

PUOLIVUOSIKATSAUS

1.1.–30.6.2019





ALKON PUOLIVUOSIKATSAUS

- Kansallisessa asiakaspalvelututkimuksessa (KAP) Alkon yleisarvosana oli historiallisen korkea (8,63).
- Alko kehitti digitaalisia palveluitaan kehittääkseen asiakaskokemusta edelleen. Osana tätä työtä maaliskuussa 2019 lanseerattiin Alko-mobiilisovellus.
- Alkuvuonna avattiin uusi myymälä Tampereen Tesomalle ja 13 uutta verkkokaupan noutopistettä. Myymälöitä on yhteensä 360 ja noutopisteitä 79.
- Alko hyödyntää Neuvonantajat-asiakasraatiaan aktiivisesti myymälöiden ja digitaalisten palveluiden kehittämisessä. Esimerkiksi Alko-sovellusta testasi yli 1 000 asiakkaan joukko.
- Alko nousi Sustainable Brand Index -tutkimuksen tuloslistalla sijalle 16 parantaen eniten mainettaan vastuullisena toimijana Suomessa (nousua 27 sijaa).
- Vastuullisuusteot näkyivät Alkon kanavissa alkuvuodesta 2019. Ei tippa, vaan tapa ja ikärajavalvonnan teemaviikkojen tavoitteena on herättää keskustelua alkoholinkäyttöön liittyvistä tavoista ja tilanteista. Kesäkuussa lanseerattiin Välivesi, jolla muistutetaan suomalaisia vedenjuonnin tärkeydestä.
- Alkon tammi-kesäkuun myyntiin ja tulokseen vaikuttavat vuoden 2018 alussa asteittain voimaan tulleet alkoholilain muutos sekä vuosina 2018 ja 2019 toteutetut alkoholiveronkorotukset.
- Myynti tammi-kesäkuussa oli 38,6 miljoonaa litraa (40,4 miljoonaa litraa*), mikä oli 4,6 % vähemmän kuin edellisvuonna.
- Alkoholijuomaverollinen liikevaihto oli 531,8 miljoonaa euroa (539,2 miljoonaa euroa), joka oli 7,4 miljoonaa euroa (-1,4 %) vähemmän kuin edellisenä vuonna. Alkoholijuomaveroton liikevaihto oli 255 miljoonaa euroa (259,4 miljoonaa euroa).
- Liikevoitto oli 11,5 miljoonaa euroa (20,1 miljoonaa euroa) ja tilikauden voitto oli 9,3 miljoonaa euroa (16,3 miljoonaa euroa). Liikevoiton muutokseen vaikuttavat alkoholilain muutos, alkoholiveron korotukset, investoinnit digitaalisiin palveluihin ja myymälöihin sekä kasvaneet henkilöstökulut.

* Suluissa vertailulukuna tammi-kesäkuu 2018

TOIMITUSJOHTAJALTA

“Vuoden 2019 alusta voimaan tullut uusi strategiamme vie vastuullista toimintaa ja asiakaskokemusta entistä kunnianhimoisempaan suuntaan. Toimintamme kulmakiviä ovat maailmanluokan asiakaspalvelu, vastuullisuus, innostunut työyhteisö sekä ketteryys ja tehokkuus.

Asiakaskokemuksen osalta ensimmäinen vuosipuolisko 2019 sujui hyvissä merkeissä. Huhtikuussa julkaistussa Kansallinen asiakaspalvelupalaute -tutkimuksessa tarjosimme kaupan alan parasta asiakaspalvelua kahdeksatta vuotta peräkkäin.



Olemme läpi historiamme kuunnelleet herkällä korvalla asiakkaidemme muuttuvia tarpeita. Kehitämme monikanavaista asiakaskokemusta monin tavoin. Maaliskuussa 2019 lanseerasimme mobiilisovelluksen. Sovelluksen avulla asiakas voi vaivatta tutkailla koko tuotevalikoimaa, etsiä lähimmän myymälän, tehdä muistiinpanoja ja omia listoja tuotteista sekä tilata tuotteita valikoimasta.

Vastuullisuus näkyy arjessamme muun muassa tinkimättömässä myynninvalvonnassa, vastuullista alkoholinkäyttöä tukevista teemoista ja hankkeista, eettisistä toimintatavoista, vastuullisesta hinnoittelusta ja tuoteturvallisuuden takaavana hankintaprosessina.

