



Vi selger med ansvar

VINMONOPOLETS ÅRS- OG BÆREKRAFTSRAPPORT 2019



4

Administrerende direktør har ordet

6

2019 i korte trekk

8

Vinmonopolets rolle i samfunnet

12

Viktige hendelser i 2019

21

Bærekraft i Vinmonopolet

23

Vinmonopolets bærekraftstrategi

24

FNs bærekraftsmål

26

Våre styrende dokumenter

28

Våre interessenter

30

Vesentlighetsanalyse

31

Begrense skadevirkningene av alkohol

37

Produktsikkerhet

41

God forretningsetikk

45

Bærekraftig forbrukeradferd

47

Smarte miljø- og klimaløsninger

55

Anstendig arbeid i leverandørkjeden

61

God og inkluderende arbeidsplass

67

Styret, ledelse og regnskap

Organisasjonskart	68
Ledergruppen	69
Styrets beretning 2019	70
Styret	73
Regnskap	74
Revisors beretning	84
Salget 2019	88

110

2019 Highlights

113

GRI-indeks



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:

Jarle Hagen (s. 1, 8, 10, 23, 26, 88, 96)
Jonx Pillemer (s. 2, 20, 58)
Maja Petric/Unsplash (s. 3)
Glenn Røkeberg (s. 5, 19, 44, 59, 69, 73, 112, 118)
Vinmonopolets bildemark (s. 9, 39)
Ellen Johanne Jarli (s. 12, 13, 38, 52, 67)
Håkon Skurtveit (s. 15)
Svein Strand (s. 16, 18, 54, 63, 65)
Getty Images (s. 19, 44)
Anne Enggrav (s. 49)
Rolf Eriksen (s. 54)
Juuso Paloniemi, Alma 360 (s. 57)

Trykk:

RK Grafisk
Trykt på miljøvennlig papir.
Opplag: 1 200



Om denne rapporten

Nå har vi for første gang slått sammen års- og bærekraftsrapporten til én rapport: Vinmonopolets års- og bærekraftsrapport 2019. Dette gjør vi da fjorårets to rapporter var sammenfallende på flere områder, og fordi bærekraft er en naturlig integrert del av vår kjernevirksomhet.

Rapportens første del omfatter hendelser fra året som har gått, som tidligere var en del av årsrapporten. Fra [side 21](#) «Bærekraft i Vinmonopolet» rapporteres det i henhold til det internasjonale og anerkjente rapporteringsrammeverket Global

Reporting Initiative (GRI). Her vil man også finne informasjon man tidligere fant i årsrapporten, som for eksempel informasjon om ansatte, miljø, holdningsarbeid, etisk handel osv.

Basert på en analyse av hvilke temaer innen bærekraft som er viktigst for bedriften og våre interessenter, har vi valgt ut 57 indikatorer vi rapporterer på. Vi har også tatt med to egendefinerte indikatorer som ikke er en del av GRI-malverket, for å få en så presis rapport som mulig. Rapporten er laget etter den siste versjonen av

GRI Standards på core-nivå og innholdet er revidert og godkjent av PwC.

Fra [side 67](#) «Styret, ledelse og regnskap» finner man informasjon om selskapets drift, styring og økonomi, inkludert styrets beretning. I tabellen «GRI-indeks» bakerst i rapporten fremkommer det hvilke GRI-indikatorer vi har rapportert på. Tabellen gir henvisninger til hvor i rapporten eller på hvilke nettsider man finner informasjon om hver indikator.



Administrerende direktør har ordet

Vi selger med ansvar

I vår tid er det lett å snakke om bærekraftige løsninger, men ikke like lett å foreta valg som faktisk fører samfunnsutviklingen i en positiv retning. Jeg er stolt over at det står handling bak ordene vi bruker i Vinmonopolet.

I Vinmonopolet selger vi med ansvar. Vårt samfunnsoppdrag er at selve vinmonopolordningen skal bidra til å begrense skadevirkningen av alkohol, og er grunnlaget for alle beslutninger vi tar, og gjennomsyrrer alt arbeid som gjøres i bedriften. Dette innebærer at vi ikke skal selge alkohol til mindreårige eller berusede personer, og at vi driver med holdningskapende arbeid som fremmer et ansvarlig alkoholforbruk. Vi tar også ansvar for å sikre etisk produksjon av varene vi selger. Våre etiske retningslinjer skal følges i hvert ledd av verdikjeden, helt ned til råvareprodusent. Når det gjelder ansvar for klima og miljø, jobber vi aktivt for å minske vårt klimafotavtrykk, både her hjemme og bakover i verdikjeden. Hvordan vi jobber med dette, kan du lese om i denne rapporten. I år har vi slått sammen års- og bærekraftsrapporten til én rapport. Det vil tydeliggjøre vår kommunikasjon til kundene og samfunnet for øvrig om hva vi gjør for å gå foran med bærekraftige løsninger.

Et bærekraftig år

I 2019 har stortingsmelding 8 (2019–2020) *Statens direkte eierskap i selskaper – Bærekraftig verdiskaping* vært førende for Vinmonopolet. Staten er en ansvarlig eier med et langsiktig perspektiv. Fellesskapets verdier skal forvaltes på en måte som gir tillit hos allmennheten. Som en statlig eid bedrift har vi nå fått enda tydeligere forventninger til hvordan vi styrer vår drift. Dette gjelder blant annet åpenhet, mangfold og ansvarlighet. Vi skal skape verdier både i dag og for fremtiden –

dermed er det viktig å opptre ansvarlig og redelig.

Jeg er stolt av at vi i 2019 fikk etablert vår første bærekraftstrategi. Den er basert på vår definisjon av bærekraft, som i korte trekk dreier seg om tre temaer: alkohol og helse, klima og miljø og sosiale forhold både i egen organisasjon og bakover i verdikjeden. Strategien bygger på Vinmonopolets overordnede selskapsstrategi og målet om å være en ansvarlig og aktiv alkoholpolitisk samfunnsaktør. Videre står det i selskapsstrategien at Vinmonopolet skal jobbe for å innfri FNs bærekraftsmål, i hovedsak de fem målene som er mest relevante for oss (se s. 24–25). Det er særlig FNs bærekraftsmål nr. 3, god helse, herunder delmål 3.5 om å styrke forebygging og behandling av misbruk og skadelig bruk av alkohol, som gjør at bærekraftstrategien knyttes tett opp mot samfunnsoppdraget vårt.

Bærekraftstrategien består av syv byggeklosser. Temaene deles inn i to grupper: fundament og strekksmål. Temaer som er fundamentale, representerer områder hvor vi allerede er gode, og som vi må innfri til enhver tid. Dette er: begrense skadevirkningene av alkohol, sikre produktsikkerhet og god forretningsetik. Strekksmål er derimot satsingsområder hvor vi skal ha høye ambisjoner, hvor vi gjerne skal gå foran og være en foregangsbedrift andre kan se opp til og lære av. Vi har satt oss strekksmål innen følgende områder: bærekraftig forbrukeradferd, smarte miljø- og klimaløsninger, anstendig arbeid og god og inkluderende arbeidsplass.

Andre høydepunkter

I tillegg til bærekraftstrategien vil jeg trekke frem noen av de mange tingene jeg er stolt av i året som har gått.

Vi har fått mange nyhetsoppslag i lokal presse om vår samfunnsrolle, takket være

våre lokale helter i butikkene rundt omkring i landet. Ansvarlig salg engasjerer både butikkansatte og lokalsamfunn. Holdningskampanjen om ansvarlig alkoholforbruk og omsorgsfulle råd rettet mot studenter fikk mye positiv oppmerksomhet. Som året før ser vi også en økning i salget av alkoholfrie varer i 2019, det steg med hele åtte prosent. Dette er forhåpentligvis et tegn på at nordmenn har blitt mer opptatt av å ha en sunn drikkekultur. Det var en vekker for oss at vi for første gang på 15 år ikke vant Juventes alderskontrollmåling i 2019. Vi ble riktignok nummer to, men det er vi ikke fornøyd med. Her må vi se på tiltakene våre og strebe etter å bli enda bedre. Holdningsskapende arbeid innen temaet alkohol og helse skal sammen med søkelys på ansvarlig salg i butikk og på nett gjøre at vi oppfyller vårt samfunnsoppdrag også i årene som kommer.

Videre har vi økt innsatsen for etisk handel ved å inngå samarbeid med organisasjonen Stronger Together, som jobber for å motvirke moderne slaveri både i Sør-Afrika og i California i USA. I tillegg jobber vi nå med dyktige samarbeidspartnere for å bedre arbeidsforholdene på sukkerørspantasjer i Latin-Amerika og forholdene for innleid arbeidskraft i Italia. På miljøsidene har vi i 2019 innført krav om pantemerke på all emballasje som kan pantes. Dette har medført at antall produkter med pantemerke i sortimentet ble mer enn doblet i løpet av året. Vi stiller krav til miljøsmart emballasje på alle nye stille viner under 150 kroner og vurderer løpende miljøsmart emballasje for øvrige varegrupper og prisklasser i anbudsprosessene. Dette har ført til en økning av miljøsmart emballasje i vårt sortiment – noe som har stor betydning for vårt totale miljøgassutslipp. Gjennom vårt posesalg har vi i 2019 overført nærmere 10

millioner kr til Handelens Miljøfond som jobber for å minimere plastforsøpling landet over. Vi har også stilt krav om miljøhensyn og etisk handel i alle våre offentlige anbud i året som har gått.

Som i mange andre deler av samfunnet ser vi også en digital trend blant Vinmonopolets kunder. Det var en økning på 22 prosent av salget i nettbutikk, og stadig flere kunder benytter seg nå av Vinmonopolets app.

Fremtiden – eksterne og interne forhold

Jeg er optimistisk på vegne av Vinmonopolet for fremtiden, men ser også at det er ting vi fortsatt må jobbe med. Vårt arbeid med etisk handel i produksjonsleddet vil avdekke forhold vi ikke aksepterer. Selv om det stort sett er gode arbeidsforhold i vår industri, vet vi at det dessverre ikke er tilfelle alle steder. Vi må være forberedt på at det kan dukke opp nye nyhetssaker, TV-dokumentarer og negativ presseomtale om hvordan Vinmonopolet håndterer uakseptable arbeidsforhold i vår leverandørkjede. Klimaendringene er en annen åpenbar bekymring. Økte gjennomsnittstemperaturer, vannmangel og skogbranner er en direkte trussel for vår industri. Dette vil påvirke oss. Vi må gjøre de grepene vi kan, og hele tiden jobbe med å tilpasse oss og finne smarte løsninger på miljøfeltet.

Det er viktig for oss å ta vare på egne ansatte. Mange av våre medarbeidere ønsker å jobbe mer. Med mange små butikker og begrensede åpningstider er det imidlertid krevende å finne løsninger som passer for alle. Vi jobber nå med konkrete tiltak som å øke størrelsen på kontrakter i samsvar med mertidsbruk over tid, redusere bruk av mertid og bedre planlegging av timebruk basert på sesong – for å nevne noe. Dette vil forhåpentlig-



vis bidra til at flere ansatte kan få økt sine kontrakter.

Noe jeg ser veldig frem til, er det nye opplæringsprogrammet vårt, Polakademiet, som kommer i 2020. Varefaglig kunnskap og kundeveiledning er noe av det som kjennetegner Vinmonopolet, og det som skiller oss mest fra annen detaljhandel. Derfor er opplæring og medarbeiderutvikling spesielt viktig for oss, både for å opprettholde posisjonen som inspirerende og kunnskapsrik faghandel i verdensklasse og ikke minst for å ivareta de ansattes trivsel og stolthet.

Med stolte og kompetente ansatte, som kontinuerlig jobber for å levere gode kundemøter, som skal omfatte bærekraft, skal vi sikre at Vinmonopolet også i fremtiden er Norges beste faghandel og ønsket av alle.

Elisabeth Hunter
administrerende direktør



2019 i korte trekk



82,6 mill. liter solgt

Salget økte med 0,7 prosent i 2019, målt mot 2018. Veksten målt i liter ren alkohol var på 0,9 prosent. Årsaken til noe sterkere vekst for liter ren alkohol enn vareliter kan trolig tilskrives meteorologiske forhold, både i Norge og utlandet.



2 571 993

kunder viste legitimasjon uoppfordret i våre butikker. Totalt ble alder kontrollert i 3,8 millioner kundemøter, som tilsvarer 10,8 prosent av alle kundemøtner i 2019.

Seks auksjoner

**5 288 objekter
97 % andel solgt**



KPMGs Customer Experience Excellence 2019

Undersøkelsen viser at nordmenn har høy tillit til Vinmonopolet og setter spesielt pris på personlig veiledning i butikk og en enkel, problemfri handel.



**Amfori member award
vinner i kategorien
«Committment»**

for å ha utvist en sterk forpliktelse i arbeidet med positiv og bærekraftig endring.



**334
butikker**



**443
leverandører**



66 % kvinner, 34 % menn

**1 862
ansatte**



**26 176
TILGJENGELIGE PRODUKTER
FRA 87 LAND**

salgsinntekter
14 303 mill. kr
OMSETNING KR TOTALT



70 %
ØKNING I SALGET AV PRODUKTER
MED PANTEMERKE



22 %
ØKNING I OMSETNING
I NETTHANDEL FRA 2018



26 inspeksjoner og revisjoner
ble gjennomført i risikoland – for å forbedre
arbeidsforhold i vår industri.

Vi gjennomførte 14 kurs om anstendig arbeid
for produsenter, underleverandører og lokale fagforeninger
i Argentina, Chile, Italia, Mexico, Sør-Afrika og på Cuba.



35,5 %
AV VINFLASKENE VI SOLGTE,
VAR AV MILJØSMART EMBALLASJE



8,8 mill. kr
BLE OVERFØRT TIL HANDELENS
MILJØFOND FRA VÅRT PLASTPOSESALG
(50 øre per pose)



**Virkes
handelspris**

Vinmonopolet vant på grunn av en solid satsing
på kundeservice, faghandel og samfunnsansvar.



**Kantar TNS
omdømmemåling**

Vinmonopolet kom på 1. plass for
syvende år på rad, med hele 96 poeng.
Vi stiger med 8 poeng fra ifjor, den fjerde
beste forbedringen av alle selskaper.

36 945

TIMER INTERN OPPLÆRING
BLE GJENNOMFØRT.



166 kurs
FOR KUNDER BLE ARRANGERT,
3 988 DELTOK TIL SAMMEN.



15 år
GJENNOMSNITTLIG
ANSETTELSESTID



35,4 mill.
EKSPEDISJONER
I BUTIKK



283 291
ORDRE I NETTBUTIKKEN,
22 % ØKNING FRA 2018



8 %
ØKNING I SALG AV
ALKOHOLFRIE VARER

Vinmonopolets rolle i samfunnet

Vinmonopolet har enerett på salg av brennevin, vin og sterkøl til forbruker og er et heleid statlig aksjeselskap underlagt Helse- og omsorgsdepartementet.

Vinmonopolets rolle er todelt. Arbeidet med å sørge for at alkohol omsettes på en ansvarlig måte, skal balanseres mot den økende interessen for produktene fra engasjerte kunder. Vi skal begeistre og skape inspirerende

kundeopplevelser. Vi skal være Norges beste faghandel og ledende på kundeservice, både fysisk og digitalt. Dette jobber vi med hver eneste dag. Samtidig skal vi begrense skadevirkningene av alkohol gjennom ansvarlig

salg og redusert tilgjengelighet. Dette er en krevende balanse. Det som driver oss, er å gjøre samfunnet litt bedre – for alle. Derfor er vår visjon, **Ønsket av alle**, en god rettesnor for et entusiastisk og ansvarlig salg av alkohol.





1 Listebærere foran folkeavstemningen i oktober 1919
 2 Fasade i Oslo, Huitfeldts gate 11, ca. 1926. 3 Kø utenfor Torget 12 i Oslo, ca. 1928. 4 Bestyrer Kristiansen ved Vinmonopolet på Stortorvet i Oslo, oktober 1962.

Et tilbakeblikk

1800-tallet:

Alkoholmisbruk var på 1800-tallet et betydelig problem i Norge. Rundt 1840 drakk hver voksne nordmann i gjennomsnitt 13 liter ren alkohol i året, sammenlignet med om lag 6 liter i dag. Etter hvert vokste motstanden mot alkoholbruk blant folk flest. Dette kom til uttrykk i en sterk avholdsbevegelse.

1919

Ved en folkeavstemning i 1919 stemte 61,6 prosent ja til totalforbud mot omsetning av brennevin og hetvin. Totalforbudet ble møtt med protester i Europas alkoholeksporterende land, som svarte med trusler om straffetoll på norske varer, eksempelvis fisk og kunstgjødsel.

1922

Kompromissløsningen ble opprettelsen av et statlig kontrollert vinmonopol. Vinmonopolet ble etablert 30. november 1922. Hensikten med opprettelsen av Vinmonopolet var å sikre ansvarlig salg av alkohol over hele landet.

1931

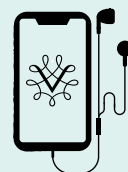
Siden 1931 har Vinmonopolet vært underlagt alkoholloven, som regulerer alkoholomsetning i Norge. AS Vinmonopolet har enerett på salg av brennevin, vin og sterkøl til forbruker og er et heleid statlig aksjeselskap underlagt Helse- og omsorgsdepartementet.

2019

Vår viktigste oppgave er fremdeles den samme som i 1931: å sikre ansvarlig salg av alkohol.

Tips:

Hør Vinmonopolets podkast, episoden «Fra pest til pol – Vinmonopolets historie», en morsom og grundig forklaring om hvordan Vinmonopolet ble til.



Regulert tilgjengelighet

Nordmenn flest er kjent med at Vinmonopolet ikke alltid er åpent og ikke finnes på hvert gatehjørne. Alkoholforskning viser at regulert tilgjengelighet er et effektivt virkemiddel for å forhindre alkoholskader i samfunnet. Alkoholmisbruk rammer familier og enkeltmennesker og utgjør en stor kostnad for samfunnet hvert år. Derfor har vi et vinmonopol.

Ansvarlig salg

Vinmonopolet er ikke drevet av privatøkonomiske insentiver. Det viktigste vi gjør, er å selge alkohol med ansvar. Derfor jobber vi aktivt med å hindre salg av alkohol til mindreårige, både gjennom å systematisk sjekke legitimasjon og avverge situasjoner hvor eldre langer alkohol til yngre. Vi avviser salg til synlig berusede personer. Vi er underlagt alkoholreklameforbudet og har ingen salgskampanjer.

Nordmenn drikker minst i Norden

Vinmonopolets oppgave er å minimere skadene av alkohol i samfunnet. Da er det inspirerende å se tegn på at monopolordningen har ønsket effekt. Tall fra den finske rapporten *The Nordic alcohol market 2018* viser at Norge og de andre nordiske landene, som har veletablerte monopol-utsalgsløsninger for alkohol, har betydelig

lavere alkoholforbruk per innbygger enn land med mindre kontrollerte utvalgssystemer. Nordmenn har i følge rapporten lavest alkoholkonsum i Norden. Dette er en indikasjon på at monopolordningen fungerer.

Høy varefaglig kompetanse og eksepsjonell kundeservice

I dag er A/S Vinmonopolet en aktuell og inspirerende faghandel i verdensklasse. Vi skal begeistre og imponere kundene våre, skape tillit og gi trygghet.

Vinmonopolets identitet forvalter en historisk verdi. Den forteller en unik historie om kunnskap, håndverk og faglig tyngde, men også om sanselige opplevelser som smak, lukt og følelser.

Vinhandel i verdensklasse

Vinmonopolets vareutvalg er blant verdens største og beste. I tillegg til alkoholholdige drikkevarer har vi de siste årene fått et bredt utvalg av alkoholfrie varer. Målet vårt er å ha et kunderettet og lønnsomt sortiment som bidrar positivt til Vinmonopolets omdømme. Sortimentet skal dekke alle våre kundesegmenters faktiske og forventede etterspørsel, være innovativt og samtidig lønnsomt som helhet.



26 176

Tilgjengelige artikler

87

Antall land

443

Antall leverandører

6 287

Antall produsenter

Italia (20 108 350 liter)

Mestselgende vinland

Norge (1 617 166 liter)

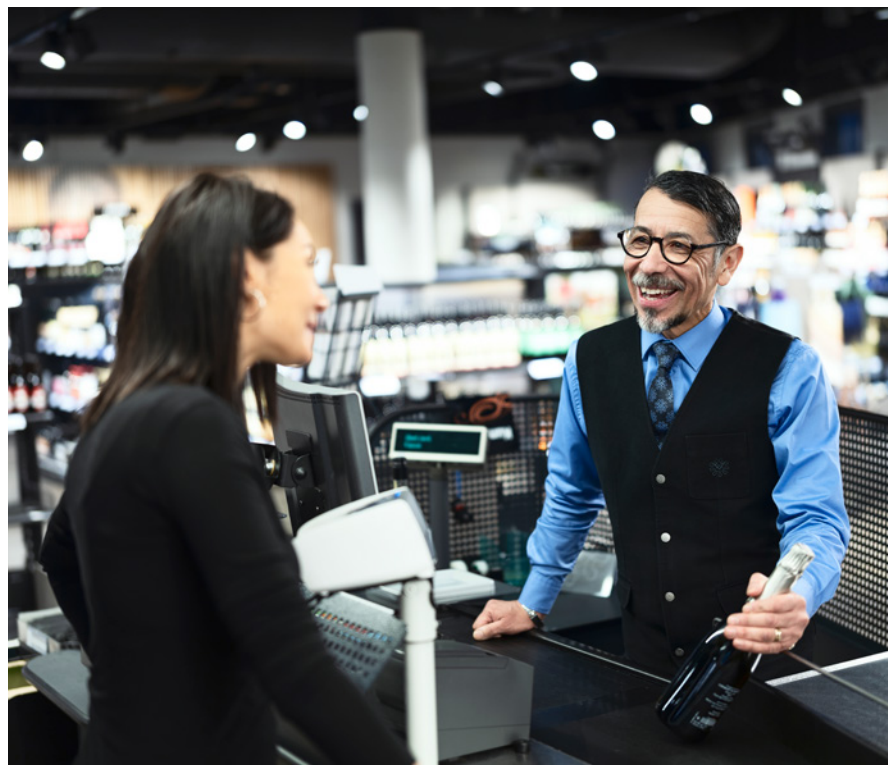
Mestselgende øl-land

Vodka

Mestselgende type brennevin

Alkoholfri musserende drikk

Mestselgende alkoholfrie produktkategori



Visjon:
Ønsket
av alle

Verdier:
Raus
Solid
Dynamisk

Leder-
prinsipper:
Inspirere
og involvere
Balansere
Utvikle
og utfordre

Her finner du oss

Vinmonopolets styre vedtar hver høst åpning av nye vinmonopolbutikker. Vinmonopolet etablerte tre nye butikker i 2019, og hadde 334 butikker i drift ved utgangen av 2019. Ca. 97,5 prosent av befolkningen bor nå i en kommune med pol eller mindre enn 30 km fra nærmeste pol. De 334 butikkene gir en langt mer begrenset tilgjengelighet til alkohol enn om vin og brennevin skulle vært solgt for eksempel gjennom dagligvarebutikker, som det finnes ca. 4 500 av i Norge.

