 151,2 MNOK, compared to 147,2 MNOK in 2017. Vinmonopolet pays dividend of 50 % of the Profit After Tax to our owner, amounting to 65 MNOK in 2018. Payable Tax was 37,7 MNOK. Vinmonopolet had 331 retail outlets in operation in 2018 and employed 1 847 full- and part-time employees equivalent to 1 158 full-time employees. ■





# 2018 HIGHLIGHTS



**82 million litres sold**

This is equivalent to 12.5 million litres of pure alcohol. Even though the sales volume increased from 2017, the increase was slight when converted into pure alcohol. This is due to the trend of low-alcohol and alcohol-free products along with a decrease in sales of spirits.



**2 498 932**

SHOWED ID WITHOUT BEING ASKED IN OUR STORES.  
IN TOTAL, WE CHECKED THE AGE OF 93 % OF OUR CUSTOMERS BETWEEN THE AGES OF 18 AND 25.

**SIX AUCTIONS**

4 378 objects

93 % share sold



AMFORI BSCI MEMBER AWARD

**WINNER OF THE  
“EXCELLENCE” CATEGORY**

BECAUSE WE HAVE “COMPLETED OUR SUSTAINABILITY EFFORTS IN AN EXCEPTIONAL WAY”.



**WINNER OF IPSOS’  
REPUTATION AWARD**



**331  
STORES**



**460  
WHOLESALERS**



**24 354**  
PRODUCTS AVAILABLE  
FROM 85 COUNTRIES



**1 848**  
EMPLOYEES  
66 % WOMEN, 34 % MEN

**SALES REVENUE**  
**NOK 13 861 mill.**  
 (INCLUDING ALCOHOL TAX, EXCLUDING VAT)



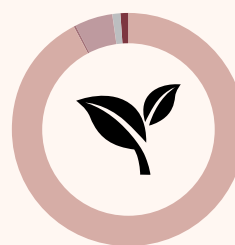
**33,4 %**  
 OF THE WINE BOTTLES SOLD  
 WERE ENVIRONMENTALLY SMART

**85,7 %**  
 HAVE A VERY GOOD OR SOMEWHAT  
 GOOD IMPRESSION OF VINMONOPOLET.  
 THIS PLACES US AT THE TOP OF  
 KANTAR TNS REPUTATION RANKING FOR  
 THE SIXTH YEAR RUNNING.



WE CONDUCTED 25 AUDITS  
 IN RISK COUNTRIES AND HELD TRAINING  
 PROGRAMS FOR THE FIRST TIME ON ETHICAL  
 TRADE IN SOUTH AFRICA.

**OUR CARBON FOOTPRINT**  
 (AREAS INVOLVING EMISSION OF CLIMATE GASES)



- PACKAGING 92,4 %
- WASTE 0,2 %
- ENERGY USE 5,3 %
- INTERNAL TRANSPORT 1,0 %
- PLASTIC BAGS 1,1 %



From 1 October until the end of the  
 year we raised **2,7 million NOK** for  
 “**Handelens Miljøfond**” (environmental fund)  
 through sales of plastic bags.



**74 828**  
 hours of employee training  
 completed.



**116 CUSTOMER  
 WINE COURSES**  
 held with **2 857** participants.



**15 YEARS**  
 AVERAGE TENURE



**34,7 mill.**  
 STORE CHECKOUTS



**231 766**  
 ONLINE ORDERS,  
 25% INCREASE FROM 2017



**13 %**  
 SALES INCREASE FROM  
 ALCOHOL-FREE PRODUCTS

# Key figures

Sales (1,000 liter)	2018	2017	2016	2015
Table wine	66 985	65 744	66 402	65 899
Fortified wine	480	500	522	572
Spirits	11 222	11 208	11 306	11 191
Other products	3 319	3,228	3,074	2,812
<b>TOTAL</b>	<b>82 006</b>	<b>80 680</b>	<b>81 304</b>	<b>80 474</b>
<b>REVENUE AND RESULTS (NOK mill)</b>				
Gross sales revenue (incl VAT)	17 326,3	16 785,8	16 573,0	15 991,0
Operating revenues	13 883,4	13 444,4	13 269,4	12 805,7
Operating profit	151,2	147,2	179,2	139,5
Net profit before tax	168,1	167,1	199,4	161,4
<b>CAPITAL</b>				
Assets (NOK mill)	3 629,4	3 695,9	3 791,6	3 723,4
Shareholder's equity (NOK mill)	718,7	796,1	828,6	552,7
Equity to assets ratio (%)	19,8	21,5	21,9	14,8
<b>PROFITABILITY (%)</b>				
Gross profit ratio <sup>1</sup>	12,8	12,6	12,7	12,8
Operating margin <sup>2</sup>	1,2	1,2	1,5	1,3
Return on assets <sup>3</sup>	4,5	4,5	5,4	4,4
Return on shareholder's equity <sup>4</sup>	21,7	24,8	30,9	31,8
<b>LIQUIDITY</b>				
Current ratio <sup>5</sup>	159,1	159,1	151,6	152,5
Working capital (NOK mill) <sup>6</sup>	1 137,1	1 175,8	1 119,7	1 074,8
<b>EMPLOYEES</b>				
Total permanent employees at Dec 31	1 848	1 815	1 812	1 857
Of which: Full time	637	662	666	644
Part time	1 211	1 153	1 146	1 213
Equivalent full time employees	1 158	1 143	1 152	1 152
Retail outlets at Dec 31	331	323	315	306

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

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

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

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

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

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