Pyrimme omalta osaltamme hillitsemään ilmastonmuutosta ja tekemään asiakkaiden vastuulliset valinnat mahdollisimman helpoiksi. Tavoitteenamme on tunnistaa ja vähentää tuotteiden hankintaketjussa syntyviä merkittäviä ympäristövaikutuksia.

Alkoholilain myötä muuttunut toimintaympäristö ja sen vaikutukset näkyvät toiminnassamme tänä vuonna täysimääräisesti. Laki tuli voimaan vuoden 2018 alussa asteittain. Lakimuutosten myötä kaikki enintään 5,5-prosenttiset alkoholijuomat tulivat myyntiin noin 5000 vähittäiskaupan pisteeseen. Tämän johdosta litramyyntimme on laskenut. Lisäksi litramyyntiä on laskenut alkoholiveronkorotukset. Veroa korotettiin vuoden 2018 alussa keskimäärin 10 prosenttia ja vuoden 2019 alussa keskimäärin 2,5 prosenttia.

Myimme ensimmäisen vuosipuoliskon 2019 aikana yhteensä 38,6 miljoonaa litraa (40,4 miljoonaa litraa) juomia. Alkoholijuomaverollinen liikevaihtomme oli 531,8 miljoonaa euroa (539,2 miljoonaa euroa).

Liikevoitto laski alkuvuonna ennustetusti vuodesta 2018. Liikevoiton muutokseen vaikuttavat myyntivolyymin aleneminen, viime alkuvuoden tulosta parantavien kertaluonteisten erien puuttuminen, investoinnit digitaalisiin palveluihin ja myymälöihin sekä lisääntyneiden aukiolojen ja myymälämuutosten myötä kasvaneet henkilöstökulut.

Kehitämme edelleen toimintamalliamme ja taustaprosessejamme ja huolehdimme tehokkuudesta kaikessa tekemisessämme. Näin varmistamme liiketoiminnan kannattavuuden kiristyvässä toimintaympäristössä. Kehityspanostukset ovat painottuneet vuoden 2019 alkupuolelle, ja kustannukset vuoden loppupuoliskolla ovat maltillisempia.

Leena Laitinen

Toimitusjohtaja

Tulevaisuuden näkymät

Alkon toimintaympäristöön vaikuttavat vuoden 2018 alkoholilainmuutos sekä vuosina 2018 ja 2019 toteutetut alkoholiveronkorotukset. Pääministeri Antti Rinteen hallitusohjelmaan on kirjattu, että alkoholiveroa korotetaan toimintaympäristön niin salliessa. Viro toteutti oluiden ja väkevien alkoholijuomien alkoholiveron alennuksen heinäkuun alussa. Latvian hallitus päätti laskea vahvojen alkoholijuomien verotusta elokuun alusta. Aiempien kokemusten perusteella alennus saattaa vaikuttaa alkoholin matkustajatuontiin.

Terveyden ja hyvinvoinnin trendi jatkuu ja kuluttajat ovat entistä kiinnostuneempia esimerkiksi alkoholittomista ja vastuullisesti tuotetuista juomista. Alko kehittää aktiivisesti tuotevalikoimaansa tältäkin osin.

Alko ottaa toiminnassaan huomioon myös yleisen taloudellisten näkymien hiipumisen mahdollisuuden. Toimintaa tehostamalla yhtiö pystyy säilyttämään tuloskuntonsa myös tulevaisuudessa.

Alkoholin kokonaiskulutus on laskenut vuodesta 2007 lähtien, mutta kulutuksen lasku katkesi vuonna 2018 ja kääntyi lievään nousuun. Tammi-huhtikuussa 2019 kotimaan kulutus absoluuttisena alkoholina laski 0,2 prosenttia edellisvuodesta. Alkoholilain muutosten lopullisten vaikutusten arviointi on mahdollista vasta useamman vuoden seurannan jälkeen.

Palveluverkosto

Alko tarjoaa erinomaista ja asiantuntevaa palvelua Hangosta Nuorgamiin kattavan palveluverkoston kautta. Kesäkuun lopussa myymälöitä oli 360 ja noutopisteitä 79. Tämän lisäksi asiakkaita palvelee Alkon verkkokauppa. Maaliskuussa 2019 lanseerattu mobiilisovellus helpottaa asiointia verkkokaupassa ja tuo tuotteista lisätietoja asiakkaalle.