Vi åpnet tre butikker i 2019

Drammen: Drammen CC

– åpnet 25. mars

Kvinnherad: Rosendal

– åpnet 13. juni

Hurum: Sætre

– åpnet 14. november

Vi stengte én butikk i 2019

Holmlia (midlertidig stengt – åpner igjen i september 2021)



Spesialbutikker

Syv spesialbutikker for vin:

Bergen: Valkendorfsгатen

Hamar

Oslo: Aker Brygge

Oslo: CC-Vest

Sandnes: Sentrum

Sandefjord

Trondheim: Valentinlyst



334 butikker

ved utgangen av 2019

97,5 %

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

Elleve spesialbutikker for øl, såkalte +ØL-butikker:

Bergen: Bergen Storsenter

Bodø City Nord

Kristiansand: Lillemarkens

Molde

Oslo: Oslo City

Oslo: Oslo Storo

Oslo: Aker Brygge

Sandnes: Kvadrat

Trondheim: Bankkvartalet

Tromsø: Langnes

Ålesund: Moa

Kundemøter i 2019

35 381 064 ekspedisjoner i butikk i 2019 (34 724 281 i 2018)

163 281 henvendelser til Kundesenteret (135 242 i 2018)

90 214 telefonhenvendelser (69 309 i 2018)

13 758 chat på vinmonopolet.no (13 539 i 2018)

59 309 e-poster til kundesenter@vinmonopolet.no (52 394 i 2018)

Viktige hendelser i 2019

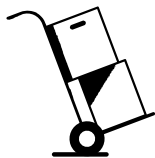
Utmerkelser – endringer – trender



Våre kategori- og produktsjefer jobber med planlegging og innkjøp av produktene du finner på Vinmonopolet.

Varelevering, sortiment og salg

Vareforsyning 2019



De tre største leverandørene leverer **99 %** av volumet fordelt på **51,2 %** av antall leveringer med **76 %** av artikkelnumrene.



134 900 leveringer totalt til butikkene i 2019



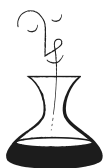
392 nyheter i basis- og partiutvalget
116 nyheter i testutvalget
7 354 nyheter i bestillings- og tilleggsutvalget



26 177 aktive artikler fra
443 leverandører
49 nye leverandører i 2019

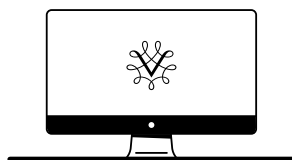
Spesialutvalg

Spesialutvalget gjennomførte i 2019 seks nyhetslanseringer for vin, seks nyhetslanseringer for øl og to nyhetslanseringer for brennevin. Det blir holdt smakinger for butikk og presse i forkant av alle lanseringer. I fjor var det spesielt årgang 2016 fra Bordeaux som skapte stor stemning og fikk pressekorpsset til å juble over den flotte kvaliteten.



103 239 liter

Salget i spesialbutikkene for vin landet på 18 prosent over budsjettert salg.



Spesialutvalget på nett

I 2019 fortsatte spesialutvalget å selge ettertraktede varer i nettbutikken. Salget var på 5 108 liter vin, hvilket er 11 prosent over budsjett. Nettbutikken selger produkter fra alle nyhetslanseringer i spesialutvalget og fører produktene i eget lager. Disse produktene 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.

Alkoholfritt

36 alkoholfrie produkter ble lansert i 2019 (15 i basis- og 21 i partiutvalget)

53 ulike alkoholfrie produkter i sortimentet ved utgangen av 2019

595 849 liter solgt i 2019, en økning på 8 prosent fra 2018 (551 659 liter)

Musserende drikk uten alkohol er den største varegruppen og utgjør 1/3 av det alkoholfrie salget

Tonic og alkoholfri vin står for den største veksten

Auksjoner

Vinmonopolets auksjoner er den eneste lovlige kanalen for privat salg av alkohol i Norge. Auksjonene foregår på nett og arrangeres i samarbeid med auksjonshuset Blomqvist. Pågangen for å selge på auksjon har vært stor i 2019, med til dels lange køer gjennom året. Forfalsket vin er en økende utfordring i annenhåndsmarkedet, og markedsansvarlig har derfor startet på internasjonal skoleing for å avdekke falske flasker.

Nøkkeltall	
Antall auksjoner	6
Antall objekter	5 288
Omsetning	13 493 500,- (opp 15% fra 2018)
Andel solgt	97 %
Resultat	108 %
Antall unike budvinnere	830
Økning i antall unike budvinnere fra 2018	21 %



Sara Frimanslund leder arbeidet med auksjoner

Prosjekt lønnsom drift

Det har i 2019 vært gjennomført et prosjekt i regi av økonomiavdelingen for å sikre langsiktig lønnsom drift i Vinmonopolet. Prosjektet har vært bredt sammensatt for å sikre god involvering og forankring. Prosjektet leverte sin sluttrapport til Styret i Vinmonopolet i september 2019,

og det ble vedtatt ulike forbedringsområder og tiltak som vil være med på å sikre at Vinmonopolet opprettholder lønnsom drift over de neste fem årene.

42

anbud i 2019

Økt vekt på HMS

I 2019 ble HMS-arbeidet omorganisert, noe som har ført til økt vekt på området. HMS-arbeidet består nå av et tverrfaglig team med HMS-leder i Kategori og innkjøp. Det har også vært jobbet med å tydeliggjøre rollen til de rundt 60 verneombudene vi har i butikkene våre.

Antall registrerte HMS-avvik har økt fra 29 i perioden januar-mai 2018 til 49 i samme periode i 2019. Hovedverneombud og HMS-sjef anser det som positivt og at det i hovedsak betyr at flere avvik faktisk blir registrert. Utvikling av ny medarbeidertrivselsundersøkelse

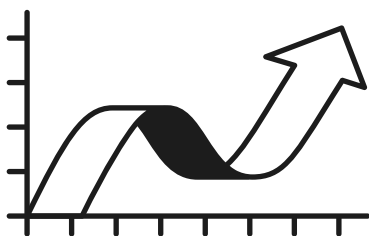
kalt «Polpuls» ble gjort i løpet av året, og AMU vedtok gjennomføring av denne i løpet av 2020.



Ca. 60 verneombud i butikkene våre

Salgstall 2019

Vinmonopolets salg økte med 0,7 prosent i 2019, målt mot 2018. Veksten målt i liter ren alkohol var på 0,9 prosent. Årsaken til noe sterkere vekst for liter ren alkohol enn vareliter kan trolig tilskrives meteorologiske forhold, både i Norge og utlandet. Stadig varmere klima i vinproduserende land medfører søtere druer og derigjennom økende alkoholinnhold i vinene. I Norge var dessuten sommeren 2019 preget av en kaldere værtype enn historisk varme 2018. Dermed favoriserte været i 2019 salgsutviklingen for kategorier som rødvin og brennevin: begge med et høyere gjennomsnittlig alkoholinnhold enn hvitvin, øl, rosévin og alkoholfritt. Den underliggende trenden frem til nå har like fullt vært en vridning mot lettere og lysere varekategorier. Mens det var nedgang på 1,3 prosent (vareliter) for første halvår på grunn av kaldere sommervær, var det vekst for annet halvår på 2,5 prosent, antakelig på grunn av en mer normal værtype og svekket norsk krone.



0,7 %
økning i salg

Topp 5 mestselgende vinland	
Land	Liter solgt
Italia	20 108 350
Frankrike	13 048 888
Spania	7 720 040
Tyskland	5 471 372
Chile	5 047 105

Topp 5 mestselgende brennevinland	
Land	Liter solgt
Norge	2 808 426
Frankrike	1 552 932
Skottland	1 011 823
England	842 024
Irland	673 864

Topp 5 mestselgende ølland	
Land	Liter solgt
Norge	1 617 166
Belgia	236 621
Tyskland	201 213
Sverige	118 483
USA	117 791

Topp 5 mestselgende alkoholfrittland	
Land	Liter solgt
Tyskland	128 702
Norge	117 601
Frankrike	96 023
Sverige	66 674
Spania	41 470

Topp 10 bestselgere i 2019		
Produktnavn	Land	Liter solgt
Marqués de Nombrevilla Garn.	Spania	1 379 355
Falling Feather Ruby Cabernet	USA	1 261 368
Tommasi Graticcio Appassionato	Italia	830 424
Gato Negro Cabernet Sauvignon	Chile	744 891
Viña Maipo Mi Pueblo Cabernet Sauvignon	Chile	587 559
Castelforte Rosso Veneto	Italia	584 937
Ruby Zin	USA	548 361
Viña Maipo Mi Pueblo SauvBI	Chile	539 958
Chapoutier Côtes du Rhône Belleruche	Frankrike	530 889
Laroche Chardonnay L	Frankrike	518 898

Sensorisk prøveinstans (SPI)

Vinmonopolet har sitt eget sensoriske laboratorium som brukes i innkjøpsprosessen for basis- og partivarer. Laboratoriet er akkreditert. SPI bidrar til likebehandling av leverandørene ved å kvalitetsbedømme

tilbudsprøver uavhengig og objektivt, etter den samme produktspesifikasjonen som våre leverandører mottar. SPI verifiserer også eventuelle avvik mellom tilbudt prøve og mottatt leveranse ved kjøp.



Dommerne i SPI trener jevnlig for å levere faglig trygge, koordinerte bedømmelser.



Godkjent for overgang

til akkrediteringsstandarden
NS-EN ISO 17025:2017 i 2019

3818

tilbudsprøver fordelt på
227 spesifikasjoner analysert
sensorisk i 2019

10

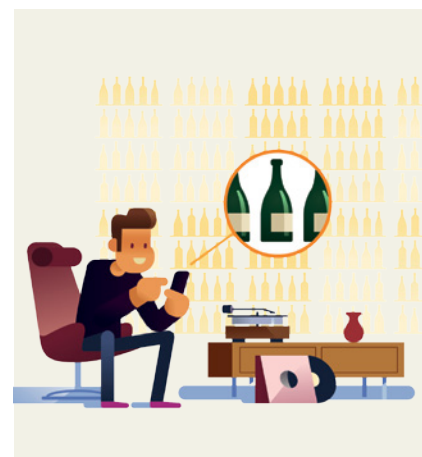
trente og godkjente
ekspertdommere

5

ekspertdommere i panelet ved
den enkelte sensoriske analyse

Netthandel i 2019

	2018	2019
Antall besøk	14 599 014	18 095 297
Antall varer	23 000	26 000
Økning i besøk	22 %	23,50 %
Omsetningsøkning	24 %	22 %
Økning av antall ordre	25 %	22%
Andel av total omsetning	1,80 %	2,09 %
Omsetning	244 943 357	299 386 511
Nye app-nedlastninger		128 090



ILLUSTRASJON: BJØRN BROCHMANN

Ta med deg Vinmonopolet overalt!

Med Vinmonopolets app kan du

- **søke** og handle blant 26 000 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



3 922 418 besøk i appen

Det gir en vekst på 54 %
sammenlignet med 2018.



FOTO: XXX

«Det er helt fantastiske resultater som vi er veldig stolte av», meddeler en fornøyd Elisabeth Hunter.

Utmerkelse og priser I 2019 vant Vinmonopolet hele fire priser:

KPMG Customer Experience Excellence 2019

Mer enn 2 500 norske forbrukere har vurdert og evaluert sine kundeopplevelser hos kjente merkevarer i seks ulike bransjer. I år troner Vinmonopolet på toppen av listen! Nordmenn har høy tillit til Vinmonopolet og setter spesielt pris på personlig veiledning i butikk og en enkel, problemfri handel.

Virkes handelspris

Vinmonopolet vant på grunn av en solid satsing på kundeservice, faghandel og samfunnsansvar. Her er utdrag fra juryens begrunnelse:

«Vinneren av Handelsprisen 2019 er en av dem som har klart seg aller best og er i dag en av Norges best likte bedrifter blant norske forbrukere, uansett bransje. Prestasjonen blir ikke mindre imponerende når vi vet at bedriften leverer i en helt spesiell konkurransesituasjon. Kjeden fremstår som et fyrtårn i norsk varehandel og har i mange år vært et forbilde for alle som er opptatt av moderne kjededrift. Handelsprisen 2019 går til Vinmonopolet!»

Kantar TNS omdømmemåling

«Det gode omdømmet vårt har ikke kommet av seg selv. Kundene våre er fantastisk godt fornøyd med den jobben dere gjør hver eneste dag i kundemøtene deres! Det vil jeg gjerne ydmykt takke dere for», sier Elisabeth Hunter til sine ansatte i forbindelse med annonsering av resultatene.

Kantar TNS – 1. plass, for syvende år på rad, med hele 96 poeng, opp 8 poeng fra i fjor, den fjerde beste forbedringen av alle selskaper.

amfori Member Award 2019

Vinmonopolet vant i 2019 kategorien «Commitment». Juryens begrunnelse er at «Vinmonopolet have shown a strong commitment towards positive and sustainable change to business and the environment».

Å være én av tre finalister blant mer enn 2 000 medlemsbedrifter fra hele Europa og kategorivinner to år på rad er en stor anerkjennelse for Vinmonopolets bærekraftsarbeid. Prisen er til stor inspirasjon, og den vitner om at vi er på riktig vei med vårt bærekraftsarbeid.

Polet er best

– også på regnskap

I en undersøkelse slår revisjonsselskapet PwC fast at Vinmonopolet har en av de aller mest effektive økonomifunksjonene i Norge. PwC kartlegger hvor langt norske og internasjonale selskaper har kommet med digitaliseringen, og hvor kostnadseffektive de er. Regnskapssjef Laila Sønvisen Kjærland forteller om en rivende utvikling siden hun startet for åtte år siden:

– Den gang foregikk alt fremdeles på papir. Nå er rundt 99 prosent av utsalgenes fakturastrøm tilknyttet drikkevarer fullautomatisert, så det slipper butikkjefene helt å forholde seg til.



Vinmonopolets regnskapssjef, Laila Sønvisen Kjærland



NORHEIMSUND



OSLO, LINDERUD



SYKKYLVEN



GJØVIK



OS



Årets butikk

Å vinne Årets butikk er prestisjefyllt og får mye oppmerksomhet internt. Konkurransen arrangeres for tolvte gang i år og er en av flere aktiviteter som bidrar til økt motivasjon og bedre arbeidsmiljø i butikkene. På grunn av situasjonen med koronavirus nå i mars er kåringen av årets butikk utsatt til høsten 2020.

Her vises årets kategori-vinnere. Gratulerer!

Internasjonal monopolkonferanse



Annethvert år møtes representanter for alkoholmonopol fra hele verden for å snakke om rollen de spiller for folkehelse, og hvordan de skadelige effektene av alkohol i samfunnet kan reduseres. I tillegg til de nordiske landene Norge, Sverige, Finland, Island og Færøyene har 17 delstater i USA og halve Canada en eller annen form for regulert salg av alkohol. I høst var Vinmonopolet vertskap for konferansen, og temaene var bærekraft, fremtidens detaljhandel og alkohol og helse.

WHO's globale rapport om alkohol og helse for 2018, samt rapporten «The Nordic alcohol market 2018» fra finske Alko, fikk mye oppmerksomhet under konferansen. I sistnevnte rapport kom det frem at nordmenn drikker minst i Norden.

Konferansen fikk oppmerksomhet også i media. Vi fikk om lag 40 oppslag i nasjonal, regional og lokal presse – hovedsakelig med vinklingen at nordmenn drikker minst i Norden. Oppslagene gikk også inn på vårt samfunnsansvar og betydningen av ansvarlig salg av alkohol.



Representanter fra alkoholmonopoler verden over var samlet i Oslo i august.

Alle møtes på Workplace

Workplace, «Facebook for bedrifter», har i to år vært kanalen for internkommunikasjon i Vinmonopolet. Her kan ansatte dele sin kompetanse, diskutere og stille spørsmål om stort og smått. I tillegg til den uformelle dialogen har vi en redaktørstyrt gruppe kalt «Nytt i Vinmonopolet» som alle er medlem av, og som alle ledere skal holde seg oppdatert i. Workplace er et viktig verktøy i arbeidet med å utvikle Vinmonopolet til å bli Norges beste arbeidsplass.

2 250
ansatte var aktive på
Workplace per uke
(inkludert ekstrahjelper)





Ny visuell profil

En helhetlig visuell identitet er viktig i arbeidet med å merkevarebygge Vinmonopolet, for å nå målet om å bli Polet for alle. I 2019 vedtok ledergruppen ny polrose-logo, nytt navnetrekk og ny font til bruk på all skrift i Vinmonopolet.

Vinmonopolets nye logo er en justert utgave av polrosen fra 1956. Den er slankere og renere i uttrykket enn forrige versjon.

Vi innfører A/S i navnetrekket, med tilhørende regler for når og hvor disse skal brukes. Denne endringen henter opp historien vår og styrker faghandelsidentiteten.

Skrifttype (eller font) er et sterkt virkemiddel for å skape en helhetlig avsenderidentitet. Det produseres nå en egen Vinmonopolet-profilfont til bruk i titler, ingresser og brødtekst, for skilt, trykksaker og på nett.

A/S VINMONOPOLET

Vinmonopolet bidrar til gjenvinning av glass- og metallemballasje

I 2019 ble det samlet inn 99 000 tonn glass- og metallemballasje via selskapet Sirkel Glass AS, som Vinmonopolet eier 23 prosent av. Det tilsvarer vekten av ca. 630 000 vinflasker hver eneste dag hele året. Drikkevareemballasje i glass har returgrad på 93 prosent, som gjør systemet til et av Europas og verdens mest effektive innsamlingssystem for drikkevareemballasje, med over 1 mill. innsamlingspunkter nasjonalt.

Sirkel Glass AS er et returselskap for glassemballasje som sørger for at all glass- og metallemballasje blir sortert og for-edlet til råvarer til bruk i produksjon av nye produkter. Dette skjer på Sirkel Materialgjenvinnings anlegg i Fredrikstad. Glass-råvaren blir sendt til glassverk i Europa, som igjen produserer ny glassemballasje.



Organisatoriske endringer

– Ny AD i 2019

Styret i AS Vinmonopolet ansatte den 19. september 2019 Elisabeth Hunter som administrerende direktør i selskapet. Hun har fungert som adm.dir. siden mai.

– «Med Elisabeth Hunter får vi en erfaren leder med solide kunnskaper om selskapet. Vi ser frem til å arbeide sammen med Hunter om å videreutvikle Vinmonopolet i tråd med samfunnskrav og kunde forventninger», sa styreleder Ellen Seip i forbindelse med annonseringen. Hunter har de siste syv årene jobbet i Vinmonopolet som kjededirektør med ansvar for alle butikkene.

– «Jeg er svært glad for tilliten fra styret», sier hun.

Hunter (50) er utdannet siviløkonom ved University of Strathclyde i Glasgow og kom til Vinmonopolet fra stillingen som administrerende direktør i Boots Norge. Hun har også erfaring fra en rekke styreverv.



Samlinger 2019

– om våre lederprinsipper

Det var tre samlinger i 2019. I februar ble det avholdt butikksjefmøter i alle tolv distriktene hvor lederprinsippene «Inspirere og involvere» ble implementert. I mai var det ledermøte på Gardermoen for alle lederne i Vinmonopolet der lederprinsippet «Balansere» var i fokus. I oktober gjennomførte vi butikksjefmøter i alle fire regionene, hvor de siste lederprinsippene «Utvikle og utfordre» var temaet.



Bærekraft i Vinmonopolet

Del 1

Bærekraft i Vinmonopolet

Arbeidet med bærekraft i Vinmonopolet kan deles inn i tre deler: klima og miljø, alkohol og helse, etikk og sosiale forhold.

Alkohol og helse

Vår viktigste oppgave – å begrense skadevirkningene av alkohol – er med oss i alt vi gjør, og er derfor også en viktig del av vårt bærekraftsarbeid. Alkohol er i seg selv et helseskadelig produkt, derfor er det en viktig oppgave for oss å ta hensyn til folkehelsen i vårt arbeid. Dette gjelder både ansvarlig salg av alkohol, kommunikasjon om viktigheten av et ansvarlig alkoholforbruk og arbeidet med å sikre at produktene vi selger, er trygge.

Etikk og sosiale forhold

Etikk og sosiale forhold dreier seg om

arbeidet vi gjør for å bedre arbeidsforholdene til dem som produserer varene vi selger, helt tilbake til råvareprodusent. Internt handler det om hvordan vi tar vare på våre ansatte, som er Vinmonopolets viktigste ressurs, samt de juridiske føringene som sikrer at Vinmonopolet til enhver tid opptrer som god forretningsetisk aktør.

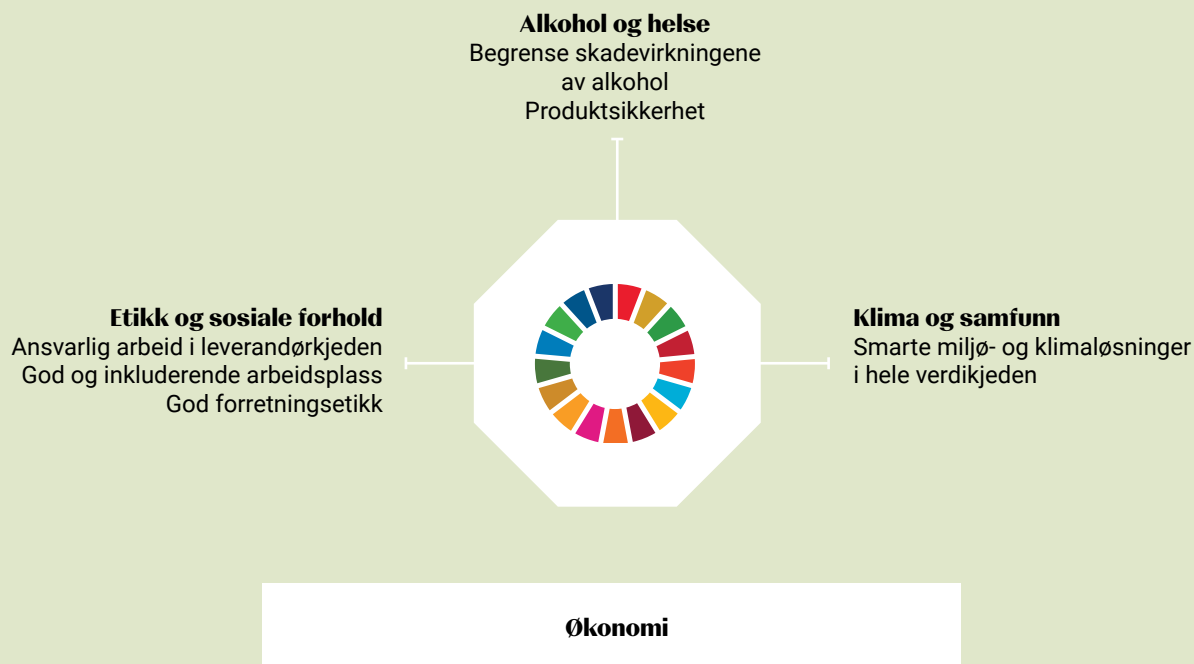
Klima og miljø

Vi jobber for å komme frem til smarte miljø- og klimaløsninger i hele vår verdikjede. Dette gjelder tiltak i egen drift, som for eksempel miljøfyrtårnsertifisering og avfallshåndtering

i butikk samt krav vi stiller til våre leverandører og produsenter om lettere emballasje og pantemerker på produktene vi selger.

Økonomi

Økonomiske aspekter ivaretas i alle deler av Vinmonopolets bærekraftsarbeid. Vi ønsker å sikre økonomisk trygghet for alle og å utnytte ressursene smartere. Vi jobber for å ivareta klima og sosiale forhold uten å forringe vår egen eller våre leverandørers økonomiske utvikling. Vi skal ta hensyn til både bærekraft og økonomiske aspekter i alle deler av virksomheten.



Vinmonopolets bærekraftstrategi

I 2019 fikk vi på plass vår første bærekraftstrategi.

Vinmonopolet har en viktig rolle i samfunnet for å begrense skadevirkningene av alkohol. En naturlig forlengelse av denne rollen er å se samfunnsansvar i en større helhet, der også det globale perspektivet er med. Vi ønsker å drive Vinmonopolet mest mulig bærekraftig og jobber hele



tiden mot dette målet – i butikkene våre, i oppfølgingen av våre leverandører over hele verden og bak skrivebordet. I vår bærekraftstrategi har vi satt oss konkrete mål innen fire prioriterte områder, med et solid fundament i bunn. Slik skal vi bidra til bærekraftig utvikling.

