

**Valvira**Sosiaali- ja terveysalan
lupa- ja valvontavirasto**Kieltopäätös**

1 (6)

Dnro V/17370/2020

8.4.2022

Anora Group Oyj
PL 350
00101 Helsinki

1505555-7

Markkinointia koskeva kielto

Alkoholilain 68 §:n mukainen kieltopäätös koskien alkoholilain 50 §:n markkinointia koskevien säännösten rikkomista

Toteutettu mainonta

Anora Group Oyj:n (jäljempänä Anora) verkkosivuilla <https://anora.com/fi> on julkaistu useassa kohdin väkevien alkoholijuomien tuotemerkkejä, kuvia sekä kuvailuja. Otsikon "Anora yrityksenä" alla "Brändimme" -alasivulla on lista Anoran tärkeimmistä brändeistä, kuvia tuotteista ja kuvailevia tekstejä. Otsikon "Sijoittajat" -alasivulla "Anora sijoituskohteena" alla on lueteltu osa yhtiön brändeistä muun yhtiön toiminnasta kertovan tekstin yhteydessä. Samat tuotemerkit on lueteltu muun tekstin yhteydessä myös yhtiön toiminnasta yleisemmin kertovalla "Anora yrityksenä" -sivulla. Lisäksi Anoran ylläpitämällä <https://viinimaa.fi>-sivustolla on julkaistu tuoteluettelo, jossa on esitelty kaikki Anoran tuotteet.

Sivulla "Brändimme" (<https://anora.com/fi/anora-yrityksena/brandimme>) on otsikon yläpuolella julkaistu kuva, jossa on rivissä kymmenen alkoholijuomapakkausta. Pakkauksista viisi on väkeviä alkoholijuomia, joita Anora valmistaa tai tuo maahan. Kuvasta on helppoa tunnistaa tuotteet tietyiksi väkeviksi alkoholijuomiksi.

"Brändimme" -alasivulla on listattu allekkain kymmenen brändiä. Brändit ovat samat, joiden tuotteet näkyvät myös otsikon yläpuolella olevassa kuvassa. Brändeistä viisi kymmenestä edustaa väkeviä alkoholijuomia. Jokaisesta brändistä on julkaistu oma kuvansa ja brändiä esittelevä teksti. Teksteissä kerrotaan vaihtelevasti tarinoista alkoholijuomien taustalla, alkoholijuomien raaka-aineista ja tuotteiden voittamista palkinnoista. Lisäksi teksteissä kuvaillaan tuotteiden makua ja käyttötarkoitusta esimerkiksi cocktailien ainesosana. Alla on nostettu esiin muutamia esimerkkejä sivulta.

Esimerkiksi Koskenkorva-vodkasta kerrotaan seuraavasti: "Kun yhdistetään pohjoisissa olosuhteissa kasvanut ohra, puhdas ja käsittelemätön pohjavesi sekä jatkuvatoiminen tislusprosessi, saadaan aikaan tuotteen omaleimainen maku. Koskenkorva on voittanut useita palkintoja alan kansainvälisissä kilpailuissa.

Linie Aquavitistä kerrotaan "Yli 200 vuoden ajan jokainen LINIE Aquavit -tynnyri on matkannut merta pitkin ylittäen päiväntasaajan kahdesti.

Dnro V/17370/2020

8.4.2022

Aaltoileva liike, lämpötilan vaihtelu sekä kosteus antavat LINIE Aquavittille sen ainutlaatuisen pehmeän maun. Myös tänä päivänä jokainen pisara kaadetaan vanhoihin tammisiin sherryynyriihin ja lähetetään merimatkalta kypsyään.”

O. P. Anderson -akvaviitistä kerrotaan, että ”Akvaviitti on mielenkiintoinen, erittäin pohjoismainen väkevien alkoholijuomien kategoria, ja baarimestarit pitävät akvaviittejä erinomaisena cocktailin ainesosana.”

Skagerrak Ginistä todetaan ”Skagerrak Gin on luotu läheisessä yhteistyössä kuuden pohjoismaisen baarimestarin kanssa. Tässä klassisessa kuivassa ginissä maistuu katajan lisäksi pohjoisen luonnon maut, mm. karhunputki, seljankukka, ruusunmarja sekä merilevä.”

Suomalainen Altia Group Oyj ja norjalainen Arcus ASA yhdistyivät syyskuussa 2021 Anora Oyj:ksi. Yhtiön vanhoilla verkkosivuilla <https://altiagroup.com/fi> on julkaistu otsikon ”Brändimme” alla lista Altian tärkeimmistä brändeistä.

