

ÅRSRAPPORT for 2016

SIDEN **BROD** 1901

BRYGGERI- OG DRIKKEVAREFORENINGEN

1. Forretningsbeskrivelse	2
2. Trender og saker i 2016	2
2.1. Statsbudsjettet for 2017	3
2.2. Småskalabryggerier: Medlemsvekst og styrket omdømme	4
2.3. Salgsutvikling i 2016	4
2.4. Markedsutvikling for småskalabryggerier	5
3. Aktiviteter i 2016	7
3.1. Ansvarlighet og rammevilkår	7
3.2. Medlemsservice	9
3.3. Omdømmebygging	10
3.4. Handelens Ølsalgsråd	11
3.5. Samarbeid med NHO Mat og Drikke	12
4. Internasjonalt samarbeid	12
5. Emballasje og logistikk	13
5.1. Returprosjenter	13
5.2. Materialselskapene	13
5.3. Rentpack og Newpack	13
6. Administrasjon og organisasjon	14
6.1. Medlemmer	14
6.2. Generalforsamling	17
6.3. Styre og valgkomite	18



1. Forretningsbeskrivelse

VISJON

Bryggeri- og Drikkevareforeningen (BROD) skal være pådriver for å styrke bransjens anseelse, for på den måten å bidra til bedre rammebetingelser og økt verdiskaping for medlemsbedriftene.

FORRETNINGSIDÈ

Foreningen skal være talerør for felles interesser, nasjonalt kompetansesenter og nettverks-knutepunkt for bryggeri- og drikkevarebransjen i Norge.

OMDØMME

Foreningen skal oppfattes som

- fremtidsrettet
- proaktiv og modig
- kompetent og troverdig

2. Trender og saker i 2016

Høyre/FrP- regjeringen gikk til valg på bl.a. å fjerne / redusere unødvendige og kontra-produktive avgifter. Disse valgløftene har ikke blitt innfridd og lite tyder på at de blir det. Alle avgifter som berører drikkevarebransjen er beholdt og indeksregulert, slik at avgiftsgapet i forhold til nabolandene fortsetter å vokse.



Valgløfter skal man aldri ta helt på alvor...

BROD la ned et betydelig arbeid i 2016 for å få erstattet grunnavgiften med en insentivavgift som belønner bruk av resirkulert materiale, få redusert ølavgiften og få innført redusert alkoholavgift for småskalabryggerier. (Bl.a. hadde vi med et tyvetalls stortingsrepresentanter på besøk til våre medlemsbedrifter.) Den første saken hadde høyeste prioritet. Alle disse sakene ville fått støtte fra samarbeidspartiene (V og KrF), men fikk likevel ikke gjennomslag i 2017-budsjettet.

I 2016 ble insentivmodellen videreutviklet og det ble drevet omfattende påvirkningsarbeid mot Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre, politisk ledelse i FIN og KLD, samt Miljødirektoratet for å få oppslutning om modellen. I statsbudsjettet for 2017 ba Stortinget om at forslaget ble utredet i forbindelse med Revidert Nasjonalbudsjett 2017.

BROD samarbeidet i 2016 nært med NHO Mat og Drikke med sikte på å få til en intensjonsavtale med myndighetene om sunnere kosthold og bedre folkehelse.

Alkoholpolitisk skjedde det ikke endringer av betydning i 2016.

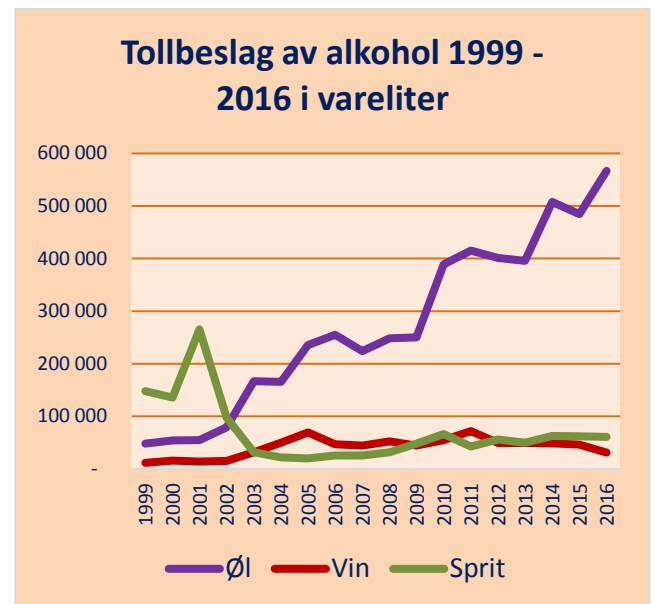
På emballasjesiden ble overgangen fra ombruks- til resirkuleringsemballasje tilnærmet slutført. I løpet av 2017 vil all drikkevareemballasje være på boks, NR-PET eller gjenvinningsglass.

På den positive siden kan bl.a. følgende noteres:

- Tillitsforholdet mellom BROD og sentrale myndighetsorganer (Helsedirektoratet og Skatte- direktoratet) er godt. Det er jevnlig dialog og BRODs synspunkter tillegges vekt.
- Bransjen har god synlighet i media og tillegges relevans i offentlig debatt.
- Veksten for småskalabryggerier fortsetter og styrker omdømmet til bransjen som helhet.
- Det var volumvekst i fire av fem kategorier: øl, brus, cider og energidrikker. Vannsalget var på samme nivå som i 2015.
- Sukkerfri brus øker mens sukkerholdig brus faller. I 2016 kom andelen av sukkerfri brus opp i 44,6 prosent av volumet.

På den negative siden kan bl.a. følgende noteres:

- Regjeringen har ikke gitt signal om lettelse i noen av de avgiftene som rammer drikkevarebransjen (produktavgiften, grunnavgiften, alkoholavgiften).
- En eksplosiv vekst i grensehandel og organisert smugling rammer bransjen direkte og fremmer kriminalitet, økt tilgjengelighet og økende miljøutslipp. **Tollbeslagene av øl økte med 17 % i 2016.** Imidlertid er det tungt å få saken opp på den politiske dagsorden.
- Vannsalget per capita faller. Det samme gjør salg av brus tilsatt fruktjuice og andelen sukkerfrie energidrikker.
- Importert øl øker betydelig mer (+ 22,6%) enn norskbygget øl (+ 3,1 %).