Pienimmissä Alkon myymälöissä on 350–600 tuotetta ja isoimmissa jopa 2 200–3 000 tuotetta. Myymälämme toimivat myös verkkokaupan noutopisteinä, ja asiakkaalla on verkkokaupan myötä käytössään koko valikoima, jossa oli kesäkuussa noin 8 000 tuotetta. Tilauksen voi noutaa myymälästä tai verkkokaupan noutopisteestä.

Maaliskuussa avattiin uusi myymälä Tampereen Tesomalle. Verkkokaupan noutopisteitä avattiin 13 ympäri Suomen. Syksyllä yhtiö avaa verkostonsa uusimman myymälän Helsingin Pasilaan rakentuvaan kauppakeskuksen, rautatieaseman sekä toimisto- ja asuinkorttelit yhdistävään Triplaan.

Alkuvuodesta yhtiö on remontoanut 28 myymälää niin toiminnallisesti kuin myymäläilmeeltään. Uusituissa myymälöissä, joita on kaikkiaan nyt 100, on asiakkaiden entistä helpompi asioida ja henkilöstöllä on hyvät puitteet työskennellä ja palvella asiakkaita.

Talous

Alko pyrkii strategiansa mukaisesti ketterään ja tehokkaiseen toimintaan. Litramyynti on laskenut vuodesta 2018, mikä johtuu alkoholilain muutoksista ja veronkorotuksista. Yhtiö ottaa toiminnassaan ja liiketoiminnan johtamisessa huomioon laskevan myynnin, ja vuoden loppuun mennessä kulujen ennakoidaan olevan linjassa liikevaihdon kehityksen kanssa. Vuoden 2019 tuloksen arvioidaan jäävän vuoden 2018 tasosta, mutta yltävän ennustetulle tasolle.

Alkoholijuomamaverollinen liikevaihto oli 531,8 miljoonaa euroa (539,2 miljoonaa euroa), joka oli 74 miljoonaa euroa vähemmän kuin edellisvuonna vastaavana ajanjaksona. Alkoholijuomamaveroton liikevaihto oli 255 miljoonaa euroa (259,4 miljoonaa euroa). Alkoholilain muutos ja veronkorotukset vaikuttavat laskevasti alkuvuoden liikevaihtoon, mutta positiivisena jatkunut keskihinnan kehitys korvasi osan volyymlaskun vaikutuksesta. Liiketoiminnan muut tuotot olivat 0,9 miljoonaa euroa (1,0 miljoonaa euroa).

Palkat ja palkkiot henkilöstösivukuluineen olivat 42,7 miljoonaa euroa (41,6 miljoonaa euroa). Henkilöstökulujen lievä kasvu johtuu kevään TES-korotuksista, edellisvuotta pidemmästä aukiolosta tammi-helmikuussa sekä viime ja tämän vuoden aikana avatuista myymälöistä. Liiketoiminnan muita kuluja oli 28,4 miljoonaa euroa (27,9 miljoonaa euroa). Kulujen kasvuun vaikuttivat vuokrien indeksikorotukset sekä digitaalisten palveluiden ja myymälöiden kehittäminen.

Liikevoitto oli 11,5 miljoonaa euroa (20,1 miljoonaa euroa) ja tilikauden voitto oli 9,3 miljoonaa euroa (16,3 miljoonaa euroa). Liikevoitto on kehittynyt alkuvuonna ennustetun mukaisesti. Liikevoiton muutokseen vaikuttavat alkoholilain muutos, alkoholiveron korotukset, investoinnit digitaalisiin palveluihin ja myymälöihin sekä kasvaneet henkilöstökulut.

Taseen loppusumma oli hyvin lähellä edellisvuoden tasoa ollen 222,3 miljoonaa euroa (221,5 miljoonaa euroa). Omavaraisuusaste oli 38,4 prosenttia (39,0 prosenttia).

Verotus ja hinnat

Alkoholiveroa korotettiin vuoden 2019 alussa. Korotus koski kaikkia alkoholijuomaryhmiä ja oli suuruudeltaan keskimäärin 2,5 prosenttia. Arvonlisävero ei muuttunut. Alkon tuotehinnat muuttuivat tammikuun alussa pääasiallisesti veronkorotuksen ja sen lisäksi tavarantoimittajien tekemien hinnankorotusten vuoksi.