Fundament

Begrense skadevirkningene av alkohol – produktsikkerhet – god forretningsetikk

Strekksmål Innen følgende tema

1

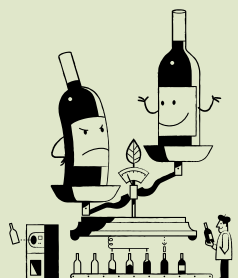
Bærekraftig forbrukerattferd



Vi legger til rette for at kundene tar bærekraftige valg.

2

Smarte miljø- og klimaløsninger



Vi skal redusere vår klimabelastning med 40 prosent innen 2030.

3

Anstendig arbeid i leverandørkjeden



Vi skal være en aktiv pådriver for anstendige arbeidsforhold i vår leverandørkjede.

4

God og inkluderende arbeidsplass





Vi skal være Norges beste arbeidsplass.



FNs bærekraftsmål

– i Vinmonopolet

FNs bærekraftsmål er en felles, global plan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030. Av totalt 17 bærekraftsmål har vi valgt fem mål, med tilhørende femten delmål, der vi har størst mulighet for å gjøre en forskjell.

FNs bærekraftsmål	FNs delmål	Vinmonopolets bidrag
	<p>3.5 Styrke forebygging og behandling av misbruk, blant annet av narkotiske stoffer og skadelig bruk av alkohol.</p>	<p>Vi skal begrense skadevirkningene av alkohol og dermed bidra til å bedre folkehelsen i Norge. Dette gjør vi gjennom ansvarlig salg i butikk og på nett og gjennom holdningsskapende kommunikasjon om de negative konsekvensene av alkoholforbruk. Vi vektlegger viktigheten av et ansvarlig alkoholforbruk gjennom redaksjonell kommunikasjon og i møte med kunden.</p>
	<p>3.9 Innen 2030 betydelig redusere antall dødsfall og sykdomstilfeller forårsaket av farlige kjemikalier og forurenset luft, vann og jord.</p>	<p>Vi skal bidra til bedre liv i lokalsamfunn som produserer råvarer til våre produkter, blant annet gjennom HMS-tiltak.</p>
	<p>8.5 Innen 2030 oppnå full og produktiv sysselsetting og anstendig arbeid for alle kvinner og menn, deriblant ungdom og personer med nedsatt funksjonsevne, og oppnå lik lønn for likt arbeid.</p> <p>8.6 Innen 2020 betydelig redusere andelen unge som verken er i arbeid eller under utdanning eller opplæring.</p>	<p>Vi skal være en inkluderende og god arbeidsplass for alle våre ansatte. Vi jobber for at Vinmonopolet skal reflektere mangfoldet i samfunnet, blant annet gjennom å vektlegge likestilling mellom kjønn i vår personalpolitikk og ta inn lærlinger og personer på arbeidstrening. Vi legger også til rette for at ansatte skal kunne stå lengst mulig i jobben de har, uavhengig av fysiske funksjonsevner.</p>
	<p>8.7 Treffe umiddelbare og effektive tiltak for å avskaffe tvangsarbeid, få slutt på moderne slaveri og menneskehandel og sikre at de verste formene for barnearbeid forbyes og avskaffes, herunder rekruttering og bruk av barnesoldater, samt avskaffe alle former for barnearbeid innen 2025.</p> <p>8.8 Beskytte arbeiderrettigheter og fremme et trygt og sikkert arbeidsmiljø for alle arbeidstakere, herunder arbeidsinnvandrere og særlig kvinnelige innvandrere, samt arbeidstakere i vanskelige arbeidsforhold.</p>	<p>I vår leverandørkjede har vi nulltoleranse for menneskerettsbrudd og jobber for at ingen skal skades eller lide under fremstilling og produksjon av produkter vi selger. Våre etiske retningslinjer skal følges i alle ledd i verdikjeden.</p>

FNs bærekraftsmål	FNs delmål	Vinmonopolets bidrag
	<p>12.4 Innen 2020, og i samsvar med internasjonalt vedtatte rammeverk, oppnå en mer miljøvennlig forvaltning av kjemikalier og alle former for avfall gjennom hele deres livssyklus og betydelig redusere utslipp av kjemikalier og avfall til luft, vann og jord for mest mulig å begrense skadevirkningene for menneskers helse og for miljøet.</p> <p>12.5 Innen 2030 betydelig redusere avfallsmengden gjennom forbud, reduksjon, gjenvinning og ombruk.</p> <p>12.7 Fremme bærekraftige ordninger for offentlige anskaffelser, i samsvar med de enkelte landenes politikk og prioriteringer.</p> <p>12.8 Innen 2030 sikre at alle i hele verden har relevant informasjon om og er seg bevisst en bærekraftig utvikling og en livsstil som er i harmoni med naturen.</p>	<p>Vi er opptatt av å legge til rette for at kundene kan ta bærekraftige valg hos oss. Dette gjør vi gjennom god kundeveiledning, tydelig informasjon om bærekraft i våre kanaler samt et relevant utvalg av bærekraftige produkter i vårt sortiment. Et bærekraftig produkt har en eller flere kvaliteter som er bra for miljøet, etisk handel eller egen helse.</p> <p>Det kan for eksempel være et produkt med en lokal miljøsertifiseringlogo, et pantemerke, en etisk sertifisering eller et produkt uten alkohol eller med lavere alkoholinnhold enn et tilsvarende produkt..</p>
	<p>13.3 Styrke enkeltpersoners og institusjoners evne til å motvirke, tilpasse seg og redusere konsekvensene av klimaendringer og deres evne til tidlig varsling samt styrke kunnskapen og bevisstgjøringen om dette.</p>	<p>Vinmonopolet jobber for å implementere smarte miljø- og klimaløsninger i hele vår verdikjede. Dette gjelder altså tiltak i våre butikker og på vårt kjedekontor samt bakover i verdikjeden. Hovedvekten av arbeidet ligger i å betydelig redusere klimafotavtrykket til produktene vi selger, blant annet gjennom miljøsmart emballasje og panteordningen.</p>
	<p><i>Styrke gjennomføringsmidlene og fornye globale partnerskap for bærekraftig utvikling.</i></p> <p>Handel</p> <p>17.10 Fremme et allment, regelbasert, åpent, ikke-diskriminerende og likeverdig multilateralt handelssystem underlagt Verdens handelsorganisasjon, blant annet ved å slutføre forhandlingene under organisasjonens Doha-runde.</p> <p>Politisk og institusjonell samstemthet</p> <p>17.15 Respekttere hvert lands politiske handlingsrom og lederskap med hensyn til å etablere og gjennomføre egen politikk for fattigdomsbekjempelse og bærekraftig utvikling.</p> <p>Partnerskap mellom flere interessenter</p> <p>17.16 Styrke det globale partnerskapet for bærekraftig utvikling, som følges opp av partnerskap mellom flere interessenter med sikte på å mobilisere og dele kunnskap, ekspertise, teknologi og finansielle ressurser for å bidra til at alle land, særlig utviklingslandene, når bærekraftsmålene.</p> <p>17.17 Stimulere til og fremme velfungerende partnerskap i det offentlige, mellom det offentlige og private og i det sivile samfunn på grunnlag av partnerskapenes erfaringer og ressursstrategier.</p>	<p>Internasjonalt samarbeid, både politisk, i sivilsamfunn og ikke minst i næringslivet, er avgjørende for å nå FNs bærekraftsmål. Gjennom medlemskap i ulike organisasjoner og samarbeid med andre bedrifter har vi større gjennomslagskraft og tilknytter oss viktig kompetanse og ressurser som vi ikke ville hatt tilgang til om vi sto alene.</p> <p>Vinmonopolet bidrar til mål 17 gjennom aktivt samarbeid med en rekke aktører, både nasjonalt og internasjonalt, for å få synergier og oppnå bedre resultater ved å oppfordre butikkene til samarbeid med lokale organisasjoner, skoler, politi o.l.</p>

Våre styrende dokumenter

De forskjellige delene av Vinmonopolets virksomhet reguleres av en rekke styrende dokumenter utover alminnelig norsk rett, som bl.a. definerer regler for alkoholsalg, vareinnkjøp, etisk handel, klimatiltak og arbeidsmiljø. Disse er de viktigste:



Alkoholforskriften

- ▶ [Forskrift om omsetning av alkoholholdig drikk.](#)
-

Alkoholloven

- ▶ [Regulerer import, eksport og salg av alkoholholdig drikk i Norge.](#)
-

amfori-medlemskap med forpliktelser:

Code of Conduct

- ▶ [Etiske retningslinjer for Vinmonopolets leverandørkjede.](#)

Terms of Implementation for amfori Participants

- ▶ [Krav, forventninger og medlemsforpliktelser til medlemmer av amfori.](#)
-

Arbeidsmiljøloven

- ▶ [Regler for trygge og rettferdige ansettelsesforhold og samarbeidet mellom arbeidstaker og arbeidsgiver.](#)
-

Butikkhåndboken

- ▶ Rutiner, arbeidsprosesser og annen viktig informasjon knyttet til butikkdriften. Internt dokument.
-

Difi's standard kontraktvilkår for etiske krav

- ▶ [Stiller krav til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter og miljø for offentlige anskaffelser.](#)
-

Etiske retningslinjer for ansatte i Vinmonopolet

- ▶ [Rammer for hva som anses som ansvarlig opptreden for våre ansatte.](#)
-

EØS-avtalens artikkel 16

- ▶ [Skal sikre at statlige handelsmonopol ikke forskjellsbehandler hva gjelder vilkår for forsyning og avsetning.](#)
-

Forskrift om nemnd for prøving av AS Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv.

- ▶ [Skal sikre at Vinmonopolet likebehandler tilbydere, leverandører og produkter.](#)
-

Forskrift om offentlige anskaffelser

- ▶ [Skal sikre likebehandling av tilbyderne, forutberegnelighet og etterprøvrbarhet.](#)
-

Forskrift om Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet

- ▶ [Innkjøp og salg av alkoholholdig drikk skal skje innen alkoholpolitiske rammevilkår og på vanlige forretningsmessige betingelser, tilpasses etterspørselen og sikre likebehandling.](#)
-

Generelle innkjøpsbetingelser for AS Vinmonopolet

- ▶ [Avtalen grossister inngår med Vinmonopolet, inneholder vedlegg om etiske krav til leverandør.](#)
-

Instruks for personvern

- ▶ Rutiner og regler for behandling av personopplysninger. Internt dokument.
-

Lederhåndboken

- ▶ Rutiner og regler for rekruttering av medarbeider, oppfølging og utvikling og avslutning av arbeidsforholdet. Internt dokument.
-

Lov om offentlige anskaffelser

- ▶ [Regulerer anskaffelser og innkjøp av varer og tjenester som Vinmonopolet gjør – som kontorrekvisita og uniformer.](#)
-

Meld. St. 8 (2019–2020) Statens direkte eierskap i selskaper – Bærekraftig verdiskaping

- ▶ [Den nye eierskapsmeldingen legger til rette for verdiskaping i dag og i fremtiden](#)
-

OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper

- ▶ [Angir prinsipper og standarder for ansvarlig næringsliv i en global ramme.](#)
-

Oppdragsbrevet

- ▶ [Fastsetter økonomiske rammer, satsingsområder og hovedprioriteringer og indikatorer for rapportering til eier.](#)
-

Personalhåndboken

- ▶ Vinmonopolets retningslinjer og rutiner i forbindelse med ansettelsesforhold. Internt dokument.
-

Reglement for Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet

- ▶ [Gjelder innkjøp av alkoholholdig drikk.](#)
-

Vinmonopolets Selskapsstrategi

- ▶ [Gjelder for perioden 2018–2022.](#)
-

Vinmonopolloven

- ▶ [Regulerer virksomhetens selskapsstruktur, bl.a. om Styret, Bedriftsforsamlingen og Kontrollkomiteen.](#)
-

Våre interessenter

Vinmonopolet har mange interessenter. De viktigste er våre eiere, ansatte, kunder, produsenter, importører og media.

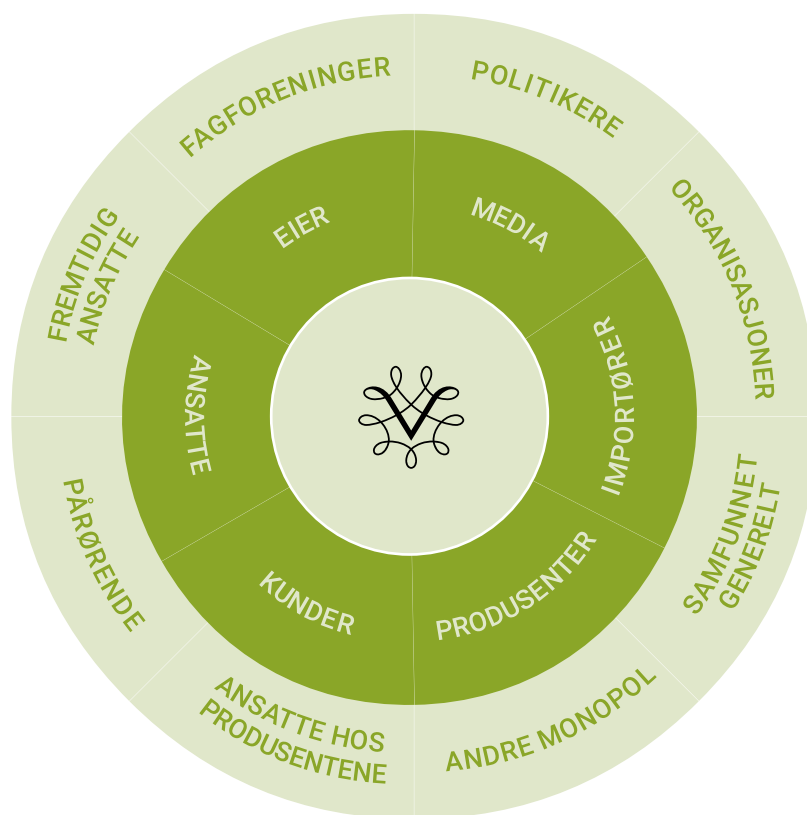
Utover dette er fremtidige ansatte, pårørende, ansatte hos produsenter, andre alkoholmonopol, samfunnet generelt, organisasjoner og det politiske miljøet viktige støttespillere for oss. Interessentene er definert i en workshop gjennomført av Vinmonopolet med bistand fra et eksternt konsulentfirma. Om lag 25 ansatte som representerer store deler av organisasjonen, deltok i workshopen.

Vinmonopolets arbeidsform bygger på involvering, både ansatte imellom og i sam-

spill med kunder og leverandører. Denne arbeidsformen bidrar til god og sikker drift og kontinuerlig læring og forbedring. Involvering bidrar til at ansatte trives bedre på jobben og yter sitt beste for å realisere Vinmonopolets ambisjoner og mål. Gjennom Vinmonopolets rolle som arbeidsgiver, innkjøper eller faghandelskjede eller gjennom arbeid i lokalmiljøet der vi kjøper produkter, påvirker Vinmonopolet hverdagen til mange mennesker. Derfor øn-

sker vi dialog med dem som på en eller annen måte blir påvirket av vår virksomhet. Gjennom god dialog med interessentene kan Vinmonopolet tidlig identifisere utfordringer og finne frem til bærekraftige løsninger.

Tabellen på neste side oppsummerer hvilke temaer som opptar våre viktigste interessenter, hvilken type dialog vi har med dem, og hvordan Vinmonopolet følger opp temaene som diskuteres.



INTERESSENTDIALOG

Interes- senter	Temaer som opptar interessentene	Arena for dialog	Jevnlig	Kvart- alsvis	Halv- årlig	Årlig	Ved behov	Oppfølging
Eiere (HOD)	Ivareta vårt samfunns- oppdrag:							Styrerapportering på oppdragsbrev Års- og bærekraftsrapport
	- Ansvarlig salg	Kontaktmøter			x			
	- Regulert tilgjengelighet	Årlig møte om samfunnsansvar				x		
	- Alkoholreklameforbudet	Løpende kontakt i enkelt- saker						
	- Likebehandlingsprinsippet	Løpende kontakt i enkelt- saker					x	
	- HMS-oppfølging	Løpende kontakt i enkelt- saker					x	
	- Samfunnsansvar/ bærekraft	Årlig møte om samfunnsansvar				x		
	Eierskapsmeldingen	Kontaktmøter				x		
	Rammebetingelser	Kontaktmøter					x	
Medar- beidere	Kompetanseheving og -utvikling	Avdelings-/personalmøter	x					Medarbeider- samtales Vårt opplærings- program «Kom- petansestigen»
	Utøve god kundeservice Internt arbeidsmiljø	Innlevering via tillitsvalgte til Styret				x		
	Likestilling	Workplace (intranett)						
	Optimal bemanning		x					
Kunder	Produktkvalitet	I butikk og på nett/kunde- senter	x					I kundemøtet – butikk og kundesenter Respons på kun- deundersøkelser Svar på henven- delser på sosiale medier – Face- book og LinkedIn
	God kundeservice	Kundeundersøkelser				x		
	Klima og miljø	<i>Vinbladet</i> + vinmonopolet.no			x			
	Helse	Sosiale medier	x					
	Etisk handel	Holdningskampanjer			x			
	Ansvarlig salg	I butikk og på nett/kunde- senter	x					
Im- portører	Likebehandling	Kontakt via e-post og telefon	x					Klagenemnda E-læringskurs om etisk handel for grossister
	Bistand til oppfølging av produsenter	Møter med bransje- foreninger	x					
	Bærekraft må være lønnsomt	Produkt- og smakemesser			x			
Pro- dusenter	Likebehandling	Produsentbesøk	x				x	Handlingsplaner etter revisjon Kurs for arbeidere i anstendige arbeidsforhold Anbudsprosesser
	Etisk handel	Revisjoner	x					
	Anerkjennelse av egne pro- grammer for bærekraft	Internasjonale varemesser E-post og telefon	x				x	
	Få en reell mulighet til å imøtekomme Vinmonopo- lets etiske krav	Produsentbesøk, e-post og telefon					x	
Media	Vinmonopolets omdømme	Pressehenvendelser	x				x	Deltar i offentlige debatter om reklameforbudet, våre rammebet- ingelser og sam- funnsoppdrag
	At Vinmonopolet legger press på produsenter for å bedre dårlige arbeids- forhold	Pressesmakinger	x					
	Salgstrender – NoLo	Publisering av salgstill	x					
	Rammebetingelser	Intervjuer med journalister					x	

Det vesentlige

Vesentlighetsanalysen er grunnlaget for Vinmonopolets arbeid med bærekraft. Vi har definert hvilke temaer som er viktige for oss, og hva som er viktig for våre interessenter.

Vesentlighetsanalysen ble gjennomført på samme måte som interessentanalysen, i en workshop med om lag 25 ansatte fra store deler av organisasjonen, med bistand fra et

eksternt konsulentfirma. I 2019 inkluderte vi «bærekraftig forbrukeradferd» som et vesentlig tema for oss. I de kommende kapitlene kan du lese mer om hvordan vi

jobber med hvert av disse syv temaene, og hvordan de er koblet opp mot FNs bærekraftsmål.

Tema	Bærekraftsmål		
Begrense skadevirkningene av alkohol			
Produktsikkerhet			
God forretningsetikk			
Bærekraftig forbrukeradferd			
Smarte miljø- og klimaløsninger			
Anstendig arbeid i leverandørkjeden			
God og inkluderende arbeidsplass			

Begrense skadevirkningene av alkohol

Del 2

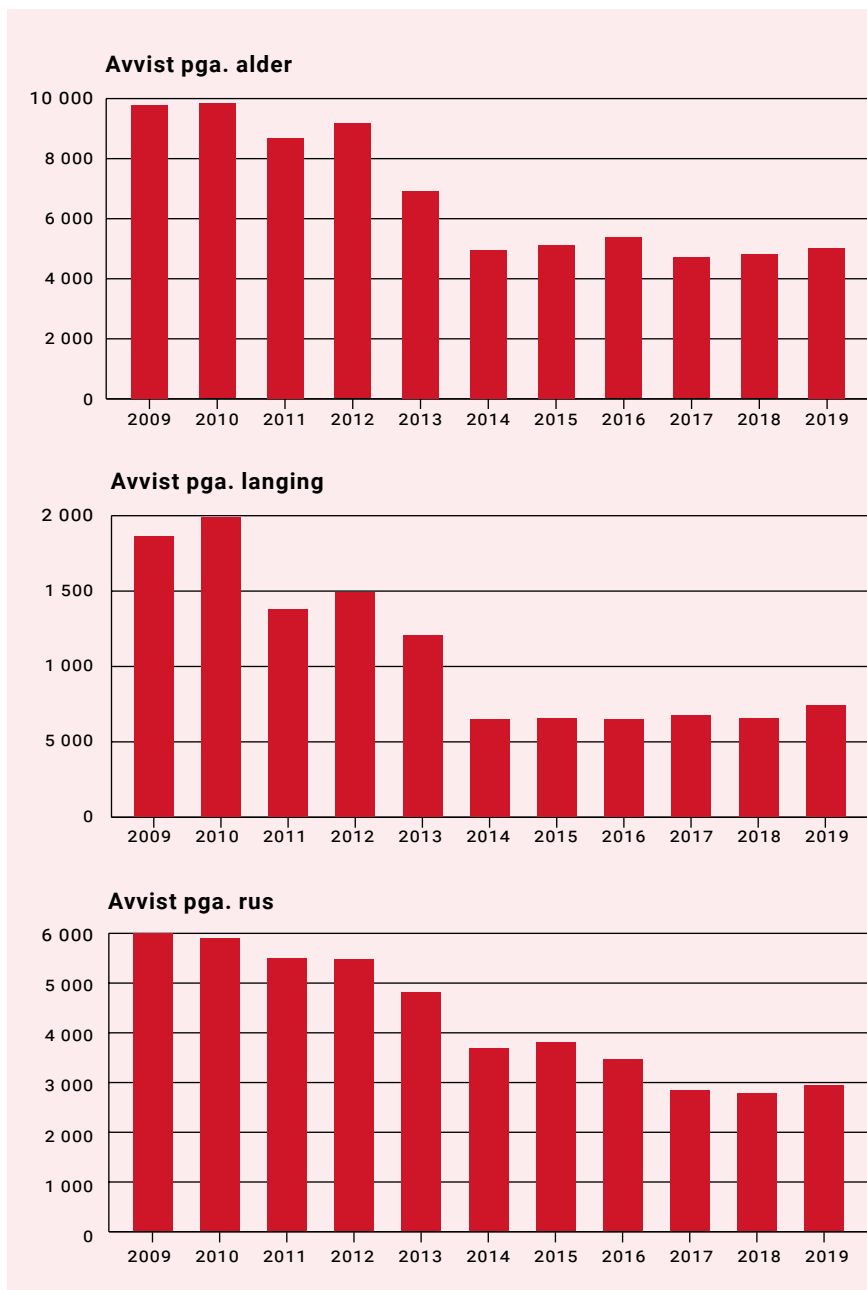
Begrense skadevirkningene av alkohol

Det viktigste Vinmonopolet gjør, er å oppfylle vårt samfunnsoppdrag – å begrense de samfunnsmessige skadevirkningene av alkohol.

Bærekraftsstrategien er knyttet opp mot vårt viktige samfunnsoppdrag, et fundament som må ligge til grunn for at vi kan være en ansvarlig bedrift. Vinmonopolet har et særlig ansvar for å innrette sin virksomhet i tråd med alkoholpolitiske mål og i samsvar med vinmonopolloven og alkoholloven. Utover å oppfylle kravene i oppdragsbrevet fra Helse- og omsorgsdepartementet med regulert tilgjengelighet, fravær av mersalg og å gjennomføre ansvarlig salg innebærer dette at vi jobber for å skape økt bevissthet om de negative konsekvensene av alkohol. Dette gjør vi både gjennom redaksjonell kommunikasjon og i møtet med kunden. Arbeidet vi gjør for å redusere skadevirkningene av alkohol, bygger opp under FNs bærekraftsmål 3, god helse, her særskilt underpunktet om å styrke forebygging av misbruk og skadelig bruk av alkohol.