I perioden 1999 til 2016 ble tollbeslaget av øl tolvdoblet, mens beslagene av vin økte marginalt og spritbeslagene sank betydelig.

2.1. STATSBUDSJETTET FOR 2017

Regjeringen Solberg foreslo i statsbudsjettet for 2017 ingen endringer i avgifter som berører BROD, ut over indeksregulering av avgiftene. Indekseringen øker avgiftsgapet mellom Norge og nabolandene. Imidlertid ba Stortinget (Venstre) regjeringen utrede en materialavgift som favoriserer resirkulert emballasje til erstatning for grunnavgiften i revidert nasjonalbudsjett 2017. (Se 3.1.1.)

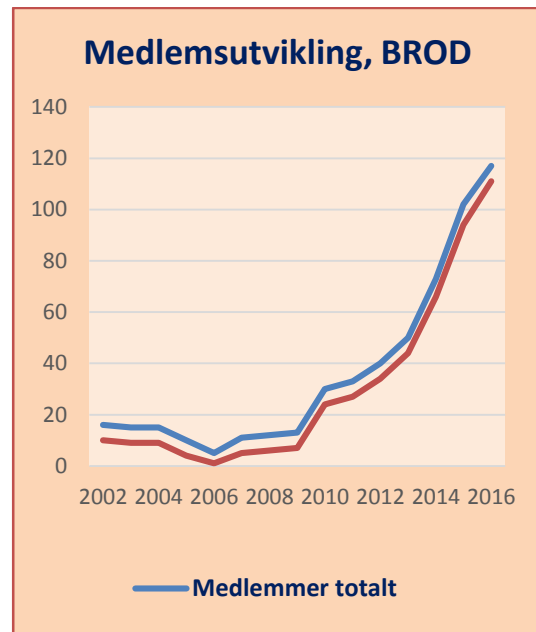
2.2. SMÅSKALABRYGGERIER: MEDLEMSVEKST og STYRKET OMDØMME

BRODs medlemsvekst fortsatte i 2016. Foreningen fikk 19 nye medlemmer, mistet to og hadde dermed 117 medlemmer ved utgangen av 2016, mot 100 ved utgangen av 2015. (Medlemsoversikt på side 14.)

Det økende antallet småskalabryggerier og aktivitetene de skaper lokalt, fikk stor medieoppmerksomhet også i 2016. De siste årene er det skapt økende interesse og engasjement for øl, som har hevet omdømmet for både bransjen og kategorien. Utviklingen har også virket stimulerende på store og mellomstore bryggerier og medvirket til sterkere satsing på produktutvikling.

I 2016 registrerte BROD 1.683 ulike øl brygget i Norge, hvorav 1.468 fra småskalabryggerier.

BRODs sysselsettingsundersøkelse viste at småskalabryggeriene ved utgangen av 2016 sto for 24 prosent av sysselsettingen knyttet til ølbrygging i Norge med til sammen 312 betalte årsverk. Dette er en vekst fra 265 årsverk i 2015. I tillegg kom minimum 80 ubetalte årsverk.



I samme periode ble sysselsettingen hos de fem største medlemmene (+ Grans Bryggeri) redusert fra 2.571 til 1.710 årsverk på grunn av utfasing av returemballasje, overgang til grossistdistribusjon og økt automatisering. (Disse tallene omfatter også brus- og vannproduksjon.)

2.3. SALGSUTVIKLING I 2016

For fjerde år på rad var det markant vekst i ølsalget etter en lengre periode (2009 til 2012) med betydelig fall i salget på opptil 3,6 prosent årlig (2011). Øl er igjen på offensiven i forhold til vin og brennevin.

Vinmonopolets brennevinssalg økte i 2016 med + 1,0 % og vinsalget med + 0,7. Samtidig steg det totale ølsalget med + 5,0 %, mens polets sterkølsalg økte med + 6,4 %.

Økningen i grensehandel, taxfree-salg og organisert smugling gjør imidlertid at konsumanslag er beheftet med usikkerhet. Taxfree-salget domineres av vin og sprit, mens øl er den raskest økende kategorien når det gjelder tollbeslag. Ølbeslagene er tolvdoblet de siste seksten årene, mens vin- og spritbeslagene er stabilt lave.

Salgsutviklingen i 2016 var også positiv for brus (+ 1,8%), cider (+ 8,9 %) og energidrikker (+ 15,5 %). Vannsalget i 2016 var identisk med 2015 (- 0,02 %).

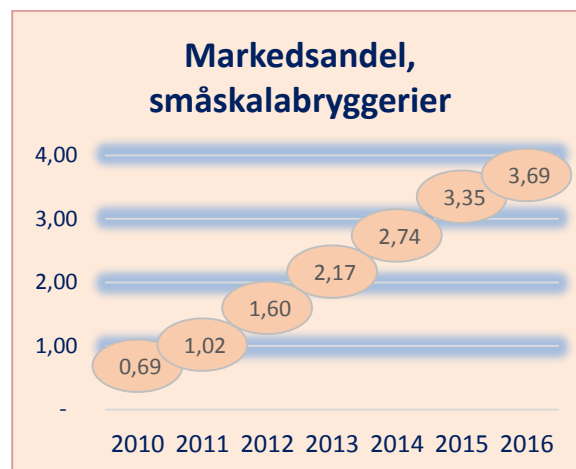
Den tydeligste markedstrenden er overgangen fra brus med sukker (- 1,8 %) til sukkerfri brus (+ 6,6 %). I 2016 utgjorde sukkerfri brus 44,6 % av total volumet.

2.4 MARKEDSUTVIKLINGEN FOR SMÅSKALAØL

Småskalabryggerienes markedsandel har hatt kraftig vekst i flere år, men volumveksten er prosentmessig i ferd med å flate noe ut:

2011: + 43 %
2012: + 54 %
2013: + 38 %
2014: + 35 %
2015: + 24 %
2016: + 16 %

Investeringer, produksjonskapasitet og ambisjonsnivå blant småskalabryggeriene har vokst betydelig, spesielt i perioden 2014-15. I tillegg har antall aktører økt kraftig. Den totale bryggekapasiteten er betydelig høyere enn markedsutviklingen tilsier.