Sivulla ”Brändimme” (<https://altiagroup.com/fi/brandimme>) on otsikon yläpuolella julkaistu kuva, jossa on rivissä kymmenen alkoholijuomapulloa. Pulloista kahdeksan on väkeviä alkoholijuomia, joita Altia valmisti tai toi maahan. Kuvasta on helppoa tunnistaa tuotteet tietyiksi väkeviksi alkoholijuomiksi.

”Brändimme” -sivulla on listattu allekkain kymmenen brändiä. Brändit ovat samat, joiden tuotteet näkyvät myös otsikon yläpuolella olevassa kuvassa. Brändeistä kahdeksan kymmenestä edustaa väkeviä alkoholijuomia. Myös tällä sivulla jokaisesta brändistä on julkaistu kuva ja brändiä esittelevä teksti. Teksteissä kerrotaan vaihtelevasti tarinoista alkoholijuomien taustalla, alkoholijuomien raaka-aineista ja tuotteiden voittamista palkinnoista.

Osoitteessa <https://viinimaa.fi/juomat> on julkaistu tuoteluettelo. Tuoteluettelossa on esitetty kaikki Anoran tuotteet. Tuotteista on kerrottu perustiedot, esimerkiksi tuote- ja pakkaustyytit, koko sekä alkoholipitoisuus. Lisäksi tuotteista on julkaistu tuotekuvat ja kerrottu esimerkiksi tuotteiden mausta, väristä ja valmistustavasta.

Asian selvittäminen ja asianosaisen kuuleminen

Valvira on 11.10.2021 pyytänyt yhtiöltä hallintolain (434/2003) 32 §:n mukaista kirjallista selvitystä asiassa sekä varannut asianosaiselle hallintolain 34 §:n 1 momentin mukaisen tilaisuuden lausua asiasta mielipiteensä ja antaa selityksensä asiasta ennen sen ratkaisemista.

Anora on antanut vastauksensa 25.10.2021.

Selityksensä mukaan yhtiö ei ole toimeenpannut kiellettyä markkinointia, eikä Valviran harkitsema markkinointikielto perustu lakiin. Yhtiöllä on

Dnro V/17370/2020

8.4.2022

sananvapauden ja elinkeinovapauden suojaama oikeus toteuttaa yritysviestintää kaikkien sidosryhmien kanssa yhtiöstä, sen toiminnasta ja brändeistä. Yhtiön mukaan viranomaisen hallinnollisilla määräyksillä tai ohjeilla ei voida asettaa lakia pidemmälle meneviä rajoituksia perusoikeuksille. Yhtiön mukaan tällöin luotaisiin viranomaiskäytännöllä ja -tulkinnalla väkeviä alkoholijuomia koskeva täydellinen ilmaisukielto ja laajennettaisiin perusoikeuksia rajoittavan markkinointikiellon soveltamisalaa vastoin lainsäätäjän tarkoitusta ja tarkkarajaisuuden ja täsmällisyyden vaatimusta.

Kielto

Anora Group Oyj:n tulee

- 1) poistaa verkkosivujensa **anora.com** väkevien alkoholijuomien tuotekuvat sekä mainonnalliset kuvailut.
- 2) poistaa verkkosivujensa **altiagroup.com** väkevien alkoholijuomien tuotekuvat sekä mainonnalliset kuvailut.

Verkkosivut on korjattava alkoholilain mukaisiksi 6.5.2022 mennessä

Perustelut

Alkoholilain 50 §:n 1 momentin mukaan väkevien alkoholijuomien mainonta ja muu myyminen edistämistoiminta on kielletty. Väkevien alkoholijuomien markkinointi on sallittua ainoastaan laissa esitetyissä poikkeustapauksissa. Väkevää alkoholijuomaa saa alkoholilain 50 §:n 3 momentin 2 kohdan mukaan markkinoida mm. tietoverkossa esitetyssä valmistajan tuoteluettelossa siten, että kaikki saatavilla olevat juomat esitellään kuluttajille yhdenmukaisella tavalla. Lainsäätäjä on tarkoituksella rajannut tuotetietojen ilmaisemista edellä mainituin keinoin yhteen valmistajan julkaisemaan tuoteluetteloon.