Vi selger alkohol med ansvar

Vinmonopolet er underlagt alkoholreklameforbudet, har ingen salgskampanjer og oppfordrer ikke til mersalg i noen kanaler. Vinmonopolet er svært opptatt av å hindre salg av alkohol til mindreårige. For å sikre dette ber vi blant annet alle kunder under 25 år om å vise legitimasjon uoppfordret. Dette gjelder kjøp i Vinmonopolets butikker og ved utlevering av varer som er bestilt gjennom nettbutikken eller kundesenteret. Vi jobber også for å forhindre langing fra foreldre til barn eller fra ungdom til mindreårige venner. Vi avviser alle kjøp hvor det er en reell mistanke om langing. Vi avviser også alle forsøk på kjøp hvis kunden er synlig beruset.



Fjorårets vis leg- og langingskampanjer.

Registrert ansvarlig salg

Vinmonopolet måler antall ganger legitimasjon blir vist uoppfordret, og hvor mange vi spør om legitimasjon. Totalt ble alder kontrollert i 3,8 millioner kundemøter, som tilsvarer 10,8 prosent av de totalt 35,4 millioner kundemøtene i Vinmonopolet i 2019.

Holdningskampanjer

Det ble gjennomført to typer holdningskampanjer rettet mot aldersgruppen 18 til 25 år i 2019. Målet med kampanjene var å endre unge menneskers holdninger til det å vise leg uoppfordret og skape økt forståelse av hva konsekvensene kan bli for dem som langer alkohol, og den mindreårige som får tak i alkohol.

Stille alderskontroll

For å følge opp at vi ikke selger alkohol til mindreårige, gjennomfører vi såkalt «stille alderskontroll» i våre butikker. Personer mellom 18 og 25 år rapporterer om de har blitt bedt om legitimasjon. Resultatene viser at de i 95,74 prosent av tilfellene ble spurt om legitimasjon. Målet vårt er at minst 90 prosent av disse kundene skal bli spurt. Hver eneste butikk måles 24 ganger per år, noe som ga 7 496 gjennomførte kontroller i butikkene våre i 2019.

Juventes kontroll

Hvert år gjennomfører avholdsorganisasjonen Juvente kontroller der de undersøker om unge under 18 år får kjøpt alkohol ved forskjellige utsalgssteder. Vinmonopolet har tradisjonelt gjort det veldig bra i Juventes kontroller, og de har flere ganger omtalt våre rutiner som «best practice». I 2018 hadde Vinmonopolet salg i kun 1 av 53 forsøk. I 2019 fikk kontrollørene derimot kjøpe i hele 9 av 80 forsøk. Dette tilsvarer 11,25 prosent mot under 2 prosent i 2018. Vi tar resultatet med oss videre som motivasjon til å jobbe enda mer dedikert med alderskontroll i året som kommer.

LANGING Er det verdt det?



 VINMONOPOLET



Ikke kjøp alkohol til mindreårige!

Det er ikke verdt å være den kule storebroren, hvis den du kjøper alkohol til blir utsatt for en ulykke.

Les mer på vennelanging.no

 VINMONOPOLET



Er du mellom 18 og 25 år – vis alltid leg uoppfordret

 VINMONOPOLET

Vi skaper økt bevissthet om konsekvensene av alkoholkonsum

I 2019 utvidet vi vårt kommunikasjonsarbeid til å inkludere flere målgrupper og temaer enn tidligere. Vi gjennomførte en kampanje om alkoholbruk i forbindelse med oppstart på universitet og høyskoler, startet et samarbeid med organisasjonen Av-og-til om alkohol i settinger med barn og satset på egne butikkansatte som promotører av Vinmonopolets arbeid med samfunnsoppdraget.

Studiestart-kampanje

Mange 18- og 19-åringer går rett fra russetid og første sydentur inn i en ny periode med høyt alkoholinntak i forbindelse med studiestart og fadderuker. Vinmonopolet ønsket å øke kunnskapen om ansvarlig alkoholkonsum blant studenter og bidra til å redusere skadene knyttet til alkoholbruk i studietiden. Resultater fra en liten undersøkelse om studenters alkoholbruk ble godt spredt i media og fulgt opp med diskusjoner og debattinnlegg i studentaviser.

OMSORGSFULLE RÅD FRA POLET

Studiestart er ofte preget av mye fest og moro, og vi håper at du får en fin start på studiene. Her er noen gode råd på veien fra alle oss i Vinmonopolet.

HUSK Å SPISE

Alkohol tas raskere opp i blodet hvis du drikker på tom mage. Husk å spise før du drikker, så blir festen en bedre opplevelse.

DRIKK VANN

Uansett hvor kjedelig det er å høre at du trenger å drikke vann, så er det faktisk lurt. Alkohol er dehydrerende, så ta gjerne et glass vann mellom hver alkoholenhet. Du vil sette pris på det dagen etter.

HELT OM NATTEN, HELT OM DAGEN

Alkohol sitter mye lenger i kroppen enn du kanskje tror. Skal du noe dagen etter, som å trene, studere eller kjør bil? Reduser antall alkoholenheter, eller hold deg til alkoholfritt.

RESPEKTER DE SOM IKKE VIL DRIKKE

Det er faktisk trendy og helt innfor å ikke drikke alkohol. Ikke skap unødvendig drikkepress – respekter valget, og støtt heller opp ved å kjøpe deg en mocktail.

Viktigst av alt - pass på hverandre!





I 2019 genererte butikkansatte landet over totalt 86 oppslag i lokal presse - her er et lite utvalg.

Lokale helter

Formålet med de lokale heltene er å skape større forståelse av Vinmonopolets samfunnsoppdrag og rolle i samfunnet. De lokale heltene er en gjeng engasjerte butikk-sjefer spredd rundt i hele landet som bidrar til å dele viktige budskap om Vinmonopolets rolle og ansvar via lokalpressen til sine lokalmiljø. I 2019 genererte de lokale heltene hele 86 nyhetsoppslag.

Samarbeid med Av-og-til

Av-og-til er en alkoveorganisasjon som jobber for godt alkove i situasjoner der alkohol utgjør en risiko eller kan være til ulempe for andre. Alkohol i settinger med barn er en slik type situasjon. Vinmonopolet startet i 2019 et samarbeid med Av-og-til for å synliggjøre denne tematikken. I første omgang delte vi noen av Av-og-tils videoer på Vinmonopolets Facebook-profil. Samarbeidet vil fortsette i 2020.

Vi legger til rette for et ansvarlig alkoholkonsum

Vinmonopolet skal jobbe målrettet med å begrense skader av alkohol. Av den grunn har vi lenge rettet oppmerksomheten mot mat og drikk i kombinasjon gjennom et bredt spekter av kommunikasjonskanaler, inkludert artikler i *Vinbladet*, informasjon på vinmonopolet.no, Vinmonopolets podkast og i møte med kunden i butik.

Vinmonopolet.no hadde 14 millioner klikk i 2019. 1,5 prosent av dem som er innom nettsiden, handler produkter, og fire prosent klikker seg inn på en redaksjonell tekst.

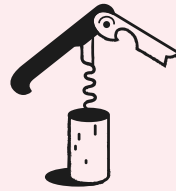
NoLo-trenden

NoLo-trenden favner produkter uten eller med lite alkohol (no or low alcohol) og er en av trendene som har fått økt oppmerksomhet det siste året. Den er økende særlig i yngre aldersgrupper og i storbyene. Større vektlegging av helse sies å være en av de

største årsakene til trenden. En annen begrunnelse er dagens ungdomsgenerasjon sitt ønske om å ha kontroll i ulike situasjoner. Dette er en trend Vinmonopolet tar med seg i utarbeidelser av lanseringer for å dekke faktisk og forventet etterspørsel fra våre kunder og ikke minst de yngre.

«No» er veldig klart definert og betyr alkoholfrie produkter innen alle relevante kategorier. «Lo» er et mer vagt begrep, da vi ikke kan definere hva lav betyr på en enhetlig måte på tvers av alle produktene. I utgangspunktet kan «lavalkohol» forstås som «lavere enn» det som er vanlig for en gitt vinstil eller produkttype (f.eks. vin med 9–10 prosent alkohol mot normalt 13–14 prosent), men begrepet kan også tolkes som at kunden velger et annet produkt enn det man vanligvis drikker (f.eks. sider på 5 prosent i stedet for vin på 13 prosent).

Vinmonopolets podkast



Mest spilt i 2019

1 Disse vinene bør du kjenne til (6 810 avspillinger)

2 Lytterspørsmål – grunnkurs i Burgund (6 112 avspillinger)

3 Beaujolais og druetypen Gamay (5 773 avspillinger)



75%

besøker vinmonopolet.no fra mobil, andelen mobilbrukere er økende.

Vinbladet

Vinmonopolets kundemagasin ble etablert i 1988. Det deles ut gratis i våre butikker og sendes ut per post til faste abonnenter. *Vinbladet* hadde 6 utgaver i 2019 og et opplagstall på rundt 80 000 per utgave.



Alkoholfrie produkter

Ved utgangen av 2019 hadde vi 53 alkoholfrie produkter i basis- og partitvalget vårt, en økning på 49 produkter eller nesten en dobling av antallet fra året før. Alkoholfritt er den hovedvaregruppen som hadde størst prosentvis økning i 2019, med hele 8 prosent. Salget av alkoholfritt er nå langt større enn salg av sterkvin. Totalt ble det solgt 595 849 liter alkoholfritt i 2019, tidenes høyeste salg for Vinmonopolet noensinne.

Produkt- sikkerhet

Del 3

Produktsikkerhet

Varene du kjøper på Vinmonopolet, er trygge. Det sikrer vi gjennom bruk av internasjonale regler for produksjon, interne produktanalyser og riktig merking av produktene.

Produktsikkerhet er et prioritert område for Vinmonopolet. Vi tar våre kunder og ansattes helse på alvor og anser det som en absolutt nødvendighet at produktene vi selger er kvalitetssikret og merket riktig. Kvaliteten på Vinmonopolets produkter er et resultat av en rekke prosesser fra råstoff og frem til ferdig produkt. Vi selger over 26 000 forskjellige produkter fra 87 ulike land. Felles for disse varene er at de har vært igjennom grundig analyse fra hos den enkelte produsent og hos Vinmonopolet for å sikre at varene du kjøper på Vinmonopolet er trygge. Produktsikkerheten er regulert av et omfattende regelverk. For å sikre at våre produkter er i overensstemmelse med gjeldende regelverk, tar Vinmonopolet kontinuerlig ut prøver til kjemisk analyse. Vi er del av et nettverk som bidrar til å holde oss faglig oppdatert



Trygve Brekke, leder produktkvalitet i Vinmonopolet

på produksjonsteknologi, risikoen, analysemetodikk og endring i regelverket.

Det er flere grunner til at dette er et viktig område for oss. Produktsikkerhet bidrar til

å opprettholde vårt omdømme som en troverdig faghandel. Kundene og samfunnet for øvrig tar for gitt at varer kjøpt hos Vinmonopolet er trygge. Vi må derfor jobbe iherdig for å ivareta denne tilliten. Vi har som mål at ingen skal bli syke etter å ha drukket produkter kjøpt på Vinmonopolet og ingen kunder eller ansatte skal skades av produktexplosjoner. Vi utfører stikkprøvekontroller for å sjekke om produktene har uønskede kjemiske komponenter. I tillegg analyserer vi produkter for tilsetningsstoffer for å sikre at innholdet er i overensstemmelse med gjeldende regler. Vi har også et mål om at alle våre varer skal være merket i henhold til relevante forskrifter. Dette kontrolleres og produkter som blir identifisert med alvorlige feil eller manglende merking, vil bli sperret for salg.

Trygge produkter

Varene vi selger, er trygge. For å holde dette løftet gjennomfører vi flere tiltak:

- Vi utfører årlige stikkprøvekontroller for å identifisere produkter med uønskede kjemiske komponenter og hindre salg av disse.
- Vi holder oss oppdatert på informasjon om negative helseeffekter i vin bl.a. gjennom medlemskap i OIV – Organisation Internationale de la Vigne et du Vin.
- Samarbeid mellom de nordiske monopolen sikrer gjensidig varsling når man oppdager alvorlige kvalitetsavvik.
- Vi analyserer produktene våre for

tilsetningsstoffer for å sikre at innholdet er i overensstemmelse med gjeldende regler for grenseverdier.

- Produkter som blir identifisert med alvorlige feil, blir umiddelbart sperret for salg.

Korrekt informasjon og merking

Vi tilbyr god informasjon om og riktig merking av produktene vi selger. Følgende tiltak gjennomføres for å holde dette løftet:

- Vi har gode rutiner for å kontrollere at våre produkter er merket i henhold til gjeldende regelverk.
- Alkoholholdige produkter (> 1,2 vol.

prosent) er unntatt ingrediensmerking og næringsdeklarasjon. Vinmonopolet ønsker likevel at produsentene tar initiativ til utfyllende merking om innhold i sine produkter.

- Produkter med manglende allergenmerking og overskredet holdbarhet blir sperret for salg.
- Produkter med ernæringspåstander, helsepåstander eller annen villedende merking blir returnert for fjerning av avvikende informasjon.
- Vi foretar rutinemessig kontroll av produktene slik at faktisk innhold er i overensstemmelse med informasjon på våre nettsider.



Det har alltid vært viktig for Vinmonopolet at produktene vi selger kjennetegnes av kvalitet – her fra Vinmonopolets rektifikasjonsanlegg på Hamar, hvor norsk-produsert potetråsprit blir redestillert til 96 prosent. Mannen på bildet kontrollerer tettheten i spriten for å kunne beregne eksakt alkoholinnhold, ca. 1950.

Utfordringer

Fremmedstoffer

For vin, øl og brennevin er antallet fremmedstoffer forholdsvis begrenset. Disse stoffene er som regel relatert til tungmetaller og soppgifter (mykotoksiner). Internasjonalt arbeides det kontinuerlig for å begrense forekomsten av disse stoffene, dette resulterer i bedre produksjonsmetoder som igjen resulterer i en kontinuerlig oppdatering av regelverket.

Patogene bakterier

Vin, øl og brennevin vil på grunn av lav pH og alkoholinnholdet gi dårlige vekstvilkår for bakterier som er sykdomsfremkallen-

de. Eventuell vekst av gjær og bakterier vil kun gi uønsket lukt og smak til produktet.

Hjelpestoffer og tilsetningsstoffer

For at kundene skal få et stabilt produkt med riktig kvalitet, er det ofte nødvendig med bruk av hjelpestoffer og tilsetningsstoffer. Hjelpestoffene tilsettes under produksjonen, men fjernes som regel før produktet når konsumenten. Tilsetningsstoffer tilsettes produktene før de emballes, for å sikre god stabilitet. Felles for disse stoffene er at de er regulert av et internasjonalt regelverk som setter rammer for bruk og tillatte mengder.

Andre utfordringer

Vinmonopolet selger årlig mellom 80 og 90 millioner enheter. Dessverre opplever vi at enkelte produkter eksploderer, men det er heldigvis forholdsvis sjelden. Årsaken kan være relatert til svekkelser i glasset på kullsyreholdige produkter eller utilstrekkelig stabilisering med påfølgende mikrobiologisk vekst. Konsekvensene av denne type avvik kan resultere i personskafer og har derfor svært høy prioritet. Tiltak vil ofte være å sperre produktet for salg inntil årsaken er avklart.

Registrerte hendelser 2019

Allergener

Varer som kan inneholde allergener, skal merkes. De mest aktuelle allergenene for alkoholholdige produkter er gluten og sulfitt. Dette er regulert av EU-forordning 1169/2011 / Forskrift om matinformasjon til forbrukerne. Det ble i 2019 oppdaget manglende sulfittmerking på flere produkter. Disse avvikene har resultert i en oppdatering av våre rutiner for kontroll av merking.

Plantevernmidler i økologiske produkter

Det ble tatt ut 20 økologiske produkter til analyse mht. plantevernmidler. Det ble funnet rester av plantevernmidler i ni av produktene. Debio vil følge opp de enkelte produsenter og de ansvarlige sertifiseringsorganer.

Varer med for høyt CO₂-innhold

Varer med for høyt nivå av CO₂ kan utgjøre en helserisiko på grunn av eksplosjonsfaren. Årsaken er ofte utilstrekkelig stabilisering og fravær av konserveringsmidler, noe som gir økt risiko for mikrobiologisk vekst. Manglende stabilisering er et gjentakende problem hos småskalaprodusenter av øl og alkoholfrie produkter. Feilproduserte flasker er en annen kilde til eksplosjoner med mulighet for skader. Alkoholfritt og øl er de kategoriene som er mest utsatt for denne type avvik.



Reklamasjoner på produkter med overtrykk



4 748 241

Totalt solgte enheter (øl)

389

Registrerte reklamasjoner på grunn av høyt trykk



895 173

Totalt solgte enheter (alkoholfritt)

5235

Registrerte reklamasjoner på grunn av høyt trykk



8 097 677

Totalt solgte enheter (musserende vin)

5

Registrerte reklamasjoner på grunn av høyt trykk

Avvikene er hovedsakelig knyttet til én produsent. Fremtidige leveranser fra denne produsenten skal stå i karantene, og stabiliteten skal dokumenteres med analysebevis. Antall rapporterte skader: 1. Hendelsen er knyttet til musserende vin og sannsynligvis en feilprodusert flaske.

Reklamasjoner på produkter som ikke er merket i samsvar med regelverk mht. grenseverdier og informasjon

Obligatorisk merking av alkoholfrie og alkoholholdige produkter er regulert av forskrift om matinformasjon til forbrukerne. Avvik på merking blir som regel oppdaget i butikk før varene når kunden. Melding om manglende merking blir sendt direkte til enheten «Produktkvalitet» som gjennomfører nødvendige tiltak.

Avvik som bryter med gjeldende regelverk

Det er avdekket to produkter med sulfittkonsentrasjon godt utenfor maksimal grense.

Avvik mht. feil eller manglende merking

Totalt ble det registrert ni tilfeller mht. manglende merking og merking som ikke er i henhold til gjeldende regelverk.

God forretningsetikk

Del 4

God forretningsetikk

Vinmonopolet er en ansvarlig samfunnsaktør. Vi likebehandler våre leverandører, har nulltoleranse for korrupsjon og er transparente om vår virksomhetsstyring.

I 2019 har vi gjennom bærekraftsmål nr. 8, anstendig arbeid og økonomisk vekst, forpliktet oss til å sikre høy etisk standard og ansvarlighet i alle ledd, også i egen virksomhet. Monopolordningen i seg selv innebærer en risiko for korrupsjon. De økonomiske konsekvensene av å ikke være en del av Vinmonopolets distribusjon kan være store for produsenter og grossister, hvilket øker risikoen for at disse ønsker å påvirke Vinmonopolets beslutninger. Det er særlig Vinmonopolets innkjøpsprosesser som kan være utsatt for uønsket påvirkning. Spesielt utsatte forretningsprosesser er knyttet til lokal liste og spesialutvalg. Vinmonopolet har derfor klare retningslinjer for personlig adferd i våre «Etiske retningslinjer for alle ansatte i Vinmonopolet» for å unngå misbruk av stilling i de markeder der Vinmonopolet er dominerende aktør. Retningslinjene skal virke forebyggende og sikre innsyn og kontroll slik at eventuelle kritikkverdige forhold oppdages raskt og blir ryddet opp i, og at det blir reagert overfor ansatte som har opptrådt i strid med reglene.

Det etiske regelverket ble oppdatert våren 2019, og en modernisert opplæring i innholdet i Vinmonopolets etiske regelverk ble lansert innad i organisasjonen. I 2019 ble det vedtatt å ta inn en særlig regel om seksuell trakassering.

Etisk regelverk

- Vårt etiske regelverk er tilgjengelig i vår Personalhåndbok.
- Vinmonopolet har fora hvor etiske problemstillinger kan drøftes.

Retningslinjene omtaler blant annet regler knyttet til

- diskriminering og seksuell trakassering
- korrupsjon: misbruk av stilling for å oppnå personlige eller forretningsmessige fordeler for seg selv eller andre
- lojalitet og taushetsplikt
- nøytralitet: produkter skal likebehandles og omtales basert på objektive kvalitetskriterier
- åpenhet og varsling
- habilitet
- kontakt mellom ansatte og leverandører, på jobb og privat
- gaver, sosiale arrangementer og reiser

Regler for innkjøp av alkoholholdige drikkevarer

Innkjøpsprosessen for alkoholholdig drikke er bestemt i forskrift om Vinmonopolets innkjøp, som fastholder at innkjøp skal skje innenfor alkoholpolitiske rammevilkår. Likebehandlingsprinsippet er særlig sentralt i Vinmonopolets innkjøpsregler, sammen med forutsigbarhet, konkurranse og etterprøvnbarhet.

Vinmonopolet har fem produktutvalg, disse kan du lese om på våre nettsider: vinmonopolet.no/innkjopsprosess.

Spesialutvalg og lokal liste

Utover de fem utvalgene har Vinmonopolet et spesialutvalg og en såkalt lokal liste i butikk. Lokal liste er de produktene som butikkene selv velger å ta inn i sin butikk fra basis-, bestillings- og testutvalget, som følge av lokal etterspørsel. For å unngå spekulasjoner om forskjellsbehandling og uønsket påvirkning har vi regler om leverandørbesøk i butikk, både i vår leverandøraftale og i våre etiske retningslinjer. Det er også en begrensning av hvor mange produkter hver enkelt butikk kan ta inn på sin lokale liste, samt en rutine for dette.

Spesialutvalget omfatter produkter som har eksepsjonelt høy kvalitet, er tilgjengelig i kun små partier, er nyskapende og som skiller seg klart ut fra hva som ellers finnes i Vinmonopolets sortiment. Dette er unike produkter som kjøpes inn i små kvanta og omfatter knapphetsvarer, mer-



kevarer, har kun én tilbyder og/eller er produkter som ikke blir fanget opp av anbud etter konkurranse. Produkter til spesialutvalget kjøpes inn etter § 3-3 direktekjøp i innkjøpsforskriften. Dersom tilbudene viser at flere kan tilby etterspurt produkt, vil pris og tilgjengelighet være avgjørende. Slike innkjøp benyttes når produktet bare kan skaffes fra én grossist, eller innkjøpet på grunn av uforutsette omstendigheter ikke kan utsettes. Direkte innkjøp som sådan innebærer en forstørret risiko for uønsket påvirkning, og vi har derfor særlige rutiner for slike kjøp.

Det utarbeides en lanseringsplan for spesialutvalget som godkjennes av ansvarlig leder. Grunnlag for anbudsinnbytter sendes leder for kategori og innkjøp for godkjenning. Leder for innkjøp og produktkvalitet vurderer innstilt tilbud mot anbudsinnbytte før ev. godkjenning av kjøp. Grossisthandel måles for lanseringer de siste tolv månedene, og det er også føringer på hvor stor andel/kjøp som kan gjøres fra en grossist.

Regler for innkjøp av driftsmidler

Vinmonopolets innkjøp av alle andre varer, fra kontorrekvisita til uniformer, gjøres i overensstemmelse med lov om offentlige anskaffelser. Lov om offentlige anskaffelser skal sikre effektiv bruk av Vinmonopolets midler og at en forretningsmessig tilnærming og likebehandling av leverandører bidrar til høyere ver-

Klager

Dersom man er uenig i Vinmonopolets beslutning om innkjøp, er det adgang til å få prøvet beslutningen av en uavhengig nemnd oppnevnt av Helse- og omsorgsdepartementet. Nemnda skal sikre at Vinmonopolet likebehandler tilbydere, leverandører og produkter. Vinmonopolet fikk inn ni klagesaker i 2019. Vi har fått medhold i åtte saker og ikke medhold i én sak.