Det er grunn til å regne med en konsolidering av småskalamarkedet i Norge, slik det har skjedd i andre land som ligger foran oss i utviklingen. Den økende konkurransen er først og fremst en utfordring for bryggerier med stor gjeldsbyrde, nye bryggerier som ikke er etablert i markedet og etablerte bryggerier som har foretatt eller planlegger større nyinvesteringer. På tross av dette var det kun to bryggerier ble rammet av konkurs i 2016.

Utviklingen i 2016 bekreftet dreiningen i forbrukeratferd som ble merkbar i 2015: De fleste større småskalabryggerier med nasjonal distribusjon tapte markedsandeler, mens mellomstore småbryggerier med sterk lokal forankring hadde markert framgang.

ØL: + 4,97 %

Øl salget økte i 2016 med + 5,0 % til 266 millioner liter totalt, som er det høyeste volumet som noen gang er registrert i Norge. Veksten i 2015 var på + 2,9 % .

Dermed har det vært jevn vekst i fire år på råd etter til dels kraftig nedgang i perioden 2009 til 2012. Imidlertid er økningen størst for importert øl (+ 22,6 %), mens norsk brygget øl økte med 3,1 %.

Småskalabryggeriene sto i 2016 for 3,7 % av totalvolumet, etter en volumvekst på 16 % i forhold til 2015. **De store og mellomstore bryggeriene** hadde også markant vekst i 2016 (+ 4,2 %) mot et fall på -0,4 % i 2015.

Eksport av norsk øl økte med 7,9 % i 2016 til et volum på 5 millioner liter. Dette må delvis tilskrives bedre utvalg og eksponering i taxfree-butikkene, men mange medlemsbryggerier har det siste året også økt satsingen på regulær eksport.

BRUS: + 1,75 %

Salget av brus økte med + 1,8 % i 2016 mot en nedgang på -2,4 % i 2015. (474 millioner liter totalt.) Dermed er seks sammenhengende år ned nedgang snudd til vekst.

Sukkerholdig brus falt med – 1,8 %, mens **sukkerfri brus** hadde en salgsøkning på + 6,6 %. Sukkerfritt utgjorde 44,6 prosent av brussalget i 2016.

Brus tilsatt fruktjuice ble innført som kategori i 2015 med historiske tall f.o.m. 2014, men dette er en liten kategori og utgjorde kun 1 % av konsumet. Kategorien falt med – 9,2 % i 2016 og ser ut til å være på vikende front.

VANN: - 0,02 %

Det registrerte vannsalget i 2016 var i praksis identisk med 2015-salget: Nedgang på - 0,02 % mot en nedgang på – 4,8 % i 2015. (90,5 mill. liter totalt.) Vann har hatt en jojo-kurve de siste årene, men møter åpenbart sterkere konkurranse fra andre alkoholfrie produkter som iste og vitamin- og sportsdrikker.

CIDER: + 8,86 %

Salget av cider økte med + 8,9 % mot + 6,8 % i 2015. (11,7 millioner liter totalt). En jevn, årviss økning ser ut til å fortsette.

ENERGIDRIKKER: + 14,52 %

Salget av energidrikker økte med + 14,5 % i 2016 mot + 6,7 % i 2015. (21,6 millioner liter totalt).

Sukkerfrie energidrikker økte med 3,3 %, mens sukkerholdige økte med 15,9 %. De sukkerfrie variantene sto i 2016 for 11 prosent av konsumert av energidrikker, mot 10 % i 2015.

BROD etablerte statistikk for kategorien i 2015 med historiske tall tilbake f.o.m. 2014 I tillegg til fire energidrikkeprodusenter i BRODs medlemsmasse, rapporterer også Red Bull, Multibev, Brewery International og Grans. Statistikken skal dermed gi et fullstendig bilde av markedsutviklingen.

3. Aktiviteter i 2016

BROD har også i 2016 fulgt to hovedlinjer i det daglige arbeidet, som også avspeiles i ansvarsdelingen mellom prosjektleder Hege Ramseng og daglig leder Petter Nome:

1. Bedrede rammevilkår og offentlig debatt (PN)
2. Omdømmebygging for bransjen og produktene (HR)

Dette glir i praksis ofte over i hverandre, spesielt når det gjelder pleie og oppfølging av media, foredragsvirksomhet, deltakelse på events osv, men har likevel gitt gode føringer for arbeidet.

Tilveksten av nye medlemmer har også ført til flere administrative oppgaver. Det er også merkbart økende behov for medlemsservice, både fra gamle og nye medlemmer, spesielt når det gjelder forståelsen av lovverk.

3.1. ANSVARLIGHET OG RAMMEVILKÅR

BRODs strategiske målsetting (vedtatt i 2015) har vært retningsgivende også i 2016:

"Gjennom lokal verdiskapning, ansvarlig markedsføring, gode øyeblikk og skånsom miljøbelastning skal BRODs medlemmer bidra til bedre helse for folk flest."

Hvis BROD skal få gjennomslag for bedrede rammebetingelser, må bransjens krav og ønsker bygge opp under samfunnets målsettinger, spesielt i forhold til helse og miljø. Samtidig må bransjen være villig til å akseptere reguleringer og avgifter, hvis disse reelt sett er kunnskapsbaserte.

BROD konsentrerte seg om tre toppprioriterte hovedsaker i 2016:

1. **Innføring av en materialavgift som favoriserer resirkulert materiale (insentivavgift) til erstatning for grunnavgiften**
2. **Større avgiftsdifferensiering mellom svak alkohol og sterk alkohol, samt avgiftsreduksjon for småskalabryggerier.**
3. **Samarbeid med NHO Mat og Drikke om reduksjon i forbruket av tilsatt sukker fra mat og drikke.**

3.1.1. INSENTIVAVGIFT

Forslaget om insentivavgift tar utgangspunkt i Miljødirektoratets forslag om å fjerne energigjenvinningskomponenten fra Miljøavgiften, slik at miljøavgiften fastsettes på bakgrunn av registrert retur via pantssystemet. En slik omlegging ville medført en avgiftsøkning på 600-800 millioner kroner, hvilket ikke er hensikten med omleggingen. Direktoratet peker selv på at dette bør føre til en omlegging av grunnavgiften.