Avainluvut

	1-6/2019	1-6/2018	Muutos (%)	1-12/2018
Liikevaihto, m€	531,8	539,2	-1,4	1 153,7
Liikevaihto ilman alkoholijuomaveroa, m€	255,0	259,4	-1,7	564,3
Liikevoitto, m€	11,5	20,1	-42,8	46,0
Kauden voitto, m€	9,3	16,3	-42,9	37,0
Oman pääoman tuotto, %	21,1	37,9		41,8
Omavaraisuusaste, %	38,4	39,0		34,8
Taseen loppusumma, m€	222,3	221,5	0,4	261,8
Investoinnit käyttöomaisuuteen, m€	4,3	5,0	-14,0	10,1
Henkilöstön keskimääräinen lukumäärä kauden aikana	2 457	2 387	2,9	2 452

Myynti tuoteryhmittäin

	1-6/2019 (1 000 l)	1-6/2018 (1 000 l)	Muutos (%)
Vodkat ja viinat	6 215	6 410	-3,0
Muut väkevät	3 373	3 421	-1,4
Väkevät viinit	955	1 009	-5,4
Punaviinit	9 918	10 550	-6,0
Valkoviinit	10 013	10 284	-2,6
Kuohuviinit	2 736	2 787	-1,8
Roseeviinit	739	638	13,1
Muut miedot viinit	505	612	-15,4
Siiderit	236	265	-11,2
Longdrinkit	1 219	1 471	-17,1
Oluet	2 454	2 776	-11,6
Alkoholittomat	239	223	7,1
Yhteensä	38 601	40 447	-4,6
Yhteensä 100 % alkoholina	6 731	6 987	-3,7

Myynti

Alkon myyntivolyymi tammi-kesäkuussa oli 38,6 miljoonaa litraa, mikä oli 4,6 prosenttia vähemmän kuin edellisvuonna (40,4 miljoonaa litraa). Tuoteryhmistä roseeviinien (13,1 %) ja alkoholittomien (7,1 %) tuotteiden litramyynti kasvoi edellisestä vuodesta. Muiden tuoteryhmien litramyynti laski.

Alkon valikoimaan tulee noin 3 000 uutta tuotetta vuosittain, uutuuksia viikoittain. Valikoimassa oli kesäkuussa noin 8 000 tuotetta, joista viinejä noin 5 100, väkeviä 1 600, panimotuotteita 1 100, alkoholittomia 150 ja oheistuotteita 100. Koko valikoima on ostettavissa Alkon verkkokaupasta.

Asiakaskokemus

Asiakaskokemuksen osalta ensimmäinen vuosipuolisko 2019 oli erinomainen. Huhtikuussa julkaistussa Kansallinen asiakaspalvelupalaute -tutkimuksessa yhtiö sai historiansa korkeimman arvosanan (8,63) ja on kaupan alan paras asiakaspalvelija. Alko on ollut palvelultaan kaupan alan paras vuodesta 2012 lähtien.

Alko mittaa asiakkaiden valikoimatytyväisyyttä kahdesti vuodessa toteutettavalla Valikoimatytyväisyystutkimuksella, jonka tulos oli sekin historiansa korkein (8,55 asteikolla 4-10).

Huomioidakseen asiakkaiden toiveet ja tarpeet entistä paremmin Alko lanseerasi Miten onnistuimme

-kampanjat. Niiden aikana kerätään tehostetusti asiakkaiden mielipiteitä palvelusta. Ensimmäinen kysely toteutettiin helmikuussa 2019. Monet toiveet koskivat asiakkaan oman myymälän tuotevalikoimaa. Palautteen pohjalta yhtiö lanseerasi myymälöihinsä asiakastoive-hyllypuhujan. Se kertoo, että tuote on asiakkaan toivoma kyseiseen myymälään ja kannustaa esittämään toiveita myymälähenkilöstölle.

Monikanavaista asiakaskokemuksen kehittämistä jatkettiin alkuvuodesta 2019. Alko lanseerasi oman mobiilisovelluksen, josta asiakas voi helposti etsiä tuotteita, nähdä tuotteiden myymäläsaatavuuden ja tallentaa makumuistojaan. Sovellus on saanut asiakkailta hyvän vastaanoton.

Verkkokauppa ja myymälät ovat entistä yhteen nivoutuneimpia, sillä alkuvuoden aikana Alkon myymälöissä tehtiin yhdessä asiakkaiden kanssa yli 5 000 verkkokauppatilautusta.