Klagenemnda for offentlige anskaffelser (KOFA) håndterer klager som gjelder brudd på regelverket for offentlige anskaffelser. Vinmonopolet har i 2019 ikke mottatt klage til KOFA eller for øvrig i rettsssystemet.

NULL KLAGER I KOFA

diskaping i samfunnet. Loven pålegger oppdragsgiver blant annet å basere anskaffelsene på konkurranse (når dette er mulig), ivareta hensynet til forutsigbarhet, gjennomsiktighet og etterprøvbarehet i anskaffelsesprosessen, sikre likebehandling av leverandører og vurdere de miljømessige og etiske konsekvensene av anskaffelsen.

Ansvar

- Ansvar for at regler overholdes, ligger hos administrerende direktør.
- Direktør for Kategori og innkjøp og for Kjededrift og utvikling har et spesielt ansvar for å påse at reglene overholdes, da kontakt mellom ansatte og leverandører i hovedsak inntreffer gjennom produktsjefer og butikkansatte.
- Vinmonopolets tre jurister jobber på oppdrag for hele bedriften for å ivareta etterlevelse av regelverk. De er organisert under direktør for Kommunikasjon og samfunnsansvar.
- Vinmonopolet har en internrevisjonsavdeling bestående av tre personer, med en ansvarlig revisor. Internrevisjon gjennomførte i 2019 en kartlegging av mulige relasjoner mellom ansatte og leverandører for å kontrollere etterlevelsen av etisk regelverk.
- Juridisk har ansvaret for det etiske regelverket, men Organisasjon og HR har ansvaret for å sørge for opplæringsprogram for ansatte.

Varslingskanal

- Vinmonopolet oppfordrer åpent og aktivt alle om å varsle oss om kritikkverdige forhold. Vinmonopolets varslingskanal sikrer varslere full anonymitet der de ønsker det. Varslingskanalen er tilgjengelig og kjent både for allmennheten og Vinmonopolets ansatte. Det informeres og linkes til denne på Vinmonopolets hjemmeside og på Vinmonopolets intranett. Varslingskanalen skal gjøre det enkelt og trygt å varsle om kritikkverdige forhold i Vinmonopolet, både i og utenfor Vinmonopolets organisasjon.
- Vinmonopolets varslingsråd består av leder Bærekraft, leder Juridisk og to representanter fra HR.
- Vinmonopolet mottok 13 varsler gjennom varslingskanalen i 2019. Ingen av varslene gjaldt korrupsjon, og det er derfor ikke iverksatt noen juridiske reaksjoner. Mange av sakene gjaldt imidlertid forhold som følges opp av Organisasjon og HR-avdelingen.



Fagansvarlig jurist Kari-Anne Rønningen (til venstre) og jurist Hege Sjølie. Pga korona-situasjonen fikk vi dessverre ikke tatt et nytt bilde med jurist Marthe Askvig.



Bærekraftig forbrukeradferd

Del 5

Bærekraftig forbrukeradferd

Vi er opptatt av å legge til rette for at kundene kan ta bærekraftige valg når de handler hos oss.

Norske forbrukere viser en økende interesse for bærekraft, og mange sier de vektlegger bærekraftige egenskaper ved produktene de kjøper. Vinmonopolet ønsker å imøtekomme denne trenden og bistå våre kunder i å ta bærekraftige valg når de handler hos oss. Vi har derfor tilført «Bærekraftig forbrukeradferd» som et syvende tema i vår vesentlighetsanalyse. Det har også blitt et av områdene med tilhørende strekksmål i Vinmonopolets nye bærekraftstrategi. Arbeidet med bærekraftig forbrukeradferd bygger opp under FNs bærekraftsmål nr. 3, god helse, og nr. 12, ansvarlig forbruk og produksjon. Mer spesifikt vil vi bidra med å styrke forebygging og behandling av misbruk og skadelig bruk av alkohol og sikre at folk får relevant informasjon om og er seg bevisst en bærekraftig utvikling og livsstil.

Vi har som mål at bærekraft skal bli en integrert del av vårt kundemøte. Dette søker vi å oppnå gjennom å innarbeide bærekraft i Vinmonopolets serviceprogram «Det beste kundemøtet» og i servicemålingen «Mystery shopper». Vi skal øke vårt utvalg av bærekraftige produkter, lære opp våre butikkansatte og gi kunden relevant informasjon om bærekraft i våre kanaler.

Vi har følgende mål.

Kunden skal

få god veiledning av våre butikkansatte om bærekraftige valg

•

finne tydelig og lett tilgjengelig informasjon om bærekraft i våre kommunikasjonskanaler

•

finne et relevant utvalg av bærekraftige produkter i våre butikker



Hva er et bærekraftig produkt?

Kundene legger forskjellige preferanser til grunn hva gjelder bærekraft. Vi ønsker å veilede og gi råd innen deres preferanser. Vinmonopolet definerer følgende produkter som bærekraftige: sertifisert etisk, miljøsmart emballasje og lokale miljøsertifiseringer. Vi er usikre på den reelle gevinsten av økologiske produkter innen vår industri, og vi vill derfor utrede forskning innen økologi nærmere før vi eventuelt inkluderer økologiske produkter i vår definisjon av bærekraft. Vi ønsker også å tilpasse oss den såkalte «NoLo»-trenden og møte kundenes forventninger både til vareutvalg av og kunnskap om alkoholfrie (No) og alkoholsvake (Lo) produkter samt veiledning om disse varene fra våre butikkansatte.

Kort sagt skal et bærekraftig produkt hos Vinmonopolet ha fordeler for klima og miljø, sosiale forhold i produksjonen og/eller egen helse.

Da dette er et nytt tema for oss i 2019, har vi ingen tall å rapportere før i 2020.

Smarte miljø og klimaløsninger

Del 6

Smarte miljø- og klimaløsninger

Vinmonopolet jobber aktivt for å implementere smarte miljø- og klimaløsninger i hele vår verdikjede. Det innebærer tiltak i egen drift og hos våre leverandører og produsenter.

Forbruker, kunder og myndigheter stiller i stadig større grad spørsmål til samfunnets evne til å møte klimaendringene. Vinmonopolet lever av å selge produkter som er laget av jordbruksvarer. Store endringer i klimaet og naturen vil ha stor påvirkning på oss direkte. Vi har dermed en sterk egeninteresse i å bidra til bærekraftig bruk av jordens ressurser og begrense klimaendringene. Gjennom FNs bærekraftsmål nr. 13 har vi forpliktet oss til å være en bidragsyter i kampen mot klimaendringer og konsekvensene av disse. Mer spesifikt har vi valgt å jobbe for delmål 13.3 som handler om å styrke institusjoners evne til å motvirke, tilpasse seg og redusere konsekvensene av klimaendringer, heve deres evne til tidlig varsling samt styrke kunnskapen og bevisstgjøringen om klimaendringene.

Miljø og klima er derfor et strategisk satsingsområde i Vinmonopolets selskapsstrategi. I vår nye bærekraftstrategi er smarte miljø- og klimaløsninger både i

egen drift og bakover i verdikjeden et av fire hovedtemaer. Vi har satt oss et mål om å redusere CO₂-utslippene i vår verdikjede med 40 prosent innen 2030 – om bare tre år skal vi ha nådd halvveis. Dette er en svært krevende oppgave og innebærer at vi må gjøre ting annerledes – og ikke minst smartere i alle ledd. Emballasjen på produktene vi selger, utgjør vårt desidert største målbare klimautslipp. Derfor er arbeidet med det vi kaller «miljøsmart emballasje», et hovedtema. Vi krever lette glassflasker, plast, aluminium, pouch/ståpose og fiberemballasje (pappkartong) på alle nye produkter der det er mulig. Produkter med miljøsmart emballasje er dessuten merket i butikkene våre, slik at du som kunde lettere skal kunne finne produktene med lettere emballasje. På miljøområdet samarbeider Vinmonopolet tett med de andre nordiske alkoholmonopolene. Sammen utgjør vi en betydelig aktør, og samhandling gjennom et felles miljøstrategisk ramme-

verk gir større muligheter til å påvirke bransjen i en positiv retning enn ved å stå alene.







Fra og med 2019 krever vi pant på nye plastflasker (PET) og aluminiumsbokser. Antall pantbare produkter i sortimentet ble mer enn doblet i løpet av året og endte på totalt 340 produkter tilknyttet panteordningen ved årsslutt. Elleve pantbare viner i plastflaske gjorde sitt inntog i hyllene i løpet av året.

Grafen «Liter solgt miljøsmart av total» over viser andel liter solgt på miljøsmart emballasje (all emballasje utenom tunge glassflasker). Tunge glassflasker (over 420 gram) utgjør da i 2019 fortsatt 43,3 prosent av salget.

Vær og vin

Et treffsikkert klimabarometer

Registrerte innhøstingstidspunkt for vindruer er blant de lengste sammenhengende

Lette flasker er miljøsmart		Flaskene tilsvarer	
 tunge glassflasker 0,75 l	1000 GRAM	 7,2 km	
 lette glassflasker 0,75 l	420 GRAM	 3,2 km	
 plastflasker m/pant 0,75 l	54 GRAM	 0,8 km	



Vindruer modnes i hagen til familien Enggrav utenfor Kristiansand.

fenologiske data vi har i Europa. I den lille kommunen Beaune i Burgund i Frankrike er vindruenes innhøstingstidspunkt dokumentert helt tilbake til 1354. En studie som nylig har analysert de 664 årene fra dette området, viser en tydelig endring; mellom 1354 og 1987 var gjennomsnittlig innhøstingstidspunkt 28. september. Fra 1987 til 2018 inntraff imidlertid innhøstingen 13 dager tidligere – den 15. september – som følge av økte temperaturer og tidligere modning. Dataene viste at historisk varme år som før forekom tilfeldig, som 1540-årgangen, nå er blitt den nye normen.

Vinåret 2019

Produksjonsmessig fikk vinåret 2019 en utfordrende start, særlig i Europa. En

generelt våt vår ga dårligere pollinering av blomstene samt fremvekst av meldugg. I tillegg gjorde den tidlige blomstringen at blomstene var særlig utsatt ved frostnettene i mars/april.

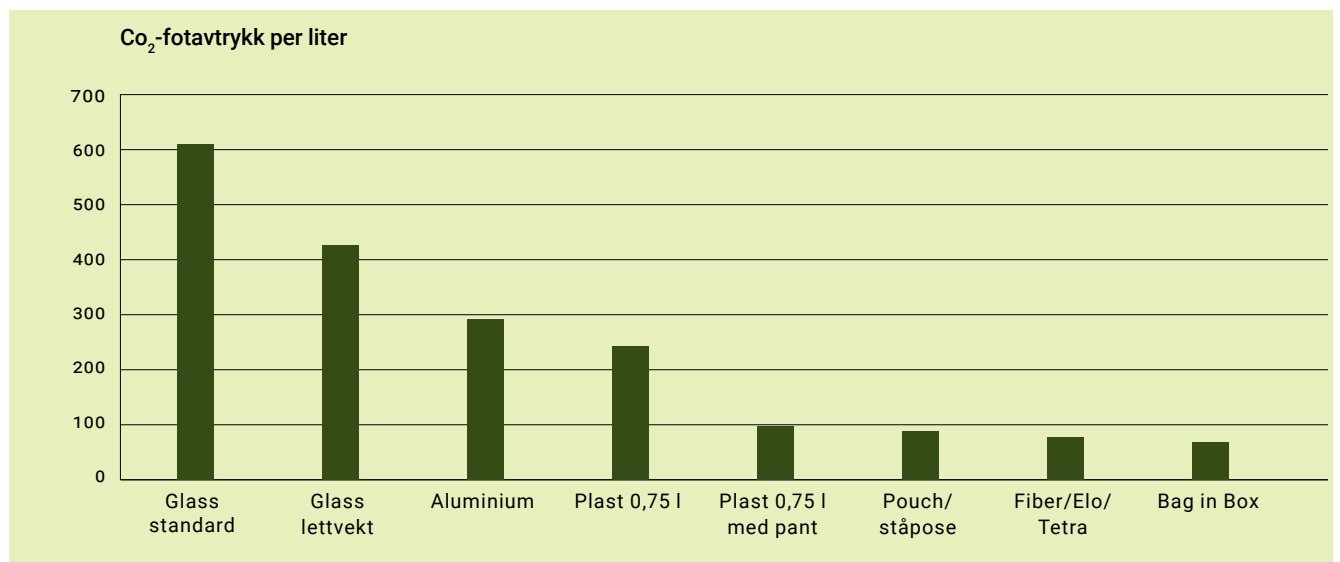
Våren ble etterfulgt av en svært varm sommer, som i flere områder ga solsviddedruer. Dette medførte grad av undermodne tanniner, et generelt høyt sukkernivå, men også redusert volum gjennom at druene ble små eller uegnet for vinproduksjon. Været på høsten ble langt mer gunstig, med kjøligere høstnetter som ga druene friskhet. Dette var dermed et viktig bidrag for å redde kvaliteten og balansen i vinene i 2019.

Land som Italia, Frankrike og Spania, som troner på toppen av verdens vinpro-

duserende land, hadde alle en nedgang i volumene på henholdsvis 15 prosent, 15 prosent og 24 prosent sammenlignet med rekordåret 2018.

En helt ny verden

Det er ikke lenge siden det var utenkelig å drive vinproduksjon i Norge, men i både 2018 og 2019 ble det høstet modne Riesling-druer i Kristiansand. Global oppvarming bidrar til at vinverdenen utvider seg mot nord på den nordlige halvkule. I tillegg sprer kunnskap og teknologi seg raskere enn noen gang, og egne druetyper som tåler kjølig klima, blir krysset frem. Dette åpner for vinland som Norge, Sverige, Danmark, Kina, Japan, Canada og Storbritannia.



Miljøarbeidet vårt i praksis

Miljøfyrtårn og miljøstyring

Vinmonopolet består av 334 butikker spredt over hele landet, et kjedekontor i Oslo og et lager i Vestby. Vi er stolte over at alle enhetene våre ble sertifisert som Miljøfyrtårn allerede i 2010/2011.

I 2019 miljøfyrtårnsertifiserte vi 14 ny-åpnede butikker, i tillegg ble 35 butikker plukket ut til resertifisering av Miljøfyrtårns sertifiserere. Alle kontrollerte butikker ble godkjent etter planen – takket være innsatsen fra våre dyktige butikkansatte under veiledning fra våre åtte interne miljøkonsulenter.

Miljøkonsulentene bisto butikkene aktivt gjennom 2019 i løpende systematisk miljøarbeid. Dette omfattet ukentlig oppfølging av energibruk samt månedlig oppfølging av avfallshåndtering, innkjøp/anskaffelser, egendefinerte miljømål og miljøtiltak per butikk. Samtlige butikker rapporterte i 2019 på miljøfyrtårnskriterier som en integrert del av HMS-rapporteringen. Miljøkonsulentene sikret at tidsfristene ble overholdt, og at kvaliteten på butikkenes helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid var tilfredsstillende.

Miljøkrav ved offentlige anskaffelser

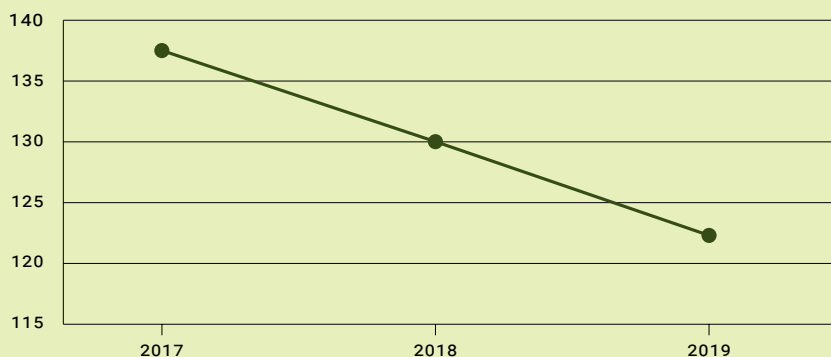
Vinmonopolet gjennomførte 39 nye anbud i løpet av 2019. Implementering av konkrete miljøkrav til produkter og tjenester inn i anskaffelsesprosessen har en potensielt stor effekt og har derfor vært mye i fokus i 2019. I samtlige anbud er relevante miljøkrav vurdert, mens selve utarbeidelsen av kravspesifikasjonene ble gjennomført i tverrfaglige samarbeid.

Miljøkravene som ble stilt i anbudene i 2019, omfatter alt fra LED-belysning i rehabiliteringsprosjekter til julegaver til ansatte, trykkeritjeneste, kontorrekvisita, gaveemballasje, eventbyrå med mer.

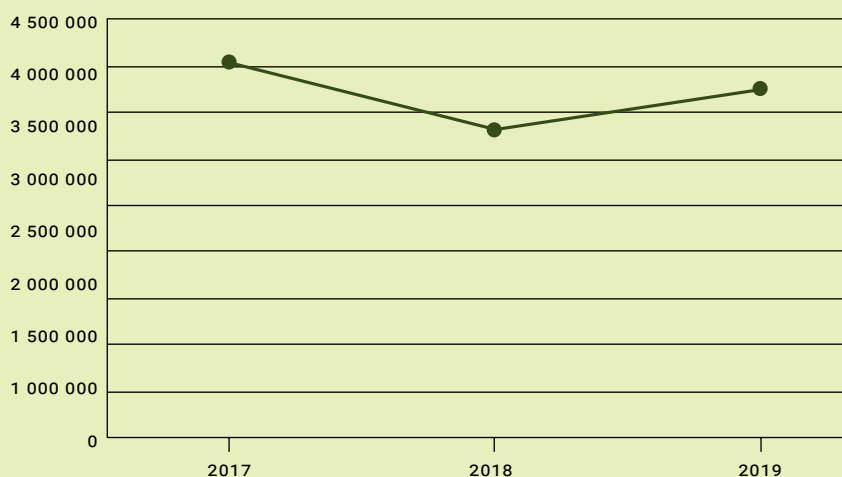
Pant = sant

Januar 2019 lanserte vi den første vinflasken i plast med pant basert på vår egen spesifisering. Dette var en følge av at vi året før tok en viktig beslutning om at alle nye pantbare produkter vi selv kjøper inn, skal ha pant. I praksis omfatter dette aluminiums-emballasje og produkter i plastflasker (PET). Innføring av pant sørger for å sikre at emballasjen

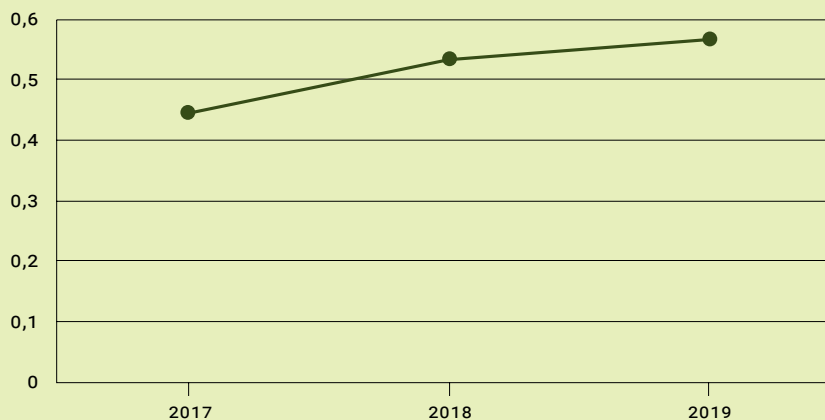
Energibruk per m²-butikker



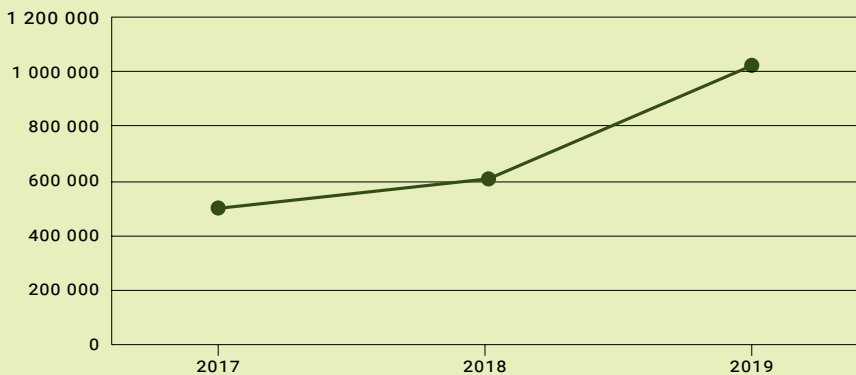
Reiseomfang totalt i km



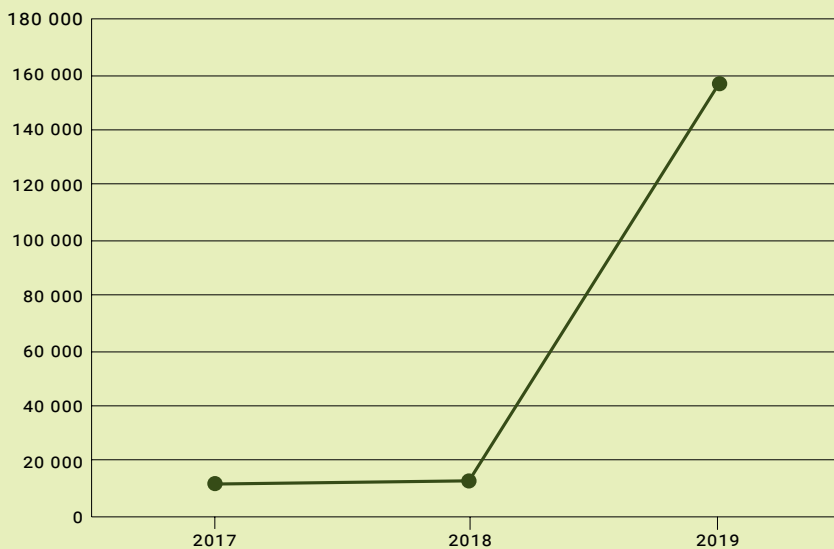
Liter solgt miljøsmart av total



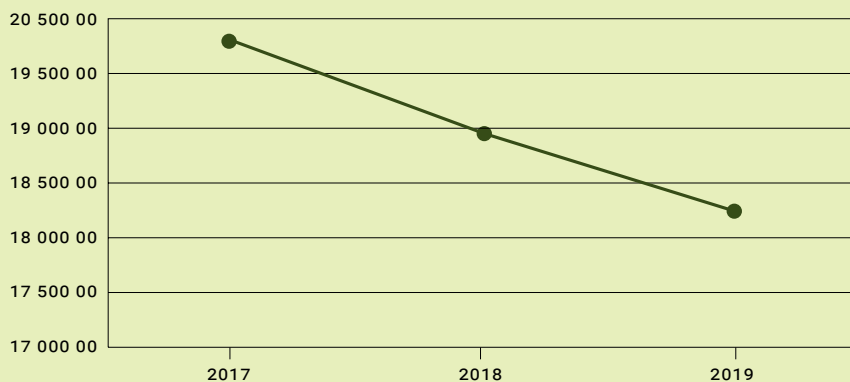
Litersalg med pant total



Litersalg vin med pant



Salg av plastbæreposer



Miljøsmart
emballasje

MILJØSMART

Miljøsmart
emballasje
med pant

MILJØSMART

«Å skifte ut glassflasker med plastflasker med pant gir enorme miljøgevinster. Vi i Infinitum er veldig glade for å få Vinmonopolet tilbake i panteordningen, og for det gode samarbeidet vi har.»