Infinitum AS har utarbeidet en modell for insentivavgift som følger samme prinsipp som miljødirektoratets forslag til miljøavgift: Emballasjeavgiften fastsettes på grunnlag av revisorbekreftede oppgaver om andelen resirkulert materiale i emballasjen. Avgiften fungerer på bransjenivå (som miljøavgiften) og ikke for hver enkelt bedrift. Dermed blir regimet enkelt å administrere og vil ikke komme i konflikt med EØS-avtalens bestemmelser om ulovlig statsstøtte og handelshindringer.

Livssyklusanalyser (LCA) utarbeidet av Østfoldforskning for Infinitum AS viser at en slik insentivbasert avgiftsmodell kan stimulere til betydelig reduksjon av CO₂-utslipp.

BROD og Infinitum hadde i 2016 en rekke møter med sentrale stortingspolitikere i FrP, H og V, samt Miljødepartementet, Finansdepartementet, Skattedirektoratet og Miljødirektoratet. Forslaget ble ikke tatt inn i statsbudsjettet for 2017, men Stortinget (V) ba Finansdepartementet utrede saken i forbindelse med Revidert Nasjonalbudsjett 2017.

3.1.2. DIFFERENSIERING MELLOM SVAK OG STERK ALKOHOL

På oppdrag fra BROD gjennomførte Oslo Economics en analyse av hvordan ølavgiftene kunne reduseres innenfor et provenynøytralt budsjett for alkoholavgifter. På bakgrunn av OE-analysen foreslo vi i forhold til statsbudsjettet for 2017 følgende: 5 % redusert avgift for øl i klasse D, 3 % økt avgift for sterkøl og vin og 10 % økt avgift for brennevin.

Det er helt åpenbart et politisk vindu for å diskutere slike endringer. Både KrF og mange Høyrerepresentanter var positive, mens FrP og Venstre har sterk motvilje mot å øke avgiften på vin. Saken var ikke nevnt i statsbudsjettet. Et evt. regjeringsskifte i 2017 kan åpne nye muligheter.

3.1.3. AVGIFTSREDUKSJON FOR SMÅSKALABRYGGERIER

Oslo Economics utredet også ulike modeller for avgiftsreduksjon for småskalabryggerier, basert på BRODs forslag. BROD styre samlet seg i 2015 om et forslag som innebærer gradvis fallende avgiftsreduksjon opp til et årsvolum på 200.000 liter i klasse D. Dette forslaget skal sikre flere vitale bransje- helse-, nærings- distrikts- og finanspolitiske interesser: Ordningen skal...

... ikke føre til at forbrukerne får billig øl.

... stimulere produksjon av butikkøl framfor sterkøl.

... gi reelt insentiv til nyetablerte virksomheter og bidra til økt sysselsetting.

... ikke virke konkurransevridende.

... ikke fungere som subsidie til veletablerte virksomheter

... gjøre det minst mulig smertefullt å vokse.

... ha minimal provenyeffekt.



Tone Krüger (tv) ved Færder Mikrobryggeri er en av de som ville nyte godt av avgiftsreduksjon for småskalabryggerier.

Etter råd fra OE har BROD arbeidet for en modell som innebærer at avgiftsreduksjonen beholdes inntil årsvolumet passerer 500.000 liter. Dermed bevares et sterkere insentiv til fortsatt vekst.

Både Venstre og FrP støttet forslaget, men ved en inkurie ble det «glemt» i innspurten av budsjettforhandlingene mellom regjeringen og samarbeidspartiene. BROD arbeider videre med saken.

3.1.4. Reduksjon av sukkerinntak fra brus

BROD samarbeidet i 2016 nært med NHO Mat og Drikke med sikte på å få til en intensjonsavtale med myndighetene om sunnere kosthold og bedre folkehelse. 6 desember 2016 ble avtalen signert av mat- og drikkenæringen, dagligvarehandelen og Helse- og omsorgsminister Bent Høie. Partene har som felles mål at befolkningens inntak av tilsatt sukker skal være redusert med minst 12,5 prosent innen 2021.

BROD har spilt en pådriver-rolle i NHOMD for å få andre bransjer, samt handelen, til å forplikte seg til konkrete bransjemålsettinger om sukkerreduksjon. Da det ikke lyktes gikk drikkevarebransjen ut med et ensidig målsetting om 19 prosent redusert sukkerinntak fra brus innen 2020. Ettersom vår markedsandel for sukkerfri brus allerede er på internasjonalt toppnivå, er dette verdens mest ambisiøse forpliktelse mht sukkerreduksjon.

3.1.5. BEREDSKAP MOT FORVERREDE RAMMEVILKÅR / SYMBOLPOLITIKK

BROD ønsker at drikkevarebransjen skal spille en proaktiv rolle i arbeidet for bedre kosthold, men har sterkt advart mot følelsesstyrte, symbolpolitiske beslutninger. Samarbeidslinjen mellom bransjen og Helse- og omsorgsdepartementet har virket som en politisk buffer mot nye forslag om avgifter og reguleringer. Det har ikke vært seriøse trusler om forverrede rammevilkår i 2016.

3.2. MEDLEMSSERVICE

Det stadig økende medlemstallet i BROD har ført til stor og økende pågang fra medlemmer som ønsker råd i juridiske, produksjonstekniske og andre spørsmål. Rask oppfølging av slike henvendelser har høy prioritet. Tore Nybø (Nøgne Ø) og Evan Lewis (Ægir) har besvart alle henvendelser om drift og produksjon ved småskalabryggerier, mens Tore Hage (Ringnes) har besvart spørsmål om kjemi.

I kjølvannet av «alkoholprosent-skandalen» i 2015, etablerte BROD samarbeid med Scandinavian School of Brewing for å få satt opp diplombryggerkurs for småskalabryggerier i Norge. Det ble gjennomført to kurs i 2016 med til sammen 30 deltakere på Aass Bryggeri og Haandbryggeriet. Det har kommet svært positive tilbakemeldinger på kursene.

Administrasjonen besøkte i 2016 37 medlemsbedrifter, mange sammen med stortingsrepresentanter.