Vastuullisuus

Vastuullisuusteot näkyviksi sidosryhmille

Vahva työ vastuullisen asiakaspalvelun, laadukkaiden tuotteiden sekä ruoka- ja juomakulttuurin edistämiseksi jatkuu. Tavoitteena on tukea asiakkaan ostopäätöstä entistä kattavammilla hankintaketjutiedoilla. Vastuullisuus on mukana jokaisen alkolaisen työssä ja tavoitteissa. Yhtiön toiminnassa otetaan huomioon luonnonvarojen järkevä käytön ja ympäristönsuojelun vaatimukset.

Alkon vastuullisuustyön keskiössä on alkoholihaittojen vähentäminen. Vuoden 2019 aikana keskityttiin lasten ja nuorten hyvinvoinnin sekä päihteettömän työelämän edistämiseen. Samanaikaisesti huolehditaan myynninvalvonnasta siten, että alkoholia ei myydä alaikäisille, päihtyneille tai välitykseen.

Ikärajavalvonnan onnistumista mitataan Mystery Shopping -havainnointimenetelmällä. Vuoden 2019 aikana myymälöihin tehdään yhteensä yli 1 400 käyntiä. Kesäkuussa päättyneen toisen asiointikierroksen jälkeen tulos oli 96,7 prosenttia (vuoden 2019 tavoite oli 93 prosenttia). Prosenttiluku kuvaa sitä, kuinka suurelta osalta nuorista koeostajista kysytään henkilötodistus.

Toukokuussa toteutetuilla myynninvalvonnan tehoviikoilla aktivoitiin nuoria asiakkaita näyttämään oma-aloitteisesti henkilöllisyystodistus. Aiempien vuosien tapaan myynninvalvonnan tehoviikot uusitaan elokuussa ennen koulujen alkua samalla #todistaikäsi-teemalla.

Muita vastuullisuusteemoja olivat kevään Ei tippa, vaan tapa -teemaviikot ja Väliveden lanseeraus. Teemat tukevat Alkon perustehtävää ja herättelevät keskustelemaan oman alkoholinkäytön kohtuullisuudesta sekä sen vaikutuksista omaan terveyteen tai läheisten hyvinvointiin.

Alko on pääyhteistyökumppani Suomen Olympiakomitean Anna nuorelle siivet -kampanjassa. Kampanjan avulla tuetaan nuorten urheiluharrastamista opiskelun ohessa.

Maaliskuussa järjestettiin henkilöstöjohtamisen ammatillisille Selvästi hyvää työtä -ohjelman mukainen Puhetta alkoholista työelämässä -miniseminaari. Tilaisuuden tavoitteena oli kannustaa yrityksiä varhaiseen puhekesiotoon sekä hyödyntämään päihdeohjelmaa päihdehaittojen ennaltaehkäisyssä.

Toukokuussa Alko oli mukana valtakunnallisilla Päihdepäivillä yhteistyössä Kehitysvammaliiton kanssa. Osallistumisen tavoitteena oli lisätä tietoisuutta FASD (Fetal Alcohol Spectrum Disorders) -oireyhtymästä, joka aiheutuu odottavan äidin raskauden aikaisesta alkoholinkäytöstä.

Vastuullisuustyö ulottuu kansainvälisiin hankintaketjuihimme

Alko tekee tiivistä yhteistyötä tavarantoimittajien, pohjoismaisten alkoholimonopoliin, kansainvälisen vastuullisuusjärjestö Amforin sekä muiden sidosryhmien kanssa huolehtiakseen eettisistä ja kestävästä toimintatavoista.

Hankintaketjun toimintaperiaatteita on koulutettu Etelä-Amerikassa, Etelä-Afrikassa ja Etelä-Euroopassa sekä tavarantoimittajatilaisuuksissa Suomessa. Viime vuoden loppuun mennessä kaikkien juomatoimittajien piti suorittaa vastuullisuuden verkkokoulutus eettisten toimintaperiaatteiden integroimisesta omaan liiketoimintaan. Koulutuksen suoritus oli sopimusehtoinen. Koulutuksen suorittamatta jättäminen johti kuuden yhteistyösopimuksen irtisanomiseen.

Hanapakkauksien kierrätysmahdollisuus yli 200 Alkon myymälässä

Alkon hanapakkauksien sisäpussien ja viinipussien kierrätysmahdollisuutta on laajennettu asiakkaiden toiveiden perusteella. Kierrätyksen piirissä on 205 Alkon myymälää.