Kjell Olav Maldum, adm.dir. i Infinitum

1 er produsert på en måte som gjør at den kan gjenvinnes til ny emballasje
2 blir samlet inn, resirkulert og ikke havner i naturen som forsvøpling
Antallet tilgjengelige produkter med pantbar emballasje mer en doblet seg i løpet av 2019. Ved utgangen av året var 330 produkter tilknyttet panteordningen. Samlet ble det solgt rett over 1 million liter i pantbar emballasje i 2019 (rundt 1,3 prosent av totalsalget).

Returandelen for pantbare viflasker i plast var rett under 60 prosent gjennom 2019, mens returandelen for pantbare vinbokser i aluminium steg kraftig og var på ca. 80 prosent mot slutten av året. Returandel for ølbokser med pant (som utgjør nesten 80 prosent av litersalget med pant hos oss) var rundt 90 prosent i 2019.

Vi støtter tiltak mot plastforvøpling

Vinmonopolet har støttet Handelens Miljøfond siden oppstarten i 2018.

Fondets oppgave er å forebygge og rydde opp plastforvøpling, redusere plastposeforbruket samt øke gjenvinningen av plast. Fondet er en frivillig bransjeordning for å ivareta EUs plastdirektiv.



Handelens
Miljøfond

Vi donerer 50 øre for hver pose vi selger, til Handelens Miljøfond. I 2019 overførte vi NOK 8 847 750

Klimaregnskap

Kategori	Underkategori	Utslippsfaktor	Forbruk i l/kW/km/kg/stk.	Tonn CO ₂ -ekvivalenter	Prosentandel
Transport, direkte	Diesel leasede biler liter	2,512	2 727	7	0,02 %
	Bensin leasede biler liter	2,273	4 436	10	0,02 %
Sum scope 1			7 163	17	0,04 %
Energi	Elektrisitet butikker	0,119	14 589 005	1 736	4,2 %
	Elektrisitet kontorer, E-lager, annet	0,119	783 308	93	0,2 %
Sum scope 2			15 372 314	1 829	4,4 %
Transport indirekte	Flyreiser studiereiser		1 330 583	124	0,3 %
	Flyreiser øvrige		1 217 409	863	2,1 %
	Reisegodtgjørelse basert på km	0,0905	330 452	30	0,1 %
Sum transport indirekte			2 878 444	1 017	2,5 %
Emballasje – salgsvarer	Akevitt			1 383	3,4 %
	Alkoholfri leskedrikk			106	0,3 %
	Alkoholfri most			50	0,1 %
	Alkoholfri musserende drikk			139	0,3 %
	Alkoholfri vin			84	0,2 %
	Alkoholfritt øl			25	0,1 %
	Alkoholfritt, øvrig			2	0,0 %
	Aromatisert vin			239	0,6 %
	Bitter			707	1,7 %
	Brennevin, annet			748	1,8 %
	Brennevin, nøytralt < 37,5 %			92	0,2 %
	Druebrennevin			1 467	3,6 %
	Fruktbrennevin			64	0,2 %
	Fruktvin			48	0,1 %
	Genever			5	0,0 %
	Gin			349	0,8 %
	Hvitvin			6 143	14,9 %
	Likør			1 042	2,5 %
	Madeira			8	0,0 %
Mjød			17	0,0 %	

Kategori	Underkategori	Utslippsfaktor	Forbruk i l/kW/ km/kg/stk.	Tonn CO ₂ - ekvivalenter	Prosentandel
Emballasje – salgsvare	Musserende vin			5 411	13,1 %
	Perlende vin			436	1,1 %
	Portvin			118	0,3 %
	Rom			169	0,4 %
	Rosévin			961	2,3 %
	Rødvinn			12 639	30,7 %
	Sake			10	0,0 %
	Sherry			40	0,1 %
	Sider			154	0,4 %
	Sterkvinn, annen			18	0,0 %
	Vermut			130	0,3 %
	Vodka			2 129	5,2 %
	Whisky			949	2,3 %
	Øl			1 984	4,8 %
Sum emballasje				37 868	91,89 %
Avfall	Papp/papir	0,021	2 185 444	46	0,11 %
	Glass	0,021	68 241	1	0,00 %
	Metall	0,021	7 465	0	0,00 %
	Restavfall	0,205	26 660	5	0,01 %
	Matavfall	0,021	8 638	0	0,00 %
	Plastfolie	0,021	120 775	3	0,01 %
	EE-avfall	0,021	2 973	0	0,00 %
Sum avfall			2 420 196	56	0,14 %
Andre indirekte utslippskilder	Plastposer	0,02279	18 251 799	416,0	1,01 %
	Papirutskrifter	0,858	7 768	6,7	0,02 %
Sum andre indirekte utslippskilder			18 251 799	423	1,03 %
Sum scope 3			5 298 640	39 363	95,52 %
Sum totalt			20 678 116	41 209	100,00 %

Underkategori	Utslippsfaktor – kilde
Diesel leasede biler liter	Miljøfyrtårns miljørapport
Bensin leasede biler liter	Miljøfyrtårns miljørapport
Elektrisk kraft kWh	Nordisk el-mix
Flyreiser	CO ₂ -ekvivalenter oppgitt fra våre reiseoperatører
Reisegodtgjørelse basert på km	SSB – 50/50 fordeling bensin og diesel
Emballasje	Utledet fra "update of wine packaging LCA" – Gaya consulting 2018
Avfall	Miljøfyrtårns miljørapport
Papirutskrifter	https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652611004409
Plastposer	Leverandørs egen LCA-analyse

Vårt klimagassutslipp

Vinmonopolets totale målbare klimautslipp var i 2019 på 41 209 tonn CO₂-ekvivalenter. Dette er en økning på 3 579 tonn (7,9 prosent) fra 2018.

Økningen skyldes i hovedsak bedre beregningsmetoder og underlag for å måle klimafotavtrykket for produktemballasjen per produkt og varegruppe. Legger vi til grunn samme beregningsmetode i 2018, viser 2019 likevel en økning i CO₂-utslipp knyttet til produktenes emballasje (+ 639 tonn). Effekten av innsatsen og økning av produkter på miljøsmart emballasje oppveier dermed ikke fullt ut effekten av økt salg generelt (+ 585 000 liter) samt særlig økt salg av musserende vin på tunge glassflasker i 2019 (+ 319 tonn CO₂).

Flyreiser knyttet til studiereiser er inkludert fra 2019 (124 tonn).

Utslippsfaktoren for nordisk el-mix er lavere i 2019 sammenlignet med utslippsfaktor brukt i 2018. Sammen med redusert total energibruk utgjør dette 158 tonn reduserte utslipp.

Utslipp knyttet til papirutskrifter er inkludert fra 2019 (6,7 tonn CO₂).

Monopolsamarbeid om miljø og klima

De nordiske alkoholmonopolene har opprettet et strategisk samarbeid på miljøområdet. Samlet representerer de nordiske alkoholmonopolene verdens største innkjøper av alkoholholdig drikke. Dermed får koordinerte miljøtiltak en potensielt stor effekt i hele bransjen.

Eksempler på gjennomførte aktiviteter i 2019 er:

- Inkludering av aluminium i felles emballasjestudie (LOA)
- Lansering av klimafotavtrykk per pro-

dukt ble lansert på Island.

- Ulike koordinerte kommunikasjons-tiltak rundt miljøsmart emballasje ut mot kunder (alle land).
- Etablert verdikjedekartlegging/sporbarhet inkludert miljø (Sverige).



Rolf Erling Eriksen, leder Miljø



Vinmonopolets miljøkonsulenter: Fra venstre: Olav Felle, Gorm Smørgrav, Stig Skogeng, Jetmund Ringstad, Jarle Rake, Cecilie Brungot, Steinar Sjøheim og Ole-Sæming Søgård.

Anstendig arbeid i leverandørkjeden

Del 7

Anstendig arbeid i leverandørkjeden

Vinmonopolet jobber for at ingen skal skades eller lide under fremstilling av varene vi selger. Våre etiske retningslinjer skal følges i alle ledd av leverandørkjeden.

Mennesker over hele verden jobber daglig med produksjon av varene du finner i Vinmonopolets hyller. Vi er opptatt av at disse menneskene skal jobbe under anstendige forhold hvor grunnleggende menneskerettigheter og arbeidslivstandarder er ivare tatt. De fleste steder er arbeidsforholdene bra, men ikke overalt. Vi jobber for å bedre arbeidsforholdene der utfordringene er størst. Dette er forankret i Vinmonopolets selskapsstrategi, hvor et sentralt mål er at vi skal være en foregangsvirksomhet i å utøve aktivt samfunnsansvar gjennom bærekraftige løsninger.

Det er flere grunner til at dette er et viktig område for oss. Det er store forventninger fra våre interessenter til at Vinmonopolet arbeider systematisk med å sikre gode arbeidsforhold i leverandørkjeden. Den norske regjeringen forventer at Vinmonopolet, som en statlig eid virksomhet, er ledende i å ta samfunnsansvar. Lokale fagforeninger i produsentland forventer at vi stiller krav om at arbeiderne har en god og trygg arbeidsplass. Vår medlemsorganisasjon amfori forventer at vi etterfølger deres Code of Conduct, og at vi jobber aktivt for å implementere verdiene og prinsippene i vår leverandørkjede. Media er opptatt av at vi legger press på produsenter som ikke etterlever våre retningslinjer.

Men kanskje viktigst – våre kunder forventer at Vinmonopolet tar ansvar for at produktene de handler hos oss, er produsert på en rettferdig måte. Det viktigste for Vinmonopolet er ikke å ivareta vårt eget renommé, men å forbedre arbeids- og levestandarden til menneskene som produserer

varene vi selger. Vi erkjenner likevel at jobben vi gjør med etisk handel i en global leverandørkjede, påvirker kundenes inntrykk av Vinmonopolet som en ansvarlig aktør.

Som en stor innkjøper har Vinmonopolet mulighet til å påvirke arbeidsvilkår i vinbransjen i positiv retning. Det er derfor et av hovedtemaene i Vinmonopolets nye bærekraftstrategi. Arbeidet bygger opp under FNs bærekraftsmål nr. 8, anstendig arbeid og økonomisk vekst. Vi legger

Amfori (tidligere BSCI) er en internasjonal medlemsorganisasjon som jobber for åpen og bærekraftig handel verden over. De har hovedsete i Brussel og over 2 000 medlemmer i 40 land. Alle amfori-medlemmer er forpliktet til å bruke deres etiske retningslinjer – amfori Code of Conduct, som regulerer fagforeningsfrihet, lønn, HMS, barnarbeid, anti-korrupsjon m.m.

Les mer her: amfori.org/content/code-conduct



spesielt vekt på punkt 8.7 om å jobbe for å avskaffe tvangsarbeid, få slutt på moderne slaveri og menneskehandel og sikre at de verste formene for barnarbeid forbyes og avskaffes, samt punkt 8.8 om å beskytte

arbeiderrettigheter og fremme et trygt og sikkert arbeidsmiljø for alle arbeidstakere.

Vinmonopolets prosess og oppfølging av alkoholholdige drikkevarer

Vi erkjenner at arbeidsforholdene ikke er slik de burde være, alle steder i vår leverandørkjede. Vår målsetting er å bidra til forbedringer, enten ved å løfte enkeltprodusenter opp på et godt nivå eller heve større deler av industrien. Dette være seg innen et geografisk område, som for eksempel Western Cape i Sør-Afrika, eller innen et sentralt tema i vår Code of Conduct – for eksempel å motvirke moderne slaveri. Vi har også som målsetting å skape oppmerksomhet om utfordringene i vår leverandørkjede og å få med oss flere dedikerte støttespillere i arbeidet med å jobbe med forbedringer. I vår bærekraftstrategi har vi definert følgende ambisjoner:

- Alle arbeidere i vår leverandørkjede skal ha arbeidsforhold som er i tråd med internasjonale konvensjoner.
- Vi skal ikke ha noen menneskerettsbrudd i vår leverandørkjede.
- Vi skal være ledende og innovative innen etisk handel og tørre å utfordre det etablerte.

Konkret har vi som mål at alle identifiserte brudd på vår Code of Conduct skal utbedres, og at alle våre revisjoner skal være bestått. Målet vårt er ikke å «renvaske» vår produktportefølje eller å sikre oss mot risikoeksponering. Vi ønsker å bruke vår posisjon til å bedre forholdene i vår verdi-



Vi merker at forståelse for viktigheten av etisk handel og viljen til forbedring av arbeidsforhold har økt hos produsenter vi har jobbet med over tid.

**Risiko-
vurdering**

**Kompetanse-
heving**

**Pre-
assessment**

**Dialog
og støtte**

**Avsluttende
amfori-
revisjon**

kjede. Vi aksepterer derfor at leverandørene ikke etterlever alle våre krav – så lenge de er innstilt på å jobbe sammen med oss med å forbedre forholdene.

Vinmonopolet er medlem av amfori, som bistår sine medlemmer med systematikk, verktøy og et nettverk av revisorer i arbeidet med å følge opp sine leverandører. Vi har utarbeidet en modell som tar utgangspunkt i amforis systematikk, og tilpasset den etter våre erfaringer, OECDS veileder for aktsomhetsvurderinger og FNs veiledende prinsipper for *Human Rights Due Diligence*.

Vinmonopolets prosess starter med en risikovurdering, hvor vi i første omgang kartlegger hvilke produsentland vi skal fokusere på de kommende ett til tre årene. Deretter innhenter vi informasjon om enkeltprodusenter og deres leverandørkjede i disse landene, for å identifisere hvilke produsenter og underleverandører vi anser har høy risiko for å ikke etterleve kravene i vår Code of Conduct. Vi konsentrerer oss om aktørene lengst ned i leverandørkjeden, der råvarene dyrkes. Det er der utfordringene er størst, og der vår

Utover egne risikovurderinger følger Vinmonopolet opp bekymringsmeldinger, fra for eksempel media, angående dårlige arbeidsforhold og menneskerettighetsbrudd i leverandørkjeden. Ofte er slike bekymringsmeldinger vel så effektive i å avdekke uønskede forhold som våre besøk og revisjoner.

innsats vil utgjøre størst forskjell.

Hos leverandørene med høyest risiko for brudd gjennomfører vi en «pre-assessment», en inspeksjon hvor målet er å kartlegge i hvilken grad leverandøren etterlever de viktigste kravene i vår Code of Conduct. Resultatet av denne inspeksjonen danner grunnlag for videre oppfølging. Vi legger vekt på å være en støtte for leverandøren i utbedringsarbeidet som til slutt ender med

en amfori-revisjon. Vinmonopolet ønsker å være aktivt til stede i risikoland og å ha dialog med produsentene og lokale fagforeninger. Det er vår målsetting at leverandørene utbedrer alle brudd på Code of Conduct innen den endelige revisjonen gjennomføres som avslutning på prosessen.

Med flere tusen produsenter og flere titalls tusen underleverandører, og gitt den omfattende og inkluderende oppfølgingen vi legger til grunn, er det begrenset hvor mange leverandører Vinmonopolet kan jobbe aktivt med. Derfor er den jobben de norske importørene gjør med å sikre gode arbeidsforhold hos sine leverandører, viktig. Vinmonopolet stiller krav om at importørene gjennomfører egne aktsomhetsvurderinger og aktivt følger opp at kravene i Code of Conduct blir etterlevd. Vi bistår importørene med kompetanse og hjelpemidler for at de skal kunne ivareta dette ansvaret. I 2019 lanserte vi et e-kurs som hjelp for importørene. Kurset består av fire moduler: etterlevelse av Code of Conduct, risikovurdering, oppfølging av produsenter og krisehåndtering.

Vi tror at samarbeid om bedre arbeidsforhold i leverandørkjeden er nødvendig for å lykkes. Sør Afrika er et landene vi har gjennomført samarbeidsprosjekter i.



Samarbeid med andre

Samarbeid på tvers av bransjer og landegrensar gir oss større påvirkning, anledning til erfaringsutveksling og mulighet for å gjennomføre aktiviteter enn om vi jobbet alene. Vi legger derfor vekt på å delta i nettverk og programmer som fokuserer på sentrale deler av vår Code of Conduct.

Stronger Together

Det britiske nettverket Stronger Together jobber for å motarbeide moderne slaveri og tvangsarbeid i frukt- og vinproduksjon. Vinmonopolet er medlem i deres program i Sør-Afrika. Gjennom nettverket har vi bidratt til å skape oppmerksomhet om risikoen for moderne slaveri i vinindustrien. Produzentene har fått kunnskap og verktøy for å implementere gode rutiner og systemer for å håndtere problemet. I 2019 utvidet vi vårt engasjement, og vi ble del av Stronger Together's nettverk i California. Vi håper

med dette å overføre de gode erfaringene fra Sør-Afrika til våre produsenter på USAs vestkyst.

Ethical Trade Forum Italy

Vinmonopolet er medlem av et internasjonalt nettverk som ser på arbeidsforhold for innleid arbeidskraft i den italienske jordbrukssektoren. Nettverket ledes av den britiske organisasjonen Ethical Trade Initiative og tilrettelegger for samarbeid mellom internasjonale forhandlere og lokale produsenter i arbeidet med å sikre ansvarlig rekruttering og gode arbeidsforhold for sesongarbeidere i Sør-Italia.

Samarbeid med de nordiske alkoholmonopolene

Vinmonopoler har samarbeidet med de andre nordiske monopolene i Sverige, Finland, Island og Færøyene om etikk i leverandørkjeden siden 2009 og stilt krav til våre leverandører siden 2012. Ved å stå sammen om kravene har vi større mulighet til påvirkning og å oppnå positive

endringer. De siste to årene har vi også gjennomført felles aktiviteter og programmer for importører og produsenter.

stronger together



Ethical Trading Initiative

For workers' rights. For better business.



VINMONOPOLET



RÚSDREKKASÖLA LANDSINS



VÍNBUÐIN | ÁTVR

Oppfølging i 2019

I 2019 har vi aktivt fulgt opp 26 vinprodusenter og underleverandører (druefarmer) i Sør-Afrika og Argentina samt brennevinsprodusenter og deres underleverandører (sukker møller og sukkerplantasjer) i Guatemala og på Cuba. De har enten vært gjennom en pre-assessment, en full amfori-revisjon eller en amfori-oppfølgingsrevisjon. Vinmonopolet legger vekt på aktiv tilstedeværelse i de landene vi har oppfølgingsprogrammer. Vi deltok selv på 16 av de 26 oppfølgingsaktivitetene vi gjennomførte i 2019.

Kurs i risikoland

Kurs for produsenter, underleverandører og lokale fagforeninger er viktig for å heve kompetansen om anstendig arbeid i risikoland. Vi ønsker at fagforeninger skal være en aktiv bidragsyter i vårt oppfølgingsarbeid og legger derfor vekt på å gjennomføre kurs for disse målgruppene i våre risikoland. I 2019 gjennomførte vi kurs i Argentina, Chile, Italia, Mexico, Sør-Afrika og på Cuba.

Det ble gjennomført 14 typer kurs, med temaer som introduksjon til amfori, områder i amforis Code of Conduct, hvordan man skal respondere på verbal trakassering, risikokartlegging, varslingsystemer og konflikt-håndtering. Til sammen deltok 92 av Vinmonopolets produsenter på kurs i 2019.

Nordisk rom-konferanse

De utfordrende arbeidsforholdene for sukkerrørarbeidere i Latin-Amerika ble dokumentert i en rapport i 2015. Forskning har vist at kraftig hete i kombinasjon med dehydrering og stor arbeidsbelastning spiller en avgjørende rolle for utbredelsen av nyresykdommen CKDu, som i mange tilfeller har dødelig utfall. I 2019 arrangerte Vinmonopolet og de andre nordiske alkoholmonopolene en internasjonal konferanse i Helsinki, hvor vi tok opp de utfordrende arbeidsforholdene på sukkerrørplantasjer i Latin-Amerika. Konferansen samlet 140 deltakere fra vår bransje, og det alvorlige budskapet på konferansen var en tankevekker for mange. Sukkerrør er en viktig ingrediens i produksjon av rom, og Vinmonopolet vil prioritere arbeidet med å sikre tilgang til hvile, vann og skygge for arbeiderne på sukkerrørplantasjer i Latin-Amerika i tiden fremover. Våre revisjoner på Cuba og i Guatemala i 2019 var et ledd i dette arbeidet.

Sertifisert etisk

Produkter som er sertifisert etter de internasjonale merkeordningene Fairtrade og Fair for Life, merkes på hylleforkanten i våre butikker med «Sertifisert etisk». Dette er produkter som kan dokumentere at de etterlever etiske retningslinjer som er minst like dekkende som vår Code of Conduct. I tillegg går en del av overskuddet fra salget av disse produktene tilbake til arbeiderne for sosiale formål.

I Vinmonopolets nyhetslansering i januar 2019 hadde vi søkelys på etisk sertifiserte produkter, blant annet for å øke bevisstheten om etisk handel og øke tilbudet av slike produkter til våre kunder. Vinmonopolets podkast ga ut episoden «Fairtrade – drikke med smak av god samvittighet», som ble spilt av 4 146 ganger. Episoden handler om hva Fairtrade er, og hvordan systemet bidrar til at arbeidere får en bedre hverdag.

Per desember 2019 hadde vi 38 etisk sertifiserte produkter (Fairtrade og Fair for Life) i vårt sortiment fra følgende land: Argentina, Belgia, Bulgaria, Chile, Frankrike, Paraguay, Sør-Afrika og Østerrike.

Prestisjetunge priser til Vinmonopolets arbeid med anstendig arbeid

I 2018 fikk Vinmonopolet prisen «Excellence» fra vår medlemsorganisasjon amfori, fordi vi viste nye veier i vårt bærekraftsarbeid og derved fremsto som en rollemodell for andre bedrifter. I 2019 fikk vi nok en pris, denne gangen som vinner av kategorien «Commitment» og for å ha utvist en sterk forpliktelse i arbeidet med positiv og bærekraftig endring. Dette er vi selvfølgelig veldig stolte av og tar med oss videre som motivasjon for arbeidet fremover.

1%

Etisk sertifiserte produkter
i vårt basisutvalg

Sertifisert etisk

ETISK

Pre-assessments og revisjoner

Sør-Afrika

- 7 amfori-revisjoner
- 3 bestått – 4 ikke bestått
- 34 brudd på Code of Conduct
- 4 produsenter med signifikante brudd på Code of Conduct
- 7 handlingsplaner innlevert

Argentina

- 11 pre-assessments
- Alle med høy risiko
- 305 brudd på Code of Conduct
- 10 handlingsplaner innlevert

Cuba

- 5 pre-assessments
- Alle med høy risiko
- 75 brudd på Code of Conduct
- 5 handlingsplaner innlevert

Guatemala

- 3 oppfølgingsrevisjoner (amfori-revisjoner gjennomført 2018)
- Alle bestått
- 5 brudd på Code of Conduct
- Ingen signifikante brudd



Kristian Hogstad,
leder Bærekraft

	Pre-assessment	amfori-revisjon	Oppfølgings-revisjon	SUM
Antall produsenter fulgt opp	16	7	3	26
Antall produsenter med brudd på CoC	16	7	1	24
Antall brudd	380	34	5	419
Antall produsenter med signifikante brudd*		4	0	4
% innsendt handlingsplan	94 %	100 %	100 %	96 %
% Vinmonopolet har hevet kontrakt med	0 %	0 %	0 %	0 %

***) Signifikante brudd – tema med tilhørende antall produsenter:**

- Social Management System and Cascade Effect (3)
- Decent Working Hours (3)
- Occupational Health and Safety (3)
- No Bonded Labour / Verbal Abuse (1)

Oppfølging av etisk handel i offentlige anskaffelser



I 2019 har vi jobbet systematisk med anstendige arbeidsforhold i leverandørkjeden til våre driftsmidler – i tillegg til varer vi selger i butikk. De er underlagt loven om offentlige anskaffelser og kjøpes derfor inn etter andre regler enn alkoholholdig drikke.