3.3 OMDØMMEBYGGING

Mediemessig fortsetter den positive utviklingen med stor oppmerksomhet rundt ølkultur, mangfold, produktinnovasjon og småskalabryggerier. BROD benyttes flittig som kilde og kommentator. Presset mot brus og energidrikker avtok i 2016, etter mange kritiske oppslag de to foregående årene.

I 2016 ble Stortingets Ølklubb stiftet og klubben hadde ved utgangen av året 41 medlemmer fra samtlige stortingspartier unntatt MDG. Klubbens president, Ulf Leirstein (FrP) har ønsket at BROD skal spille en sentral, instrumentell rolle i arbeidet.

Dette er potensielt en viktig nettverksarena, men vi er svært nøye på å ikke bruke klubbens møter til aktivt lobbyarbeid. Klubben ble raskt kritisert av Mina Gerhardsen i Actis pga samarbeidet mellom stortingsrepresentanter og BROD.

Det ble avholdt to møter i 2016, stiftelsesmøte i Stortingets peisestue og juleølpresentasjon i festsalen hos Ringnes.



BRODs direktør Petter Nome og Venstres Sveinung Rotevatn under stiftelsen av Stortingets Ølklubb. I bakgrunnen president Ulf Leirstein (FrP).

3.3.1. MATSTREIF

For sjette gang samarbeidet BROD med Innovasjon Norge om presentasjon av øl under **Matstreif** i Oslo. 34 av BRODs medlemsbryggerier deltok med egne stands. Vi presenterte 149 ulike produkter. Ca. 200.000 gjester besøkte Matstreif. Ølavdelingen var i år plassert på Kontraskjæret, en langt bedre løsning enn Aker Brygge (2015).

3.3.2. ØL OG DAMER

"Øl og damer"-arrangementene, rettet mot kvinnelige beslutningstakere i næringslivet, journalister, bloggere, toppolitikere, eventarrangører og andre opinionsledere har vært en ubetinget suksess og ble videreført i 2016 med seks arrangement som samlet over 150 kvinner: Oslo, Hadelands Glassverk, Arendal, Tromsø, Trondheim og Brumunddal.

I tillegg var BROD initiativtaker til bryggekurs for kvinner på Ringnes Bryggeri.



Bodil Norjore (tv) og Hege Ramseng fra BROD kåserer om øl for Arendalsdamer.

3.3.3. JULEØLPREMIERE

Juleølpremieren 2016 ble arrangert i samarbeid med Ølakademiet på Gamle Museet i Oslo. 280 påmeldte gjester, 31 bryggerier og 105 ulike øl er ny rekord.

Et svært vellykket arrangement som bl.a. ble besøkt av Landbruks- og matministeren, flere stortingsrepresentanter, media, kunder og andre samarbeidspartnere.

Økernhjemmet i Oslo ble kåret til Årets Ølhund for å ha gjort øl og pubkultur til et selvølgelig velferdstilbud til de eldre.



Fjorårets Ølhund, Trine Skei Grande, overrekker trofeet til representanter for Økernhjemmet. Det er tradisjonen tro en karikatur fra VG-tegner Roar Hagen.

3.3.4. FOREDRAG, KONFERANSER, FESTIVALER, MESSER, NETTVERK

BRODs to ansatte holdt i 2016 flere titalls foredrag om ølkultur- og tradisjon for alt fra kristne menigheter, pensjonistforeninger og Rotaryklubber til store bedrifter og nettverkskonferanser.

I 2016 har vi deltatt og holdt foredrag på, bl.a. Internationale Grüne Woche (Berlin), Det Norske Måltid (Stavanger), Folketingets Ølklubb (København), Forsvarets seniorforening, Ølfestival på Norsk Folkemuseum, Matmerk, Eurofins, Hadeland Glassverk, Beer Image Day (Brüssel), Potetfestivalen (Gran), Ølfestival på Sundbytnet, Ølutstilling på Sverresborg (Trondheim), Trøndersk Matfestival, Arendalsuka, Copenhagen Beer & Whisky Festival, Ålesund Ølfestival, Hansa 125-årsjubileum, Malt- og humleseminar (NMBU/NIBIO), Europeisk seminar om alkohol og trafikk (Oslo).

3.3.5. DRIKKEGLEDE og FACEBOOK

Drikkeglede brukes stadig som referanse av eksterne stakeholdere og er flittig sitert i media, i studier og eksamensoppgaver på universiteter og høyskoler. Samtidig antas sosiale medier å ha tatt over en god del av trafikken fra hjemmesidene.

Drikkeglede på Facebook hadde ca. 10.100 følgere ved utgangen av 2016. FB-siden har etablert seg som et aktivt forum for diskusjon om drikkevarer og aktiviteten øker stadig.

3.4 HANDELENS ØLSALGSRÅD

Petter Nome representerte BROD i Handelens Ølsalgsråd (HØR) i 2016. HØR har en helt ny utgave av «Ølsalgs-skolen», myntet på alle ansatte i Dagligvarehandelen. Skolen er utformet som et animert nettspill på sosiale medier og ble lansert i 2016. Målet er å få til en kraftig forbedring av ID-kontrollen i handelen. Spillet har fått god mottakelse og gitt markant økning i tallet på butikkmedarbeidere med «Ølsalgsprøven».

3.5. SAMARBEID MED NHO MAT OG DRIKKE

Samarbeidet med NHO Mat og Drikke som ble videreført i 2016 for fortsatt å oppnå synergieffekter i næringspolitiske spørsmål og en bedre oppgavefordeling mellom de to foreningenes arbeid for BRODs medlemmer.

BROD har i 2016 hatt et nært samarbeid med NHO Mat og Drikke, spesielt i forhold til intensjonsavtalen med Helse- og omsorgsdepartementet som ble initiert av NHO MD. BROD har også spilt en aktiv rolle i foreningens særavgiftsutvalg.

NHO Mat og Drikke har levert personal-, økonomi- og administrative tjenester samt kontorlokaler i henhold til egen avtale mellom Bryggeri- og Drikkevareforeningens Servicekontor AS og NHO Mat og Drikke.