Alkoholilakia uudistettaessa (laki 152/2014) Alkolle ja laiva- ja lentokoneyhtiöiden sekä lentoasemien vähittäismyyntin harjoittajille annettiin oikeus ilmoittaa tuotetiedot verkossa siten, että tuotteet esitetään samalla tavalla ja ilman erityisiä mainoksia. Eduskunnassa tiedostettiin myös väkevien alkoholijuomien valmistajien tarve julkaista tuotetietoja valmistamistaan tuotteista (ks. esimerkiksi LA 109, 110, 111, 112, 113, 114, ja 116/2014), joissa ehdotettiin valmistajille oikeutta lisätä tuotteidensa tuotetiedot verkkosivuilleen. Vuoden 2018 alkoholilain uudistuksessa alkoholilakiin lisättiin uusi poikkeus väkevien alkoholijuomien markkinointikieltoon. Poikkeuksen tarkoituksena oli mahdollistaa myös väkeviä alkoholijuomia valmistavien yritysten julkaista sivuillansa tuotetiedot valmistamistaan tuotteista ilman, että kyse olisi lain vastaisesta väkevien alkoholijuomien markkinoinnista. Hallituksen esityksen HE 100/2017 mukaan käytännössä väkeviä alkoholijuomia saisi siten esitellä esimerkiksi alkoholijuomien tuotekuvilla, tilaajien tarvitsemilla tiedoilla ja ruokasuosituksilla kuten tuotteita nykyisin esitellään esimerkiksi Alkon ja laiva- ja lentoyhtiöiden verkkosivuilla.

Markkinointi ei kuulu sananvapauden ydinalueelle. Kyse on siten sen tulkinnasta, onko kyseessä markkinointikiellon vastainen toiminta vai nk.

Dnro V/17370/2020

8.4.2022

yrityskuvamainonta, jonka ei voida katsoa kuuluvan markkinointikiellon alaisuuteen.

Valvira on katsonut, että tuoteluettelossa voidaan esittää alkoholijuomien asialliset tuotetiedot kuten esimerkiksi alkoholijuoman nimi, valmistajan nimi, pakkauskoko, hinta sekä valmistusmaan tai muun juoman alkuperää kuvaavan alueen nimi. Tuoteluettelossa voidaan kertoa myös alkoholijuoman käyttötarkoitus. Lisäksi tuoteluettelossa on mahdollista esittää alkoholi-juomapullon tai -pakkauksen hillitty kuva. Kuva tuotteesta tai sen vähittäismyyntipakkauksesta voidaan antaa tuotetietona ainoastaan muuhun tuotetietoon liitettynä.

Yhtiön tuoteluettelo on julkaistu sivustolla www.viinimaa.fi. Tuoteluettelossa kaikki yhtiön saatavilla olevat tuotteet on esitelty kuluttajille yhdenmukaisella tavalla.

Anora Oyj:n verkkosivustoilla anora.com ja altiagroup.com olevat ”Brändimme”-alasivun luettelot eivät ole alkoholilain 50.3 §:n 2 kohdan mukaisia tuoteluetteloita. Luetteloissa ei esitellä kaikkia saatavilla olevia juomia, vaan vain yhtiön tärkeimmät brändit. Lisäksi varsinainen tuoteluettelo on julkaistu edellä mainitusti yhtiön sivustolla www.viinimaa.fi.

Laissa on lueteltu poikkeukset väkevien alkoholijuomien markkinointikiellosta. Laissa ei ole asetettu väkevien alkoholijuomien markkinointikieltoon poikkeusta sijoittajaviestinnän kohdalla. Yrityskuvamainonta on kuitenkin sallittua myös väkeviä alkoholijuomia valmistavalle, maahantuovalle tai myyvälle yritykselle. Myönteisen yrityskuvan avulla pyritään edistämään tuotteiden myyntiä myös silloin, kun mitään tuotteita tai tuotemerkkejä ei erikseen mainita. Yrityskuvamainonnan avulla luodaan myönteistä kuvaa yrityksestä kertomalla esimerkiksi yrityksen toimintaperiaatteista, tavoitteista, historiasta ja tuotteiden laadusta. Myös yrityksen tiedotustoiminnassa voi olla joissakin tilanteissa tarpeellista mainita yrityksen valmistamista tai maahantuomista tuotteista. Tällaisia ovat Valviran näkemyksen mukaan esimerkiksi vuosikertomukset, työpaikkailmoitukset, yritysesitteet tai yrityksen toimintaa esittelevät verkkosivut.