Vi har etablert en rutine for risikovurdering og oppfølging av leverandørkjeden til våre driftsmidler. Basert på

denne systematikken har vi stilt krav om sertifiserte og/eller reviderte produkter i tre anbud: kontorrekvisita (kaffe), gjenbruksnett og gaveemballasje. Utover dette har vi identifisert at to risikoprodukter allerede er sertifisert eller revidert: Producenten av arbeidsklær er amfori-revidert med godkjent rapport, og underleverandøren av plast fra sukkerrør i bæreposene er Bonsucro-sertifisert. Videre har vi presisert

viktigheten av etisk handel i samtlige konkurransegrunnlag. Difi's sosiale kontraktsvilkår (versjon 2016) har blitt lagt til grunn i 19 av 40 anbud i 2019.



En god og inkluderende arbeidsplass

Del 8

En god og inkluderende arbeidsplass

AMBISJON
Norges beste arbeidsplass

Vinmonopolet ønsker å ta best mulig vare på sine ansatte. Derfor jobber vi aktivt med faglig kompetanseheving, likestilling, mangfold og HMS. Dette er for å ivareta en førsteklasses kundeservice og våre ansattes trivsel og stolthet.

Vinmonopolet har som mål å være Norges beste arbeidsplass innen 2022. Det skal vi oppnå gjennom tydelig etisk forankring og gode utviklingsmuligheter for alle ansatte. Det er viktig for Vinmonopolets toppledelse, styre og ansatte at vi lykkes med strategien. Det skal være god dialog mellom toppledelsen og fagforeningene, og vi skal utføre tillitsbasert ledelse i alle ledd.

Vi har satt oss ambisiøse nærværsmål frem til 2022, målet for 2019 var 94,5 prosent. Selv om vi ikke nådde helt opp dette året, endrer vi ikke ambisjonene, da nærværet fortsatt øker og vi opplever det som motiverende å ha noe å strekke

oss etter. Vinmonopolet skal jobbe med kompetanseheving og medarbeiderutvikling, inkludering og mangfold. Motiverte og faglig dyktige ansatte er avgjørende for å være en attraktiv arbeidsplass og for å oppnå gode kundemøter. Arbeidet vi gjør for å ta best mulig vare på våre ansatte, er derfor prioritert for å oppnå virksomhetens mål. Dette er også et prioritert område i vår bærekraftstrategi.

Kompetanse og medarbeiderutvikling

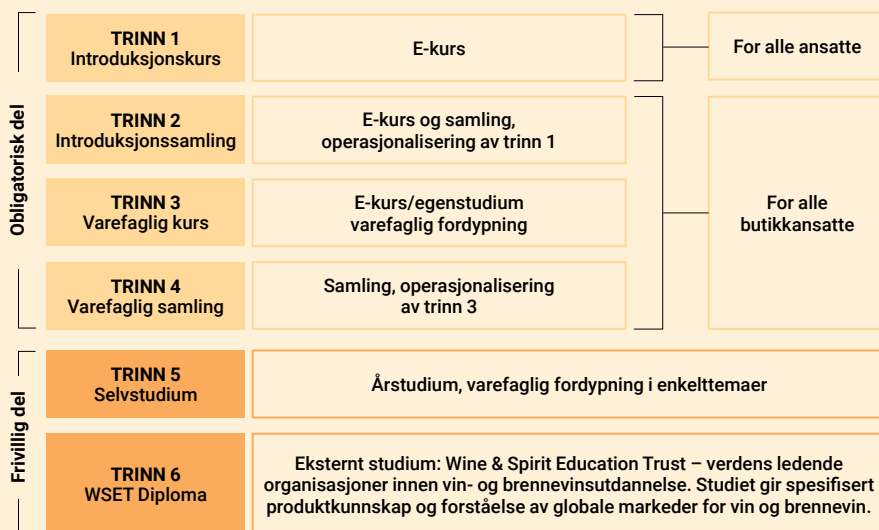
For å sikre ansvarlig salg av alkohol er vi helt avhengig av å ha folks støtte – vi skal være ønsket av alle. Det krever kom-

petente og serviceinnstilte medarbeidere i alle ledd. Av den grunn satser vi tungt på kompetanseutvikling.

Polakademiet

I 2019 igangsatte Vinmonopolet prosjektet Polakademiet, som skal omfavne all kompetanseutvikling i organisasjonen. Prosjektet vil erstatte den tidligere trinnvise opplæringen «Kompetansesstigen». Polakademiet skal sikre at alle kompetansehevende tilbud holder høyt faglig nivå, er engasjerende og bedre tilpasset hver medarbeiders faglige nivå og den enkelte butikks eller avdelings behov. I første omgang lager prosjektet ny obligatorisk opplæring for nyansatte.

Slik er opplæringstilbudet strukturert*



Til sammen har det blitt brukt 36 945 timer på opplæring i 2019.

* Inntil Polakademiet er klart, bruker vi den gamle opplæringsstigen som rammeverk for opplæring i Vinmonopolet.

Noen nøkkeltall:

36 945 timer
totalt brukt til opplæring med et gjennomsnitt på 26,5 timer pr. elev

11 129 timer
totalt for obligatorisk opplæring

5 853
tilkoblinger mobilt

22 personer
har lastet ned appen My Learning

2 744 e-kurs
gjennomført av 1 384 (335 menn og 659 kvinner) ansatte

Varefaglig kompetanseheving

I tillegg til den obligatoriske opplæringen har vi en rekke varefaglige samlinger på Kjedekontoret. Vi har de siste årene også satset på e-læring og film. En rekke korte varefaglige e-læring kurs og filmsnutter er tilgjengelig for alle ansatte gjennom den nettbaserte læringsportalen og på Workplace.

I 2019 arrangerte vi åtte todagers varefaglige samlinger:

- Ølkurs for viderekomne
- Mat og drikkekurs for viderekomne
- Brennevinskurs for viderekomne
- Varefaglige temakurs for viderekomne

For dem som ønsker å fordype seg i et tema, har vi også tilbud om et seks måneders fordypningskurs i ulike emner. Emner er for eksempel Burgund, Italia, mat og drikke, musserende viner. Vi arrangerer også studieturer til vinproduserende områder. I 2019 ble det arrangert 13 slike turer.

Smakesmia

To ganger i året arrangeres «Smakesmia», der ansatte i butikk sammen lager mat og prøver ut ulike drikkevarer til. Alle landets butikker gjennomfører to temasmakinger i året. Meny og drikkevalg er likt for alle.

- Våren 2019 var temaet fredagskos, drikke til tacoen.

- Høsten 2019 var temaet matsymbolene på hylleforkanten. De ansatte fikk smake en vin og skulle så si hvilke matretter vinen passet til.

Annen type opplæring

Utover varefaglig kompetanseheving gjennomførte vi i 2019 kurs om medarbeider-samtale for både ledere og medarbeidere, ulike kurs innen HMS og seniorkurs.

E-kurs

Per desember 2019 har vi totalt 94 e-læringskurs tilgjengelig for våre ansatte. De er fordelt på følgende tematikk: ledelse, om Vinmonopolet, HMS, butikkdrift, varefag og Microsoft Office.

Kurs for kunder i 2019

Vinmonopolets kurs er populære, og de fleste kursene i 2019 var fullt tegnede. Enheten Kompetanseutvikling og opplæring har hovedansvar for drift og gjennomføring av kursene, i samarbeid med Fagkommunikasjon, som lager innholdet. Vi har 18 kursholdere, som alle er ansatte i Polet og er eksperter på temaene de foreleser om.

Forelesere på kundekursene er våre egne ansatte, Otto Galta holder kurs om bl.a. Burgund.



166
kundekurs ble
avholdt

3988
kunder deltok
på kurs

16
ulike
kurs temaer

10
ulike byer

**Styrets sammensetning 2019:
9 PERSONER**



Styret

Aldersgruppe	Antall
20-29	0
30-50	1
Over 50	8

Totalt antall ansatte 2019:

1862

herav 631 menn og 1 231 kvinner.
Vi har 1 204 ansatte på deltid og 658 ansatte på heltid.

	Antall ansatte	Kvinner	Kvinner %	Menn	Menn %
Heltid	658	344	18,5 %	314	16,9 %
Deltid	1204	887	47,5 %	317	17,0 %
Totalt	1862	1231	66 %	631	34 %

Gjennomsnittsalder: 46 år Antall ansatte over 50 år: 43 %

Antall ledere fordelt på kjønn og ledernivå:

	Kvinner	Kvinner %	Menn	Menn %	Totalt
Ledergruppen	2	29 %	5	71 %	7
Ledere totalt	260	56 %	201	44 %	461
Ledere på nivå 3	11	58 %	8	42 %	19
Butikksjefer	159	55 %	128	45 %	287
Styret	4	44 %	5	56 %	9



Ledergruppen

Aldersgruppe	Antall
20-29	0
30-50	3
Over 50	4

Vinmonopolet er med i SHE Index-konkurransen og kom på 26. plass i 2020, basert på tall fra 2019. Dette er en konkurranse som måler hvor gode norske selskaper er på kjønnsbalanse, og som gjennomføres i samarbeid med rådgivnings- og revisjonsselskapet EY.

Inkludering og mangfold

Vinmonopolet jobber aktivt for å ansette mennesker med ulik bakgrunn. Vi har et mål om å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn og kulturell bakgrunn. I tillegg tar vi årlig inn kontor-faglæringer på kjedekontoret. I butikk har vi også personer på arbeidstrening via Nav som et ledd i tilbakeføring til arbeidslivet. I Vinmonopolets bærekraftstrategi for 2020 er strekksmål fire en god og inkluderende arbeidsplass. Her jobber vi med ulike tiltak for å nå målsettingen om å bli en enda bedre og mer inkluderende arbeidsplass.

Likestilling

Arbeidet med likestilling er en viktig del av vår personalpolitikk. Dette gjelder ved rekruttering, kompetanseutvikling, lønns- og arbeidsvilkår. Vinmonopolet ønsker en jevnest mulig fordeling mellom kjønnene. Ved utgangen av året var det 66 prosent kvinner og 34 prosent menn i bedriften.

Minoriteter

Vinmonopolet ønsker å ha en balansert sammensetning av alder, kjønn og kulturell bakgrunn blant de ansatte. Dette er et uttalt mål i vår rekrutteringsprosess og fremkommer i våre stillingsutlysninger. Vi opplever imidlertid få søkere fra kulturer der alkohol er imot deres religiøse overbevisning.

Personer med nedsatt funksjonsevne

Arbeid i Vinmonopolets butikker er tidvis fysisk krevende. Vinmonopolet jobber for å redusere antall ansatte som slutter grunnet full uførepensjon, og ser viktigheten av at våre ansatte med særskilte behov skal kunne stå lenger i jobb. Så langt det er praktisk mulig, tilrettelegges det derfor for at ansatte med særskilte behov skal kunne fortsette i jobb. Vi ser at

små butikker har større utfordringer med tilrettelegging enn større butikker.

Lærlinger, praksisstudenter og arbeidstrening

Vinmonopolets kjedekontor er en lærebedrift for kontor- og administrasjonsfaget. I kontor- og administrasjonsfaget tas en ny lærling inn hver høst, slik at vi til enhver tid har to lærlinger på huset. I tillegg tilbys elever på Vg1 og Vg2 praksisplass i forbindelse med yrkesfaglig fordypning når vi har kapasitet til dette. Så langt det lar seg gjøre, etterstreber vi å ta imot praksisstudenter for kortere og lengre perioder, både i butikk og på Kjedekontoret. I 2019 har Kjedekontoret ikke hatt kapasitet til å ta imot praksisstudenter.

Gjennom ordningen for økonomisk støtte hjelper Vinmonopolet ansatte til å oppnå fagbrev som praksiskandidater. Vi dekker 50 prosent av kostnadene til fagbrev i salgs-, logistikk- og renholdsoperatørfaget (der det er relevant for stillingen).

Vinmonopolet ønsker å bidra til å gi personer som har falt ut av arbeidslivet, relevant praksis i form av arbeidstrening gjennom Nav. Vi kan gi dem arbeidserfaring, arbeidstrening, opplæring og referanser som gjør at de lettere vil kunne komme tilbake til arbeidslivet. Dette administreres av den enkelte butikk, og fra 2020 har vi innført et registreringssystem for å kunne ta ut statistikk på hvor mange som er i arbeidstrening hos oss. I 2019 har vi anslagsvis hatt ca. 30 personer på arbeidstrening.

Yrkesaktivitet etter fylte 50 år

43 prosent av de ansatte i Vinmonopolet er over 50 år, og gjennomsnittlig ansettelsestid er ca. 15 år. Dette indikerer at ansatte trives i jobben, og at vi tar vare på våre medarbeidere, spesielt arbeidstakere som har vært i bedriften i mange år. Ved rekruttering oppfordres alle aldersgrupper til å søke.

Nærvær og helsefremmende tiltak

Vi ønsker å ha et jobbnærvær som reflekterer at vi er en av Norges beste arbeidsplasser.

Sykefraværet for 2019 var totalt 6,96 prosent mot 7,29 prosent i 2018 og gir en nedgang på 0,33 prosentpoeng. Dette gir 4,5 prosent reduksjon i sykefraværet for 2019.

Den prosentvise reduksjonen fra 2016 til 2019 er på hele 14,1 prosent. Nærværarbeid har også i 2019 vært et prioritert område, og alle våre ledere med personalansvar har nå vært gjennom en intern opplæring med vekt på hvordan vi kan øke nærværet. I 2019 har vi hatt oppmerksomhet på medarbeidere med gjentakende sykefravær. Vi ønsker å forebygge gjentakende sykefravær, noe som er i tråd med fokusområdene i den nye IA-avtalen (inkluderende arbeidsliv). Vi vil også i 2020 jobbe med å øke nærværet i tråd med våre langsiktige nærværsmål.

Vi gjennomførte i 2019 en pilot av vår nye medarbeidertrivselsundersøkelse hvor Kjedekontoret og utvalgte butikker deltok. Prosjektet følges opp i 2020.



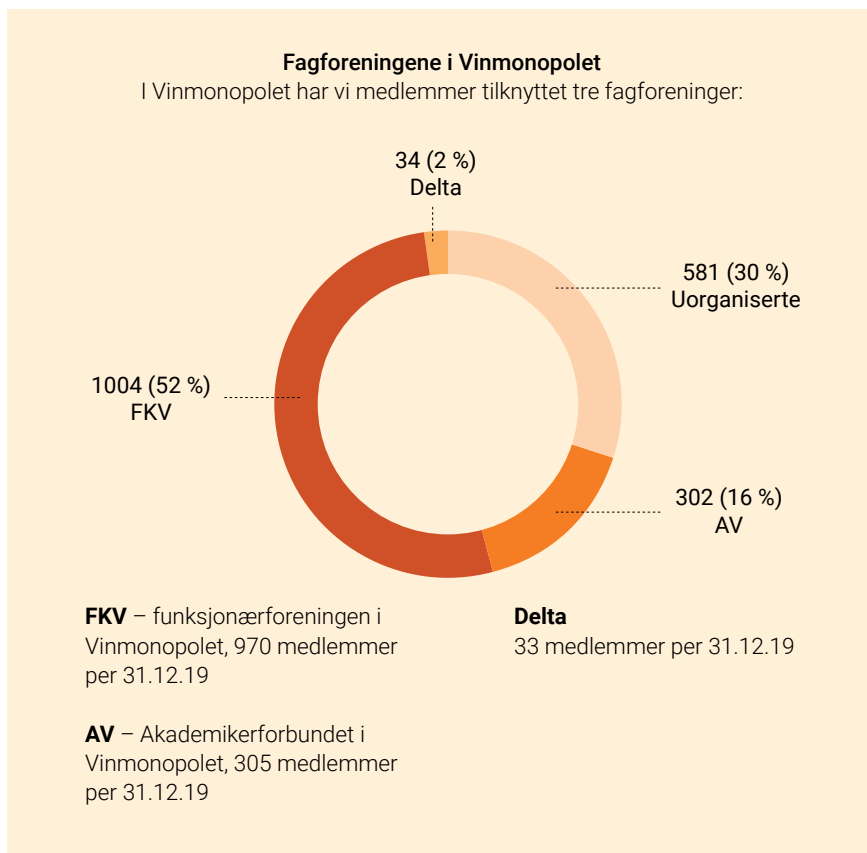
Jarle Framnes, HR-sjef

Nærværsmål	
2019	94,5 %
2020	95,0 %
2021	95,5 %
2022	95,5 %

Sykefravær i 2019 fordelt på heltid/deltid	
kvinner heltid	8,4 %
menn heltid	4,7 %
kvinner deltid	3,7 %
menn deltid	0,2 %

Turnover fordelt på kjønn		
Kjønn	%	Antall
Kvinner	6,9	91
Menn	6,8	45
Totalt	6,9	136

Turnover fordelt på aldersgrupper		
Aldersfordeling	%	Antall
20–29	15,6	27
30–39	9,4	34
40–49	3,2	19
50–59	3,0	18
60–69	14,9	38
Totalt	6,9	136



Nyansettelser fordelt på alder i 2019	
Nyansatte	
Aldersgruppe	Nyansatte
20–29	17
30–50	33
Over 50	9
Totalt	59

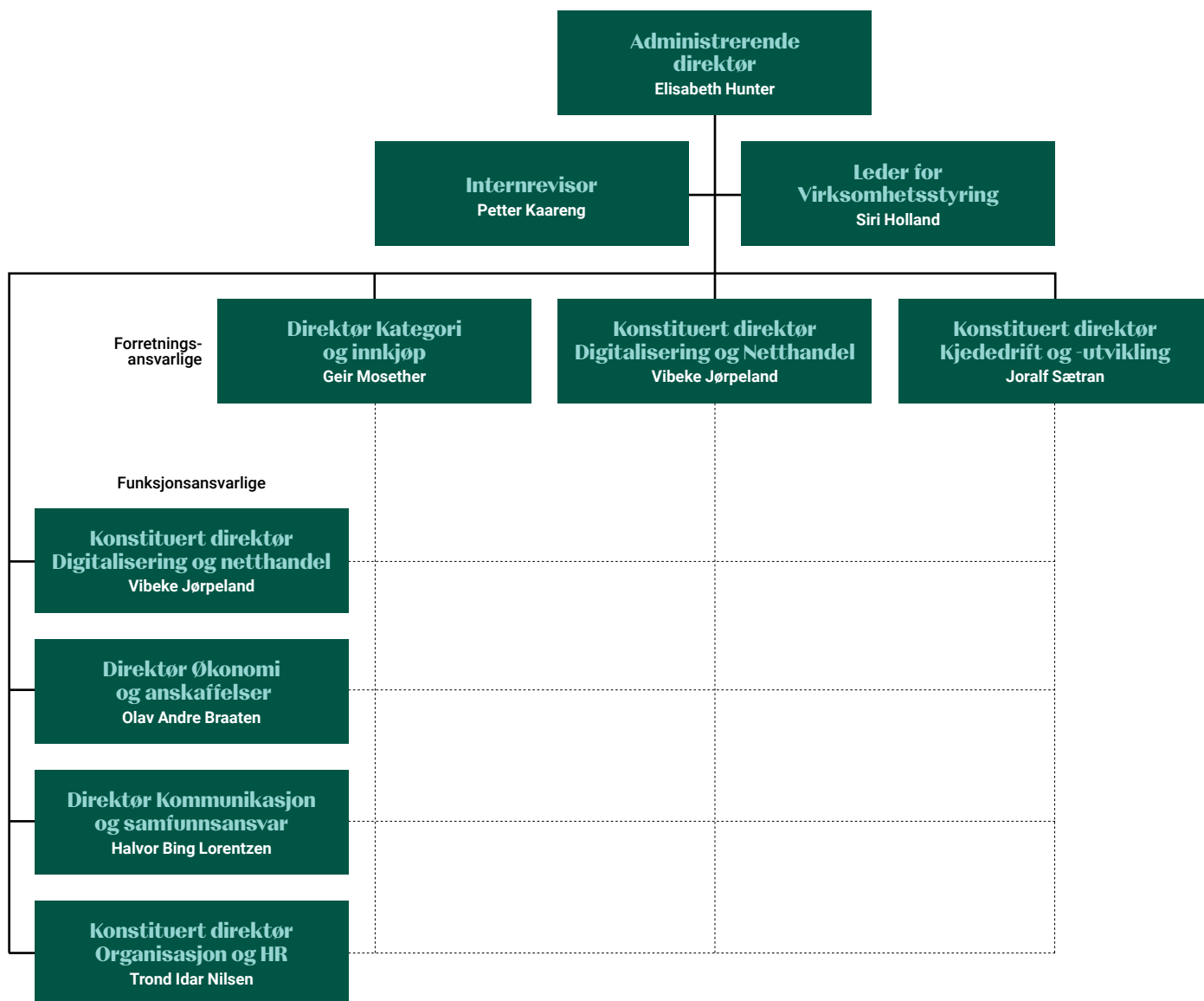
Nyansettelser fordelt på kjønn i 2019	
Nyansatte	
Kvinne	43
Mann	16
Totalt	59

Nyansettelser fordelt på region og Kjedekontor	
Nyansatte	
Kjedekontoret	8
Region nord	12
Region vest	12
Region øst	17
Region sør	10
Totalt	59

Styret, ledelse og regnskap

Del 9

Organisasjonskart



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

Organisasjon og HR støtter opp under kjerneprosessene.

Ledergruppen



Administrerende direktør

Elisabeth Hunter

Født: 1968

Tidligere stillinger: direktør kjededrift og -utvikling i Vinmonopolet, adm.dir. Boots Norge AS, markedsdirektør Boots Norge AS, produksjef Nycomed Pharma

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

Andre verv: styremedlem i Nille og Coop Øst



Konstituert direktør Kjededrift og -utvikling

Joralf Sætran

Født: 1973

Tidligere stillinger: Forsvaret og Securitas. Vinmonopolet: ekspeditør, nestleder, butikksjef, rådgiver i salgsavdelingen, distriktssjef og regionleder

Utdannelse: bedriftsøkonom BI



Direktør Kategori og innkjøp

Geir Mosether

Født: 1967

Tidligere stillinger: direktør supply chain Nille AS, logistikksjef Europris ASA, logistikksjef 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



Konstituert direktør Digitalisering og netthandel

Vibeke Jørpeland

Født: 1975

Tidligere stillinger: forretningsutvikler Post Danmark, seniorrådgiver Posten Norge, prosjektleder, innkjøpssjef (vikariat), leder IT-forvaltning og leder produktområdet Verdikjede, økosystem og Innovasjon samt Butikkløsninger i Vinmonopolet

Utdannelse: Mastergrad i Supply Chain Management fra Copenhagen Business School



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



Konstituert direktør Organisasjon og HR

Trond Idar Nilsen

Født: 1968

Tidligere stillinger: regionleder, distriktssjef, adm. sjef og revisjonsmedarbeider i Vinmonopolet

Utdannelse: revisor, høgskolekandidat økonomi og administrasjon, operasjonell revisjon og administrativ kvalitetssikring (BI senter for lederutdanning)



Direktør Økonomi og anskaffelser

Olav Andre Braaten

Født: 1975

Tidligere stillinger: Accenture, PWC, Tele 2, økonomidirektør i Norlandia

Utdannelse: sivilingeniør industriell økonomi fra NTNU, master i regnskap og revisjon fra Handelshøyskolen BI, statsautorisert revisor

Årsberetning 2019

Vinmonopolet er et sektorpolitisk særlovsselskap, regulert i vinmonopolloven. Rammene for selskapets drift reguleres også av alkoholloven og alkoholforskriften. Staten ved Helse- og omsorgsdepartementet praktiserer skriftlig eierstyring gjennom et årlig oppdragsbrev.