4. Internasjonalt samarbeid

Harald Bredrup og Petter Nome representerte BROD i Brewers of Europe, mens Nome og Stein Rømmerud var BRODs representanter i UNESDA.

Både BoE og UNESDA er viktige arenaer for å følge utviklingen i EU mht bransjepolitiske spørsmål og generell faglig oppdatering.

BoE ga i 2016 full støtte til EU-kommisjonens forslag om merking av ingredienser og næringsinnhold på alkoholemballasje. Årets europeiske workshop var i sin helhet viet til hvordan bryggerinæringen kan bidra til at FNs bærekraftsmål oppnås. Sirkulær økonomi, klima og sosial utjevning forventes å være sentrale fokusområder for industrien i tida framover. Et bransjemessig hovedmål er å inkludere alle de nyetablerte bryggeriene i Brewers of Europe. Håndverksbølgen har medført at antallet bryggerier i Europa har økt fra 3.200 til 7.500 siden 2010. Det er store nasjonale ulikheter når det gjelder tilnærmingen til småskalabryggerier, men BoE sentralt har en klar agenda for mest mulig inkludering.

UNESDA vedtok i 2016 enstemmig å forplikte bransjen på 10 % redusert inntak av tilsatt sukker fra brus innen 2020. UNESDA er dermed første – og foreløpig eneste - bransjeorganisasjon for næringsmiddelprodusenter i Europa som setter et slikt mål. Reduksjonen skal gjennomføres gjennom reformulering, økt bruk av søtningsmidler, markedsføring og reduserte pakningsstørrelser.

Terje Aass representerte BROD i styret i **Den Skandinaviske Bryggerhøjskole** (SBH) i København.

Harald Bredrup, Petter Nome og Hege Ramseng representerte BROD i **”Nordic Group, BoE»**. Gruppen omfatter nå alle medlemsland i region Nord i Brewers of Europe, dvs. Norge, Danmark, Sverige, Finland, UK og Irland. I 2016 var det to møter.

5. Emballasje og logistikk

BROD skal arbeide for å effektivisere bransjens logistikkaktiviteter, herunder ved å se på nye forretningsmodeller og tilhørende vurdering av lastbærere og andre løsninger som medlemmene etterspør.

5.1. RETURPROSENTER

BROD skal arbeide for en høyest mulig returprosent på ombruksflasker, gjenvinningsflasker og boks.

Gjenvinningsemballasje: Infinitem har godkjent 95 % retur på boks og 95 % retur på gjenvinningsplastflasker. Syklus Glass (tidligere Norsk Glassgjenvinning) har godkjent en returprosent på 93 % for gjenvinningsglass. Selskapene arbeider kontinuerlig med tiltak for å opprettholde/forbedre returtallene.

Ombruksemballasje: BRODs pante- og retursystem for ombruksflasker for 2016 viser en samlet returprosent på langt over 100 %. Returprosenten er spesielt høy med bakgrunn i overgang til gjenvinningsflasker.

5.2. MATERIALESELSKAPER

BROD ønsker å effektivisere og utvikle de ulike materialselskapene gjennom aktivt eierskap. Våre styremedlemmer i Infinitem, Syklus Glass og Grønt Punkt Norge ivaretar BRODs interesser i de respektive selskapene.

5.3. RENTPACK og NEWPACK

Omsetningen i liter i Rentpacks gjenbruksflasker falt ytterligere fra 2015 til 2016 som følge av overgang til annen emballasje. Totalt ble det omsatt 14 millioner liter i selskapets flasker i 2016. Selskapet forventer nedgang i omsetningen på flasker i 2017 da så godt som alle brukerne har meddelt at man går over til gjenvinningsflasker.

Totalt falt selskapets omsetning i liter på ytteremballasje med 8 prosent sammenlignet med 2015. For 2017 forventes en mindre reduksjon i omsetningen på ytteremballasje med bakgrunn i overgang engangsflasker og dermed mindre behov for ombruks ytteremballasje. Omsetningen på lanserte kvartbrett og 1/8-brett for store gjenvinningsflasker har stabilisert seg på et betydelig nivå. Totalt ble det omsatt ca. 415 mill. liter i/på selskapets ytteremballasje i 2016.

Rentpacks fokuserer sin virksomhet mot bærende emballasje som displayløsninger, brett og lignende.

Utfasingen av utrangert Rentpackemballasje utføres av datterselskapet New Packaging Solutions AS(Newpack) og Newpack har med bakgrunn i markedsendringene hatt en betydelig aktivitet i 2016 og på tilnærmet samme nivå som i 2015. Newpack forestår også utveksling av emballasje mellom de ulike produsentene, samt tilhørende logistiktjenester.

Totalt var aktiviteten i selskapene samlet noe lavere i 2016 enn i 2015.

For øvrig vises det til Rentpacks og Newpacks regnskaper for 2016.

6. Administrasjon og organisasjon

Bryggeri- og Drikkevareforeningen (BROD) er organisert som en frittstående bransjeorganisasjon innenfor NHO-familien, i nært samarbeid med NHO Mat og Drikke. Bryggeri- og Drikkevareforeningens medlemsgrunnlag er produsenter av øl, brus og vann med produksjon i Norge.

I 2016 har administrasjonen bestått av daglig leder (Petter Nome) og prosjektleder (Hege Ramseng), som begge har klart definerte arbeidsoppgaver:

Daglig leder: Utredning, politisk påvirkning, offentlig debatt, medieutspill, nasjonal og internasjonal representasjon, salgsstatistikk, medlems- og publikumsservice.

Prosjektleder: Omdømmeprosjekter, mediepleie, drift av hjemmesider og Facebook, nasjonal representasjon, medlems- og publikumsservice.

Bryggeri- og Drikkevareforeningens årlige generalforsamling velger et styre på inntil 9 personer.

Bryggeri- og Drikkevareforeningens Servicekontor AS er heleid av foreningen og utfører service-tjenester for foreningens medlemmer.

Rentpack AS er heleid av Bryggeri- og Drikkevareforeningen gjennom Bryggeri- og Drikkevareforeningens Servicekontor AS og administrerer emballasjepooler med utleie av standardemballasje til alle interesserte aktører.