Vihreä valinta -tuotteiden myynti* tammi-kesäkuussa (suluissa 2018 tammi-kesäkuu):

luomu	5 231 074 litraa (3 096 835 litraa)
biodynaaminen	146 632 litraa (80 953 litraa)
vegaaninen	3 213 351 litraa (686 375 litraa)
ympäristövastuullinen pakkaus	3 524 908 litraa (1 549 736 litraa)
alkuviinit	64 304 litraa (14 681 litraa)
paikallisen kestävän kehityksen sertifioidin saaneet viinit	5 339 995 litraa (2 411 753 litraa)

* Samalla tuotteella saattaa olla useampia eri Vihreä valinta -attribuutteja. Siten näitä myyntilitroja ei pidä laskea yhteen.



Alko osallistui kesäkuussa viinintuotannon paikalliseen kestävä kehityksen sertifiointiin ja luomutuotantoon tutustumiseen keskittyvään matkaan itävaltalaisille viinitiloille. Matka oli osa pohjoismaista vastuullisuusyhteistyötä.

Yhdessä pohjoismaisten alkoholimonopolioiden kanssa on teetetty tutkimus alumiinipakkausten ympäristö- ja ilmastovaikutuksista. Tutkimus on jatkoa vuonna 2018 tehtyyn muut pakkausmateriaalit kattaneeseen tutkimukseen. Tulosten avulla pystytään täydentämään eri pakkausmateriaalien CO₂-kuormituksesta käytettävää tietoa tavarantoimittaja- ja asiakasviestinnässä sekä tuotevalikoiman kehittämisessä.

Alko solmi toukokuussa uuden ympäristökumppanuussopimuksen Pidä Saaristo Siistinä (PSS) ry:n kanssa. Sopimuksen mukaisesti Alko tukee PSS:n rantojen siivous- ja roskadata-mobiilisovelluksen kehitystä ja ylläpitoa Väliveden myyntituotoilla.

Henkilöstö

Pitkäjänteinen työ henkilöstön osaamisen ja palvelun kehittämiseksi jatkuu. Alkon strategisena tavoitteena on olla Suomen paras palveluyritys ja suunnannäyttävä parhaan asiakaskokemuksen tarjoamisessa. Osaava ja työstään innostunut henkilöstö varmistaa onnistuneet asiakaskohtaukset sekä vastuullisen ja tehokkaan toiminnan.

Yhtiö panostaa vahvasti henkilöstön osaamisen kehittämiseen. Strategiapäivityksen myötä vuosi 2019 käynnistyi koko henkilöstön verkkostrategiapelillä. Kaikki lähes 2500 alkolaista läpi Suomen saivat mahdollisuuden keskustella strategiasta ja sen näkymisestä omassa arjessa.

Tuote- ja palveluosaamista vahvistetaan ajankohtaisin sesonkikoulutuksin sekä syventävin jatkotason koulutuksin. Vuoden alussa käynnistettiin myös Alkon myyjien kehitysohjelma, jonka tavoitteena on tarjota esimiestyöstä kiinnostuneille myyjille mahdollisuus esimiesvalmennukseen ja käytännön harjoitteluun.

Vastuullisuus ja eettisyys ovat selkeitä trendejä ja entistä merkittävämpi ostokriteeri myös asiakkaille. Myymälähenkilöstölle tarkoitetuissa jatkotason koulutuksissa näkyvätkin entistä enemmän vastuullisuuden teemat, kuten vihreät valinnat.