Yrityskuvamainonta tai tiedotustoiminta voi kuitenkin eräissä tapauksissa muodostua kielletyksi väkevien alkoholijuomien mainonnaksi tai myynninedistämiseksi. Toiminnan lainmukaisuuden arviointi riippuu tällöin mm. siitä, mille kohderyhmälle tiedotus on suunnattu, miten huomiota herättävästi tuotteet mainitaan ja onko niiden mainitsemiseen liitetty mainonnallisia sävyjä. Tuotteiden mainoskuvien tai tunnuskuvien käyttö kuvituksena antaa helposti vaikutelman myynninedistämistarkoituksesta.

Hallinto-oikeus on päätöksessään 04243/15/7209 todennut, ettei yrityksen brändien esitlemistä verkkosivujen yritysesittelytekstissä voida sellaisenaan pitää tuotteiden myynninedistämistoimintana, kun tuotemerkit oli esitelty esimerkin omaisesti muun yhtiön toiminnasta ja toimialasta kertovan kuvauksen yhteydessä. Anoran sivuston ”Sijoittajat”-alaotsikon ”Anora sijoituskohteena” alla on lueteltu osa yhtiön brändeistä hallinto-oikeuden

Dnro V/17370/2020

8.4.2022

ratkaisussa esitetyin tavoin muun yhtiön toiminnasta kertovan tekstin yhteydessä. Kyseessä on otsikkonsakin perusteella nimenomaan sijoittajille tarkoitettu informatiivinen luettelo niistä brändeistä, jotka voivat vaikuttaa sijoituspäätökseen. Valviran näkemyksen mukaan kyseisen kaltainen tuotteiden esittely voi olla oikeuskäytännössä sallittua yrityskuvamainontaa.

"Brändimme" -alasivulla olevassa listauksessa tuotteet on listattu mainonnallisten kuvien kanssa kuluttajille avoimella sivustolla. Kuvien vieressä olevissa teksteissä kerrotaan vaihtelevasti tarinoista alkoholijuomien taustalla, alkoholijuomien raaka-aineista ja tuotteiden voittamista palkinnoista. Lisäksi teksteissä kerrotaan mm. tuotteiden mausta ja käyttötarkoituksesta. Tekstit ovat mainonnallisia, eikä niitä sen vuoksi voida pitää neutraalina ja vain sijoittajille suunnattuna tiedotustekstinä. Sijoittajille suunnattu informaatio löytyy sivuston otsikoinninkin perusteella yllä mainitulta "Anora sijoituskohteena" -alasivulta.

Merkitystä asiassa ei voida antaa myöskään sille, onko verkkosivujen viestintä suunnattu Suomeen vai ulkomaille, koska sähköisen viestinnän palveluista annetun lain mukaan Suomen toimivaltaisten viranomaisten on valvottava, että Suomeen sijoittautuneet tietoyhteiskunnan palvelun tarjoajat, noudattavat yhteensovitulla alalla Suomen lakia myös silloin, kun palvelujen tarjonta kohdistuu yksinomaan tai pääasiassa toiseen ETA-valtioon. Tällöin myös ulkomaille suunnattua sijoitusviestintää tulee arvioida Suomen alkoholilainsäädännön mukaan.

Edellä mainituin perustein Valvira katsoo, että anora.com ja altiagroup.com verkkosivustojen väkevien alkoholijuomien tuotekuvissa sekä mainonnallisissa kuvailuissa on kyse alkoholilain 50 §:ssä kielletystä väkevien alkoholijuomien markkinoinnista.

Sovelletut oikeusohjeet Alkoholilain (1102/2017) 3 §:n 1 momentin 3 kohdan mukaan miedolla alkoholijuomalla tarkoitetaan alkoholijuomaa, joka sisältää enintään 22 tilavuusprosenttia etyylialkoholia ja 4 kohdan mukaan väkevällä alkoholijuomalla tarkoitetaan alkoholijuomaa, joka sisältää enemmän kuin 22 tilavuusprosenttia etyylialkoholia.

Alkoholilain 3 §:n 1 momentin 16 kohdan mukaan markkinoinnilla tarkoitetaan mainontaa, epäsuoraa mainontaa ja muuta myynninedistämistoimintaa.

Alkoholilain 50 §:n 1 momentin mukaan väkevän alkoholijuoman markkinointi on kielletty.