Ved utgangen av 2016 besto administrasjonen i BROD av følgende ansatte:

Petter Nome	Direktør, Bryggeri- og Drikkevareforeningen.
Hege Ramseng	Prosjektleder, Bryggeri- og Drikkevareforeningen
Morten Sundell	Emballasje- og logistikksjef, BROD og daglig leder, Rentpack AS.
Ine Schøyen	Logistikkmedarbeider (deltid), Rentpack AS

6.1 MEDLEMMER

Bryggeri- og Drikkevareforeningen fikk 20 nye medlemsbedrifter i 2016, mens to meldte opphør (Ode Bryggeri, Drøbak og Brygghus 9, Trondheim). Medlemstallet økte dermed fra 100 til 118.

BRODs medlemsbedrifter pr. 31.12.2016 (nye medlemmer i grønt):

- | | |
|----------------------------------|------------------------------|
| 1. 7 Fjell Bryggeri | Bergen |
| 2. Aja Byggeri | Drammen |
| 3. Amundsens Bryggeri og Spiseri | Oslo |
| 4. Arendals Bryggeri | Arendal |
| 5. Atna Øl AS | Atna i Østerdalen |
| 6. Austmann Bryggeri | Trondheim |
| 7. Aurskog Drikker | Aurskog |
| 8. Balder Brygg | Leikanger i Sogn og Fjordane |
| 9. Bastesen & Stokvik Bryggeri | Velfjord i Nordland |
| 10. Berentsens Brygghus | Egersund |
| 11. Bryggeri 13 | Tromsø |

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------------|
| 12. Bryggeriet Frøya | Dyrvik i Sør-Trøndelag |
| 13. Bådin Bryggeri | Bodø |
| 14. Baatbryggeriet | Vestnes |
| 15. Christianssand Brygghus | Kristiansand |
| 16. Coca-Cola Enterprises Norge | Lørenskog |
| 17. Crowbar og bryggeri | Oslo |
| 18. EC Dahls Bryggeri | Trondheim |
| 19. Ego Brygghus | Fredrikstad |
| 20. Eik&Tid | Oslo |
| 21. Eiker Ølfabrikk | Mjøndalen |
| 22. Ekspedisjonen Skjenkestove | Lofthus |
| 23. Eldhuset | Overhalla |
| 24. Espedalen Fjellbryggeri | Espedalen i Oppland |
| 25. Fet Hjemmebryggeri | Fetsund |
| 26. Finnskogen Bryggeri | Åsnes, Finnskogen |
| 27. Finse 1223 Microbryggeri | Finse |
| 28. Fjellbryggeriet | Tuddal i Telemark |
| 29. Fjord Bryggeri | Haukvika i Sør-Trøndelag |
| 30. Færder Mikrobryggeri | Tønsberg |
| 31. Garasjebryggeriet | Haugesund |
| 32. Geiranger Bryggeri | Geiranger |
| 33. Gjerberg Bryggeri | Rakkestad i Østfold |
| 34. Gloppen Hotell | Sandane |
| 35. Graff Brygghus | Tromsø |
| 36. Grim & Gryt Økobryggeri | Hareid |
| 37. Grünerløkka Brygghus | Oslo |
| 38. Gøtt-Øl | Nesbyen |
| 39. Hadeland Håndverksbryggeri | Gran |
| 40. Hansa Borg Bryggerier | Bergen / Sarpsborg / Kristiansand / Olden |
| 41. Hegg Ølkompani | Lier |
| 42. Hemnes Mikrobryggeri | Hemnesberget |
| 43. HognaBrygg | Singsås i Sør-Trøndelag |
| 44. Hubertus Bryggeri | Lesja i Gudbrandsdalen |
| 45. Hunsfos Bryggeri | Vennesla |
| 46. Hønefoss Brygghus | Hønefoss |
| 47. Haandbryggeriet | Drammen |
| 48. Inderøy Gårdsbryggeri | Inderøy i Nord Trøndelag |
| 49. Kinn Bryggeri | Florø |
| 50. Klostergården Håndbryggeri | Frosta i Nord Trøndelag |
| 51. Kofoedbryggeriet | Skjærhalden i Østfold |
| 52. Kongsberg Bryggeri (Opsahlgården) | Kongsberg |
| 53. Kringler Gjestegård | Maura i Akershus |
| 54. Kvernafossen Bryggeri | Sande i Sogn og Fjordane |
| 55. Larvik Mikrobryggeri | Larvik |
| 56. Lauvanger Mikrobryggeri | Tennevoll |
| 57. Lervig Aktiebryggeri AS | Stavanger |
| 58. Lillehammer Bryggeri | Lillehammer |
| 59. Lilland Hotell | Tau i Rogaland |
| 60. Lindesnes Bryggeri | Spangereid i Lindesnes |

61. Lindheim Ølkompani	Gvarv
62. Lofotpils	Svolvær
63. Lom Bryggeri	Lom
64. Lysefjorden Mikrobryggeri	Ytre Arna
65. Laagen Bryggeri	Sør-Fron
66. Låven Mikrobryggeri	Sylling
67. Macks Ølbryggeri	Tromsø
68. Macondo (Schouskjelleren)	Oslo
69. Mikromeyer Bryggerhus	Spydeberg
70. Moe Gårdsbryggeri	Leinstrand
71. Mosjøen Mikrobryggeri	Mosjøen
72. Namdalsbryggeriet	Grong
73. Nordgården Gårdsbryggeri	Sømna
74. Northern & Co	Fedje
75. Norumbryggeriet	Sørum
76. Nua Brygghus	Mandal
77. Nøgne Ø	Grimstad
78. Nøisom Bryggeri	Fredrikstad
79. Odalsbryggeriet	Skarnes
80. Oskar Sylte Mineralvannfabrikk	Molde
81. Oslo Mikrobryggeri	Oslo
82. Qvart Ølkompani	Kristiansand
83. Randhav Bryggeri	Kristiansund
84. Reins Kloster	Rissa
85. Rena Bryggeri	Rena
86. Ringnes	Oslo / Larvik / Imsdal
87. Roma Mineralvannfabrikk	Lillestrøm
88. Røros Bryggeri og Mineralvannfabrikk	Røros
89. Sagene Bryggeri	Oslo
90. Salamander Bryggeri	Sveio i Hordaland
91. Sandnes Kjøkkenbryggeri	Sandnes
92. Senja Handbryggeri	Senja
93. Skavli Brygghus	Evenskjer
94. Skifjorden Bryggeri	Sjørbøvåg i Sogn og Fjordane
95. Smøla Mikrobryggeri	Smøla
96. Små Vesen	Aurdal
97. Snåsavann	Snåsa
98. St. Hallvards Bryggeri	Oslo
99. Stjørdalsbryggeriet	Stjørdal
100. Storm Brygghus	Kvenvær
101. Sundbytunet	Jessheim
102. Svalbard Bryggeri	Longyearbyen
103. Telemark Kildevann	Fyresdal / Aurskog
104. Telemark Mikrobryggeri	Skien
105. To Tårn Bryggeri	Trondheim
106. Tonga Gardsbryggeri	Norddal i Møre og Romsdal
107. Trollbryggeriet	Stranda på Sunnmøre
108. Trondhjem Mikrobryggeri	Trondheim
109. Tya Bryggeri	Øvre Årdal