Henkilöstön keskimääräinen lukumäärä kauden aikana

1-6/2019	1-6/2018	Muutos (%)
2 457	2 387	2,9

Lisätietoja

TOIMITUSJOHTAJA

Leena Laitinen, p. 020 711 5745

VIESTINTÄJOHTAJA

Maritta Iso-Aho, p. 020 711 5443

Liitteet

- 1 Tuloslaskelma ja tase
- 2 Rahavirtalaskelma

TULOSLASKELMA JA TASE

Alko Oy

TULOSLASKELMA, FAS	EUR Konsernivaluutta	1.1.-30.6.2019	1.1.-30.6.2018	1.1.-31.12.2018
LIIKEVAIHTO		531,8	539,2	1 153,6
Liiketoiminnan muut tuotot		0,9	1,0	2,0
Materiaalit ja palvelut		-446,3	-447,6	-959,0
Henkilöstökulut		-42,7	-41,6	-87,4
Poistot ja arvonalentumiset		-4,1	-3,3	-6,9
Liiketoiminnan muut kulut		-28,2	-27,6	-56,3
LIIKEVOITTO (-TAPPIO)		11,5	20,1	46,0
Rahoitustuotot ja -kulut		0,2	0,3	0,4
VOITTO (TAPPIO) ENNEN VEROJA		11,7	20,4	46,4
Tilinpäätössiirot				
Tuloverot		-2,3	-4,1	-9,3
TILIKAUDEN VOITTO/TAPPIO		9,3	16,3	37,0

TASE, FAS	EUR Konsernivaluutta	30.6.2019	30.6.2018	31.12.2018
VASTAAVAA				
PYSYVÄT VASTAAVAT				
Aineettomat hyödykkeet		4,4	5,3	5,2
Aineelliset hyödykkeet		16,2	13,6	15,1
Sijoitukset		31,1	31,2	31,2
PYSYVÄT VASTAAVAT		51,7	50,1	51,5
VAIHTUVAT VASTAAVAT				
Vaihto-omaisuus		71,5	67,9	76,5
Pitkäaikaiset saamiset		1,7	1,7	1,7
Lyhytaikaiset saamiset		15,7	13,0	15,2
Rahat ja pankkisaamiset		81,6	88,7	116,8
VAIHTUVAT VASTAAVAT		170,6	171,3	210,3
VASTAAVAA		222,3	221,5	261,8

VASTATTAVAA				
OMA PÄÄOMA				
Osakepääoma		16,8	16,8	16,8
Muut rahastot		1,5	1,8	1,5
Edellisten tilikausien voitto		57,8	51,5	35,8
Tilikauden voitto/tappio		9,3	16,3	37,0
OMA PÄÄOMA		85,5	86,4	91,2
PAKOLLISET VARAUKSET		0,0	0,0	0,0
VIERAS PÄÄOMA				
Lyhytaikainen koroton vieras pääoma		136,8	135,0	170,7
VIERAS PÄÄOMA		136,8	135,0	170,7
VASTATTAVAA		222,3	221,5	261,8

FAS=Finnish Accounting Standards

RAHAVIRTALASKELMA

Alko Oy

RAHAVIRTALASKELMA, FAS	EUR Yksikön valuutta	1.1.-30.6.2019	1.1.-30.6.2018	1.1.-31.12.2018
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA				
Tilikauden voitto/tappio		9,3	16,3	37,0
Oikaisut:				
Poistot ja arvonalentumiset		4,1	3,3	6,9
Pysyvien vastaavien myyntivoitot (-) ja -tappiot (+)		-0,1	0,0	0,0
Rahoitustuotot ja -kulut		-0,2	-0,3	-0,4
Tuloverot		2,3	4,1	10,5
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta		15,5	23,4	54,1
Käyttöpääoman muutos:				
Vaihto-omaisuuden lisäys(-) / vähennys(+)		5,0	3,3	-5,2
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)		-0,7	9,9	6,7
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)		-30,9	-49,6	-14,5
Varausten muutos		0,0	0,0	0,0
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja		-11,1	-13,0	41,1
Maksetut korot liiketoiminnasta		0,0	0,0	0,0
Saadut osingot liiketoiminnasta		0,0	0,0	0,0
Saadut korot liiketoiminnasta		0,4	0,4	0,2
Muut rahoituserät liiketoiminnasta		0,0	0,0	0,0
Maksetut verot liiketoiminnasta		-5,3	-4,6	-9,3
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA		-16,1	-17,2	32,0
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA				
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin		-4,3	-5,0	-10,1
Investoinnit muihin sijoituksiin		0,0	0,0	0,0
Luovutustulot muista sijoituksista		0,2	0,0	0,1
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA		-4,2	-5,0	-10,0
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA				
Maksetut osingot		-15,0	-16,0	-32,0
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA		-15,0	-16,0	-32,0
RAHAVAROJEN MUUTOS				
		-35,2	-38,2	-10,0
Rahavarat tilikauden alussa		116,8	126,9	126,9
Rahavarojen muutos		-35,2	-38,2	-10,0
Rahavarat tilikauden lopussa		81,6	88,7	116,8