Alkoholilain 50 §:n 3 momentin mukaan 1 momentissa säädetystä poiketen väkevää alkoholijuomaa saa markkinoida 2 momentissa säädettyin rajoituksin väkevien alkoholijuomien valmistus-, vähittäismyynti- ja anniskelupaikoissa, painetussa tai tietoverkossa esitetyssä vähittäismyynti- tai anniskeluhinnastossa sekä valmistajan tai tukkumyyjän tuoteluettelossa siten, että kaikki saatavilla olevat juomat esitellään kuluttajille

Dnro V/17370/2020

8.4.2022

yhdenmukaisella tavalla; sekä muutoinkin alkoholijuomien myyntiin osallistuville, ei kuitenkaan kuluttajille avoimna olevassa tietoverkossa.

Jos alkoholijuomaa markkinoidaan 50 §:n vastaisesti, voi valvontaviranomainen kieltää markkinoinnin tilaajaa tai toimeenpanijaa sekä näiden palveluksessa olevaa jatkamasta tai toistamasta säännösten vastaista toimintaa (alkoholilain 68 §).

Valvontaviranomainen voi kiellosta päättäessään tai väliaikaisen kiellon määrätessään velvoittaa kiellon saaneen oikaisemaan menettelyn asetetussa määräajassa ja määrätyllä tavalla, jos sitä säännösten vastaisesta menettelystä aiheutuvien ilmeisten haittojen vuoksi on pidettävä tarpeellisena (alkoholilain 69 §).

Valvontaviranomainen voi alkoholilain 70 §:n mukaan tehostaa tämän lain säännösten perusteella antamaansa kieltoa tai määräystä taikka määräämäänsä oikaisua uhkasakolla tai uhalla, että asetetun määräajan jälkeen tekemättä jätetty toimenpide teetetään laiminlyöjän kustannuksella.

Suomen toimivaltaisten viranomaisten on valvottava, että Suomeen sijoittautuneet tietoyhteiskunnan palvelun tarjoajat, noudattavat yhteensovitetulla alalla Suomen lakia myös silloin, kun palvelujen tarjonta kohdistuu yksinomaan tai pääasiassa toiseen ETA-valtioon (laki sähköisen viestinnän palveluista 917/2014 175§).

Muutoksenhaku

Alkoholilain 82 §:n nojalla tähän päätökseen ei saa valittamalla hakea muutosta. Asia voidaan hakemuksella saattaa markkinaoikeuden tutkittavaksi 30 päivän kuluessa päätöksen tiedoksisaannista. Ohje hakemusmenettelystä on liitteenä (liite 2).

Ratkaistu: 08.04.2022
Ratkaisija: Henriksson Markus
Virka-asema: Ylijohtaja
Esittelijät:
Ritari Anne, Lakimies

Asiakirja on sähköisesti allekirjoitettu
asiankäsittelyjärjestelmässä.
Allekirjoituksen oikeellisuuden voi todentaa kirjaamosta.

Lisätiedot

Lakimies Anne Ritari, 0295 209 413, anne.ritari@valvira.fi.

Liitteet

Kuvia toteutetusta markkinoinnista





Kuva 1.



<https://anora.com/fi/anora-yrityksena/brandimme> 6.4.2022

Kuva 2.

Koskenkorva®



Koskenkorva on luonnon puhtaista raaka-aineista valmistettu klassinen vodka. Vuodesta 1953 saakka valmistettu Koskenkorva tislataan edelleen Koskenkorvan kylässä Etelä-Pohjanmaalla. Kun yhdistetään pohjoisissa olosuhteissa kasvanut ohra, puhdas ja käsittelemätön pohjavesi sekä jatkuvatoiminen tislusprosessi, saadaan aikaan tuotteen omaleimainen maku. Koskenkorva on voittanut useita palkintoja alan kansainvälisissä kilpailuissa.

Vastuullisuus on tärkeä osa Koskenkorvan brändiä. Koskenkorvan tislaamo on bio- ja kiertotalouden edelläkävijä. Altia ja Koskenkorvan tislaamo voittivat Green Company of the Year -palkinnon The Drinks Business -lehden järjestämässä Drinks Business Green Awards 2018 -kilpailussa.

<https://anora.com/fi/anora-yrityksena/brandimme> 6.4.2022

Dnro V/17370/2020

8.4.2022

Kuva 3.