110.	Valdres Gardsbryggeri	Heggenes i Valdres
111.	Veholt Mikrobryggeri	Skien
112.	Voss Bryggeri	Voss
113.	Voss Fellesbryggeri	Voss
114.	Wettre Bryggeri	Asker
115.	Ægir Bryggeri	Flåm
116.	Ølsmia	Vestby i Akershus
117.	Ølve på Egge Bryggeri	Steinkjer
118.	Aass Bryggeri.	Drammen

6.2. GENERALFORSAMLING

Foreningens øverste organ er generalforsamlingen. Det ble avholdt ordinær generalforsamling i Bryggeriforeningen og Bryggeriforeningens Servicekontor AS 1. juni hos Ægir Bryggeri i Flåm (Sogn og Fjordane)

27 av 106 medlemsbedrifter var representert på generalforsamlingen. De representerte til sammen 63 av 162 stemmer.



BRODs generalforsamling samlet på Ægir Bryggeri i Flåm i 2016. Ægir-gründer Evan Lewis øverst i trappa bak til venstre og fylkesmann Lars Sponheim helt til høyre.

6.3. STYRE OG VALGKOMITÈ

BRODs styre avholdt ett strategiseminar og fem styremøter og behandlet 56 saker i 2016.

Følgende styre i BROD ble enstemmig valgt på generalforsamlingen i 2016:

Rolle	Navn	Selskap	På valg	Vara	
Styreleder	Harald Bredrup	Mack	2018	Roger Karlsen	Gjenvalg
Nestleder	Søren Brinck	Ringnes	2018	Christian Granlund	Gjenvalg
Styremedlem	Harald Berentsen	Berentsens	2017	Marianne Bergersen	Ikke på valg
Styremedlem	Lars Midtgaard	Hansa Borg	2017	Alf Helge Halland	Ikke på valg
Styremedlem	Simen Revold	Ringnes	2018	Christian Granlund	Gjenvalg
Styremedlem	Christian Aass	Aass	2018	Lauritz Aass	Gjenvalg
Styremedlem	Per Hynne	CCEN	2018	Mette Winther Talberg	Gjenvalg
Styremedlem	Stein Rømmerud	CCEN	2017	Camilla Carlsson	Ikke på valg
Styremedlem	Evan Lewis	Ægir	2018	Espen Lothe, Kinn	Ny
Observatør	Morten Sundell	Rentpack			

Valgkomité i Bryggeri- og Drikkevareforeningen:

Rolle	Navn	Selskap	På valg	
Leder	Christian Granlund	Ringnes	2017	Ikke på valg
Medlem	Per Hynne	CCE	2017	Ikke på valg
Medlem	Tore Nybø	Nøgne Ø	2017	Ikke på valg

Styret i Rentpack AS (velges av BRODs styre):

Rolle	Navn	Selskap	På valg	
Styreleder Pers. vara	Alf Inge Johannesen Morten Sundell	Hansa Borg Rentpack	2017 2017	Ikke på valg Ikke på valg
Styremedlem Pers. vara	Harald Berentsen Jone Ellingsen	Berentsens Berentsens	2017 2017	Ikke på valg Ikke på valg
Styremedlem Pers. vara	Lars Aarflot Siv Grønning	Ringnes Ringnes	2017 2017	Ikke på valg Ikke på valg
Styremedlem Pers. vara	Arild Anda Torgersen Stein Rømmerud	CCEN CCEN	2016 2016	Gjenvalg Gjenvalg

Eksterne verv (velges av BRODs styre):

Organisasjon	Rolle	Navn	Vara	På valg	
Infinitem	Styremedlem	Christian Granlund, Ringnes	Siv Grønning, Ringnes	2017	Ny
Infinitem	Styremedlem	Stein Rømmerud, CCEN	Christian Aass, Aass	2018	Gjenvalg
Handelens Ølsalgsråd	Rådsmedlem	Petter Nome, BROD		2017	Ikke på valg
Handelens Ølsalgsråd	Rådsmedlem	Nils Nirisrud, Ringnes		2018	Ny
Den Norske Bryggeriindustri Fond v NTNU	Styremedlem	Tore Hage, Ringnes	Olaug Flakne	2017	Ikke på valg
Bryggeriind.s Legat v NTNU	Styremedlem	Tore Hage, Ringnes	Olaug Flakne	2017	Ikke på valg
Brewers of Europe	Delegat	Harald Bredrup,		2018	Ny
Brewers of Europe	Delegat	Petter Nome, BROD		2018	Gjenvalg
UNESDA	Observatør	Stein Rømmerud, CCEN		2018	Gjenvalg
UNESDA	Observatør	Petter Nome, BROD		2017	Ikke på valg
Nordic Group (BoE)	Delegat	Harald Bredrup, Mack		2017	Ikke på valg
Nordic Group (BoE)	Delegat	Petter Nome, BROD		2017	Ikke på valg
Den Skandinaviske Bryggerhøjskole	Styremedlem	Terje Aass, Aass	Rapportering til og fra BROD skjer gjennom Chr. Aass	2017	Ikke på valg

Oslo, 08.05.2016

Sign.
Harald Bredrup, styreleder



Petter Nome, direktør