LINIE Aquavit

LINIE Aquavit on ikoninen norjalainen akvaviitti sekä samalla maailman vanhin akvaviitti. Yli 200 vuoden ajan jokainen LINIE Aquavit -tynnyri on matkannut merta pitkin ylittäen päiväntasaajan kahdesti. Aaltoileva liike, lämpötilan vaihtelu sekä kosteus antavat LINIE Aquavittille sen ainutlaatuisen pehmeän maun. Myös tänä päivänä jokainen pisara kaadetaan vanhoihin tammisiin sherryynnyreihin ja lähetetään merimatkalta kypsymään.

LINIE Aquavittia on valmistettu samalla reseptillä vuodesta 1821 lähtien. Juoma valmistetaan norjalaisesta perunasta ja maustetaan mm. kuminalla ja tähtianiksella. Pohjoisen kesän pitkät päivät ja kylmät yöt antavan kuminalle sen runsaan maun, jollaista ei löydy muualta maailmasta.

<https://anora.com/fi/anora-yrityksena/brandimme> 6.4.2022

Kuva 4.



O. P. Anderson®

Akvaviitti on mielenkiintoinen, erittäin pohjoismainen väkevien alkoholijuomien kategoria, ja baarimestarit pitävät akvaviittejä erinomaisena cocktailin ainesosana. O.P. Anderson on Ruotsin vanhin ja johtava akvaviitti-brändi, joka on ottanut lupaavia askelia myös muissa Pohjoismaissa. O.P. Andersonin klassinen, mausteinen resepti on ollut innoituksena monille nykyisille akvaviiteille.

Innovaatiot kuten luomu-akvaviitti O.P. Anderson Björk ja ready-to-drink-juomasekoitukset vastaavat modernin kuluttajan vastuulliseen alkoholinkulutukseen.

<https://anora.com/fi/anora-yrityksena/brandimme> 6.4.2022

Dnro V/17370/2020

8.4.2022

Kuva 5.



Skagerrak

Tämän ainutlaatuisen ginin inspiraation lähde on Skagerrakin meri ja sen pohjoinen luonne. Skagerrak Gin on luotu läheisessä yhteistyössä kuuden pohjoismaisen baarimestarin kanssa. Tässä klassisessa kuivassa ginissä maistuu katajan lisäksi pohjoisen luonnon maut, mm. karhunputki, seljankukka, ruusunmarja sekä merilevä.

Pullon ulkoasussa näkyy pohjoisen taivaan sekä Skagerrakin värit ja luonne. Jokainen pullo sinetöidään puisella korkilla, jota koristaa Pohjantähti. Pullon etuosan kolme pistettä symboloivat kolmea Skagerrakia ympäröivää majakkaa.

<https://anora.com/fi/anora-yrityksena/brandimme> 6.4.2022

Kuva 6.



Brändimme

<https://altiagroup.com/fi/brandimme> 6.4.2022

Dnro V/17370/2020

8.4.2022

Kuva 7.

Anora on johtava viinien ja väkevien alkoholijuomien bränditalo Pohjoismaissa sekä vastuullisuuden edelläkävijä alallamme maailmanlaajuisesti.

Meillä on laaja portfolio ikonisia brändejä, kuten Koskenkorva, Linie, Larsen, Skagerrak, Chill Out, Ruby Zin, Wongraven, O.P. Anderson ja Falling Feather. Vientiä meillä on yli 30 markkinalle.

Yhdessä päämiestemme kanssa tuomme laadukkaiden juomien maailman pohjoismaisille kuluttajille. Vahva päämiesportfoliomme sisältää merkittäviä viinejä, kuten Masi, Laroche, Penfolds, Roederer ja Fumees Blanches, sekä tunnettuja väkeviä alkoholibrändejä, kuten Jack Daniels, Fireball, Fernet Branca, Jose Cuervo ja Underberg.

Toimintaamme kuuluvat myös maailmanluokan teolliset toiminnot tislauksessa, pullotuksessa ja logistiikkapalveluissa sekä teknisten etanoliin, juomaetanoliin, rehuraaka-aineiden ja ohratärkkelyksen tuotanto.

Anora syntyi Altian ja Arcuksen yhdistyessä vuonna 2021. Anoran pro forma -liikevaihto oli 665 miljoonaa euroa vuonna 2021 ja työllistämme noin 1 100 ammattilaista Pohjois-Euroopassa, Ranskassa ja Saksassa. Anoran osakkeet on listattu Nasdaq Helsingissä.

<https://anora.com/fi/anora-yrityksena> 6.4.2022