Vinmonopolet er et av de viktigste virkemidlene i norsk alkoholpolitikk. Selskapet skal bidra til å begrense forbruket av alkohol gjennom ansvarlig salg, regulert tilgjengelighet og fravær av kjøpepress. Styret legger stor vekt på at selskapet forvalter sitt alkoholpolitiske oppdrag og gjennom det bidrar til mest mulig effektiv oppnåelse av det sektorpolitiske målet.

Det er sterk støtte til vinmonopolordningen i befolkningen. Resultater fra Vinmonopolets egen opinionsundersøkelse viser at 60 prosent av de spurte mener at alt salg av vin, brennevin og sterkøl bør skje gjennom Vinmonopolet. Ulike målinger i 2019 viser at Vinmonopolet har befestet sin stilling som et av selskapene i Norge med best omdømme. For syvende året på rad toppe Vinmonopolet Kantar TNS sin syndikerte omdømmeundersøkelse.

Regnskap

Styret følger selskapets drift løpende gjennom året med vekt på måloppnåelse, effektiv drift og ansvarlig forvaltning av selskapets midler.

Vinmonopolet hadde i 2019 salgsinntekter på 14 304 millioner kroner, hvorav 7 418 millioner kroner i form av alkoholavgift. Salgsinntektene økte med 443 millioner kroner, som er en økning på 3,2 prosent fra 2018. Driftsresultatet for 2019 ble 578 millioner kroner, noe som er 427 millioner høyere enn i 2018 og innebærer en økning på 282 prosent. Innføringen av ny offentlig tjenestepensjon med regnskapsmessig effekt i 2019 har gitt en positiv engangseffekt på 355 millioner kroner eksklusiv arbeidsgiveravgift sammenlignet med budsjettert pensjonskostnad for 2019.

Resultatet før skatt ble 601 millioner kroner, som er 433 millioner kroner høyere enn i 2018. Årets resultat etter skatt, fratrukket statens overskuddsandel (50 pro-

sent), utgjør 234,5 millioner kroner og foreslås overført til annen egenkapital.

Selskapets netto pensjonsforpliktelse ble redusert fra 988 millioner kroner i 2018 til 505 millioner kroner i 2019. Hovedårsaken til reduksjonen i forpliktelsen er planendring grunnet innføring av ny offentlig tjenestepensjonsordning.

Negativ kontantstrøm fra driften var 34 millioner kroner. Avviket mellom kontantstrøm fra drift og driftsresultatet skyldes i hovedsak forskjellen på kostnadsført pensjon og utbetalinger. Årsaken til dette er den positive engangseffekten knyttet til innføring av ny offentlig tjenestepensjon. Negativ kontantstrøm fra investeringsaktiviteter var 42 millioner kroner, som gir en netto negativ kontantstrøm på 76 millioner kroner for 2019, mot minus 88 millioner i 2018.

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

Per 31.12.2019 var samlet beholdning av kontanter, kontantekvivalenter og finansielle plasseringer 2 075 millioner kroner mot 2 151 millioner kroner ved forrige årsskifte. Totalkapitalen i selskapet utgjorde 3 513 millioner kroner per 31.12.2019. Bokført egenkapital var 944 millioner kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 27 prosent. Til sammenligning var egenkapitalen per 31.12.2018 på 719 millioner kroner, noe som ga en egenkapitalprosent på 20 prosent. Økningen i egenkapital skyldes i hovedsak det positive resultatet til Vinmonopolet grunnet planendringseffekten knyttet til ny offentlig tjenestepensjon.

Vinmonopolets likvide midler er hovedsakelig plassert i en konsernkontoordning med flytende og fast rente. I tillegg er 349 millioner kroner plassert i obligasjoner og sertifikater innenfor stats-, kommune- og finanssektoren. Total renterisiko for Vinmonopolet anses for liten. Vinmonopolet er i begrenset grad eksponert for valutarisiko, da salg og innkjøp i all hovedsak gjøres i norske kroner. Vinmonopolet har begrenset eksponering mot likviditetsrisiko og kredittrisiko.

Etter styrets oppfatning gir den økonomiske rapporteringen et sannferdig

bilde av resultatet for 2019 og selskapets finansielle situasjon den 31.12.19. Styret mener vilkårene for fortsatt videre drift er til stede, og regnskapet er avlagt under denne forutsetning.

Utøvelse av samfunnsoppdraget

Vinmonopolet er et alkoholpolitisk virkemiddel og skal selge alkohol med ansvar. Vinmonopolet er ikke drevet av privatøkonomiske intensiver. Derfor oppfordres det ikke til mersalg i butikkene våre. Aldersgrense for kjøp av alkoholholdige drikkevarer er regulert av alkoholloven og er fastsatt til 18 år for alkoholholdig drikk under 22 prosent og 20 år for alkoholholdig drikk over 22 prosent. Vinmonopolet er svært opptatt av å hindre salg av alkoholholdig drikk til mindreårige. For å sikre dette blir alle kunder under 25 år bedt om å vise legitimasjon uoppfordret. Dette gjelder både ved kjøp i en av Vinmonopolets butikker og ved utlevering av varer som er bestilt gjennom nettbutikk eller kundesenter.

Mer enn 3,8 millioner kunder ble kontrollert for aldersbevis i Vinmonopolet i 2019. Dette tilsvarer 10,8 prosent av alle kundemøtene. Det gjennomføres også tester av alderskontrollen i butikk ved bruk av såkalte Mystery Shoppers, som er i alderen 18–25 år. Resultater av testene viser at det i 95,7 prosent av kontrollene er spurt om legitimasjon, det høyeste tallet noensinne målt. Måltallet er 90 prosent.

Styret er opptatt av at resultatene av den sosiale kontrollen ved utlevering på dør må forbedres. Dette arbeidet utføres av en tredjepart, og leveransene når ikke de måltallene som er satt.

Vinmonopolet har aldri før solgt mer alkoholfrie festdrikker enn i 2019, en økning på 8 prosent fra 2018. Styret er opptatt av at utvalget av produkter i kategorien videreutvikles.

Butikketableringer

Vinmonopolet skal sikre mest mulig lik tilgjengelighet av sine produkter og tjenester over hele landet innenfor fastsatte alkoholpolitiske og bedriftsøkonomiske rammer. Totalt ble det åpnet tre nye butikker i 2019. Ved utgangen av året hadde Vinmonopolet

til sammen 334 butikker, inkludert Holmlia i Oslo som er midlertidig langtidstengt på grunn av oppussing.

Innenfor gjeldende regelverk skal Vinmonopolet også sikre kundene god og lik tilgang til Vinmonopolets produkter og tjenester gjennom mulighet for handel både via telefon og nett. I 2019 var 2 prosent av salgsinntektene fra nett, mens kundesenteret sto for 0,6 prosent av salget.

Arbeidsmiljø

Ved utgangen av 2019 arbeidet 1 862 ansatte i Vinmonopolet, og de utførte 1 159 årsverk.

Sykefraværet var 6,96 prosent i 2019. Dette er en nedgang på 0,33 prosentpoeng fra året før eller en reduksjon i sykefraværet på 4,5 prosent. Den prosentvise nedgangen fra 2016 til 2019 er på 14,1 prosent. Målet for nærvær i 2019, fastsatt i sykefraværsstrategien, var 94,5 prosent.

Ledelse

Hilde Britt Mellbye gikk av som administrerende direktør den 30. april 2019. Elisabeth Hunter ble konstituert i stillingen fra den 1. mai og ble fast ansatt som administrerende direktør fra den 19. september 2019.

Styret har fastsatt retningslinjer for lederlønn i selskapet i tråd med statens retningslinjer for lønn og annen godtgjørelse til ledende ansatte i foretak og selskaper med statlig eierandel.

Likestilling og likeverd

Arbeidet med likestilling er en viktig del av Vinmonopolets personalpolitikk. Dette gjelder ved rekruttering, kompetanseutvikling, lønnspolitikk og arbeidsvilkår. Vinmonopolets tarifflønn er kjønnsnøytral.

Ved utgangen av 2019 var det 66 prosent kvinner og 34 prosent menn i bedriften.

Det er nedsatt et eget partssammensatt utvalg hvor det arbeides med deltidspromatikk i Vinmonopolet. Det gjennomføres bl.a. et pilotprogram hvor ansatte får høyere bunnkontrakt ved å ha noen fleksible timer for å dekke opp fravær. Målet er at flere skal være fornøyd med egen stillingsprosent, og å redusere antall kontrakter under 7,5 timer per uke.

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 derved å kunne stå lenger i jobb. Vinmonopolet jobber for å redusere antall ansatte som slutter grunnet full uførepensjon, og ser viktigheten av at ansatte med et særskilt behov skal kunne stå lenger i jobb.

Yrkesaktivitet etter 50 år

Så langt mulig tilrettelegges arbeidsoppgaver for å sikre at arbeidstakere skal kunne stå i jobb. I tillegg oppfordres alle aldersgrupper om å søke stillinger i bedriften ved nyrekrutteringer. I 2019 var 9 av 59 nyansatte over 50 år, og 43 prosent av våre ansatte er over 50 år.

Bærekraft

Styret er opptatt av at Vinmonopolet skal opptre ansvarlig i alle ledd, og bærekraftig verdiskaping er et sentralt satsingsområde.

Brudd på Vinmonopolets etiske retningslinjer i leverandørkjeden kommer høyt opp på Vinmonopolets risikokart. Erfaring fra leverandørkjedeoppfølgingen viser at utfordringene er størst lengst ned i leverandørkjeden, på farmnivå og hos druedyrkere. Vinmonopolet kartlegger risikoområder og arbeider med risiko-reducerende tiltak for aktuelle land, områder og leverandører som ikke lever opp til våre krav. Det søkes å styrke arbeidsforholdene i leverandørkjeden gjennom både egenutviklede programmer og aktiv deltakelse i programmer sammen med nordiske og internasjonale samarbeidspartnere.

I 2018 ble det etablert en egen enhet med ansvar for å følge opp målsettingene i bærekraftarbeidet. I 2019 ble det igangsatt et arbeid med en bærekraftstrategi tilpasset selskapets egenart.

I 2019 utvidet Vinmonopolet selskapets bærekraftsarbeid til å rette seg fremover i verdikjeden – til kundene. Med referanse til FNs bærekraftsmål nr. 12, Ansvarlig forbruk og produksjon, rettet selskapet oppmerksomheten mot etiske merkeordninger og produkter på miljø-smart emballasje. Vinmonopolets arbeid

med bærekraft er samlet i syv temaer: 1) begrense skadevirkningene av alkohol, 2) produktsikkerhet, 3) god forretnings-etikk, 4) bærekraftig forbrukeradferd, 5) smarte miljø- og klimaløsninger, 6) anstendig arbeid i leverandørkjeden og 7) god og inkluderende arbeidsplass.

Medlemsorganisasjonen amfori som arbeider for åpen og bærekraftig handel, ga i 2019 Vinmonopolet utmerkelsen «Commitment» for å ha vist sterk forpliktelse i arbeidet med positiv og bærekraftig endring i leverandørkjeden. Prisen ble gitt i konkurranse med over 2 000 andre medlemsbedrifter fra hele Europa, og Vinmonopolet var én av tre nominerte kandidater i konkurransen amfori Member Award 2019. Det vises til kapittel 5–8 i Års- og bærekraftsrapporten 2019 for ytterligere informasjon om Vinmonopolets arbeid med samfunnsansvar.

Ytre miljø

De første vinene i plastemballasje med pant kom i Vinmonopolets hyller i januar 2019. Vinmonopolet stiller nå krav om at emballasje av aluminium og plast skal være pantbar. Dette har ført til at antall produkter knyttet til panteordningen er mer enn doblet – fra rundt 170 til 340 produkter det siste året.

Vinmonopolet er medlem av Handelens Miljøfond og donerer 50 øre til fondet for hver solgte plastpose. Totalt var overføringene fra Vinmonopolet til Handelens Miljøfond 8,8 millioner kroner i 2019.

Fremtidsutsikter

Vinmonopolet følger nye forbrukertrender nøye. Disse trendene tas med i arbeidet med produktutvalg, tilpasning av butikkformater og utvikling av andre salgskanaler. Vinmonopolet er avhengig av støtte i befolkningen for fortsatt å kunne bidra til å begrense forbruket og skadevirkningene av alkohol i samfunnet. Kundeorienteringen er selskapets viktigste verktøy for å oppnå fremtidig støtte for vinmonopolordningen.

Vinmonopolets langtidsprognose for 2020–2024 viser at det er behov for tiltak for å redusere kostnader, bl.a. gjennom

Ansatte	2019	2018
Antall ansatte, totalt	1 862	1 848
Antall ansatte, butikk	1 679	1 660
Antall ansatte, Kjedekontor	183	188
Antall årsverk	1 159	1 158
-	1	16
Heltid	658	637
Deltid	1 204	1 211

Sykefravær	2019	2018
Totalt sykefravær	6,96	7,29
Korttidsfravær (inntil 16 dager)	2,01	2,10
Langtidsfravær (over 16 dager)	4,95	5,19

Likestilling (kjønnsfordeling i prosent)	2019		2018	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Heltid	52	48	53	47
Deltid	74	26	73	27
Butikksjefer	55	45	54	46
Alle ledere på nivå 3 (som rapporterer til en direktør)	58	42	50	50
Ledergruppe	29	71	43	57
Styret	44	56	44	56
Totalt i Vinmonopolet	66	34	66	34

Butikketableringer	2019	2018
Antall butikker	334*	331
Antall nye butikker	3	8
Kommuner med Vinmonopol	249	248
Prosentvis andel av befolkningen som bor i en kommune med Vinmonopol eller nærmere enn 30 km til nærmeste vinmonopolbutikk	97,5	96,9

* Butikken Holmlia i Oslo er midlertidig langtidsstengt på grunn av oppussing.


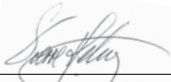
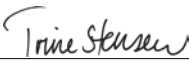
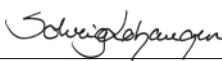
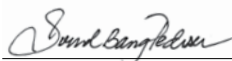



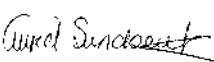

effektivisering av driften. Styret følger utviklingen i langtidsprognosen tett for å sikre at økonomien i selskapet er under kontroll. Gjennom 2019 er det gjennomført et prioriteringsprosjekt som har gjennomgått selskapets aktiviteter, og hvor enkelte aktiviteter har blitt justert, terminert eller utsatt. I disse urolige tider som Norge er inne i på grunn av koronaviruset, er Vinmonopolet

foreløpig lite berørt. Dette kan endre seg. Redusert grensehandel, taxfree-salg og lavere salg av alkohol gjennom hoteller, restauranter og barer gjør at Vinmonopolets omsetning har fått et oppsving. Vinmonopolet har en forretningsmodell som er robust, og som sikrer selskapet i urolige tider. Vinmonopolet vil kunne være sårbart ved et eventuelt brudd i leverandørkjeden

samt ved stenging av butikker på grunn av virusspredning.

Styret er opptatt av å ta vare på de mange positive sidene ved Vinmonopolet som arbeidsplass og vil takke Vinmonopolets medarbeidere for den gode innsatsen i året som har gått, og for å ha bidratt til å styrke Vinmonopolets posisjon.

Oslo, 23. april 2020

				
Ellen Seip styreleder	Sverre Helno nestleder	Trine Marit Stensen styremedlem	Solveig Løhaugen styremedlem	Svend Bang Pedersen styremedlem
				
Per Arne Lodding Olsen styremedlem	Lars Jacob Tynes Pedersen styremedlem	Helge Storvik styremedlem	Turid Akernes Sundsetvik styremedlem	Elisabeth Hunter 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: siviløkonom fra Stiftelsen Bedriftsøkonomisk Institutt (BI)



Styremedlem
Trine Stensen

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

Født: 1964

Utdannelse: MSc i org. psyk. og ledelse fra Portsmouth University, UK



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



Styremedlem
Per Arne Olsen

Fylkesmann, Vestfold

Født: 1961

Utdannelse: Tønsberg handelsgymnas



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



Ansattes representant
Helge Storvik

(Funksjonærklubben Vinmonopolet) Butikksjef Vinmonopolet Sogndal

Født: 1954

Utdannelse: cand. mag. UiB



Ansattes representant
Turid Sundsetvik

(Funksjonærklubben Vinmonopolet) Butikksjef Vinmonopolet Trondheim, Bankkvartalet

Født: 1955

Utdannelse: Handelshøyskolen BI, markedsføring



Ansattes representant
Svend Bang Pedersen

(Akademikerne Vinmonopolet) Butikksjef Vinmonopolet Tromsø, Langnes

Født: 1954

Utdannelse: maskinreparatør og administrasjon og ledelse desentralisert UNIT

Resultat

Tall i millioner kroner	Note	2019	2018
Driftsinntekter			
Salgsinntekter	2	14 303,9	13 861,0
Andre inntekter		16,7	22,4
SUM DRIFTSINTEKTER		14 320,6	13 883,4
Driftskostnader			
Vareforbruk	3	12 490,1	12 108,6
Lønn og andre personalkostnader	4,19	739,9	1 075,4
Av- og nedskrivinger på varige dr.midler	13	83,9	78,4
Andre driftskostnader	5	429,1	469,8
SUM DRIFTSKOSTNADER		13 742,9	13 732,3
DRIFTSRESULTAT		577,7	151,2
Finans			
Finansinntekter	6,8	23,9	17,2
Finanskostnader	6	0,2	0,3
SUM FINANSRESULTAT		23,8	16,9
RESULTAT FØR SKATT		601,4	168,1
Skattekostnad	14	132,5	37,7
ÅRETS RESULTAT		468,9	130,4
Avsatt til			
overskuddsandel og utbytte	15	234,5	65,2
annen egenkapital	18	234,5	65,2
SUM		468,9	130,4

Balanse

Tall i millioner kroner	Note	2019	2018
Eiendeler			
Lisenser og programvare	13	48,6	53,5
Utsatt skattefordel	14	100,2	205,7
Varige driftsmidler	13	272,5	309,3
Obligasjoner og aksjer	12	0,6	1,2
ANLEGGSMIDLER		421,9	569,7
Varebeholdning	9	969,4	852,4
Kundefordringer	10	9,0	13,1
Andre kortsiktige fordringer	11	36,9	43,5
Finansielle plasseringer	8	349,3	341,6
Kontanter, bankinnskudd	7	1 726,0	1 809,2
OMLØPSMIDLER		3 090,6	3 059,7
SUM EIENDELER		3 512,5	3 629,4

Tall i millioner kroner	Note	2019	2018
Gjeld og egenkapital			
Innskutt kapital			
Aksjekapital	17, 18	0,1	0,1
Annen egenkapital	18	944,3	718,6
EGENKAPITAL		944,4	718,7
Pensjonsforpliktelser	19	505,4	988,1
LANGSIKTIG GJELD		505,4	988,1
Leverandørgjeld		1 440,5	1 434,2
Betalbar skatt	14	24,5	16,0
Skyldig offentlige avgifter		170,0	167,3
Overskuddsandel og utbytte	15	234,5	128,7
Annen kortsiktig gjeld	16	193,2	176,5
KORTSIKTIG GJELD		2 062,8	1 922,6
SUM GJELD OG EGENKAPITAL		3 512,5	3 629,4

Oslo, 23.april 2020



Ellen Seip
styreleder



Sverre Helno
nestleder



Trine Marit Stensen
styremedlem



Solveig Løhaugen
styremedlem



Svend Bang Pedersen
styremedlem



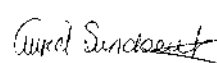
Per Arne Lodding Olsen
styremedlem



Lars Jacob Tynes Pedersen
styremedlem



Helge Storvik
styremedlem



Turid Akernes Sundsetvik
styremedlem



Elisabeth Hunter
adm. direktør

Kontantstrømoppstilling

Tall i millioner kroner	Note	2019	2018
Likvider tilført fra virksomheten			
Tilført fra årets virksomhet *)		46,1	125,4
Endring leverandører		6,3	-155,6
Endring i lager, debitorer		-112,9	27,0
Endring andre kortsiktige poster		26,0	37,2
NETTO LIKVIDITETSENRING FRA VIRKSOMHETEN		-34,5	34,0
Likvider brukt på investeringer			
Investeringer i varige driftsmidler	13	-44,2	-126,1
Salg av varige driftsmidler		2,6	4,3
NETTO LIKVIDITETSENRING FRA INVESTERINGER		-41,6	-121,7
Likvider fra finansiering			
Endring andre langsiktige fordringer	12	0,6	-
NETTO LIKVIDITETSENRING FRA FINANSIERING		0,6	-
Netto endring i likvider gjennom året		-75,5	-87,7
Likvider 1.1.		2 150,7	2 238,4
LIKVIDER 31.12.		2 075,3	2 150,8
Spesifikasjon likvider 31.12.			
Kontanter		93,0	110,3
Bankinnskudd		1 633,0	1 698,9
Finansielle plasseringer		349,3	341,6
SUM LIKVIDER		2 075,3	2 150,8
Resultat før skatt			
Gevinst ved salg av driftsmidler		-0,1	-1,5
Tap ved avgang driftsmidler		-0,3	2,5
Ordinære av- og nedskrivninger	13	83,9	78,4
Betalbar skatt (vinmonopolavgift)	14	-16,0	-38,7
Forskjell mellom kostnadsført pensjon og inn-/utbetalinger		-494,1	-83,3
Overskuddsandel		-128,7	
*) TILFØRT FRA ÅRETS VIRKSOMHET		46,1	125,4

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 DRIFTSINNTEKTER

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

1.2 KLASIFISERING 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 varekretslopet. 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 fluktuere 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 butikkløkalere 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 som gjelder utover 12G. Denne er finansiert over drift.

Pensjonsordningen i SPK er forsikringsteknisk oppbygd. Ordningen er imidlertid ikke fondsbasert. Utbetalingen av pensjonene er garantert av staten (Pensjonsloven §1). Premiefastsettelse og beregning av pensjonsforpliktelsene skjer etter aktuarielle prinsipper. Det blir simulert en avkastning av fondsmidler tilsvarende langsiktige statsobligasjoner. Avvik i den faktiske utviklingen fra de beregningsmessige forutsetninger vil kunne gi både en over- og underfinansiering av ordningen. Ved overgangen til forsikringsteknisk oppbygging i 1995 var pensjonsordningen i balanse, idet fondsmidler ble satt til beregnet pensjonsforpliktelse på dette tidspunktet.

Vinmonopolet følger Norsk Regnskapsstandard 6A som gir regnskapspliktige mulighet til å anvende rammeverket i International Accounting Standard 19(IFRS). Årets beregnede kostnad føres over resultatregnskapet som lønn og andre personalkostnader. Nåverdien av pensjonsforpliktelsen er etter fradrag for beregnede pensjonsmidler klassifisert som langsiktig gjeld i balansen. Estimaterdringer føres løpende direkte mot egenkapitalen. Effekten av planendring knyttet til overgangen til ny offentlig tjenestepensjon er ført mot resultatet.

I 1997 ble det forhandlet frem avtalefestet førtidspensjon (AFP). Ordningen innebærer at ansatte kan gå av med pensjon ved fylte 62 år eller senere. Ved fylte 67 år går arbeidstaker over på normal pensjon. Det betales ordinær premie til AFP i perioden. Den ordinære pensjonsforpliktelsen fra fylte 67 år kostnadsføres i perioden fram til antatt tidspunkt for førtidspensjonering (AFP). Ved beregning av AFP-forpliktelsene er det benyttet samme forutsetninger som for de ordinære pensjonsforpliktelsene, samt estimat for uttakstilbøyeligheter.

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 overfinan-

sieringen 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 KONTANTSTRØMOPPSTILLING

Kontantstrømoppstillingen 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

Tall i millioner kroner	2019	2018
Svakvin	9 157	8 893
Sterkvin	102	97
Brennevin	4 573	4 448
Øl	336	312
Alkoholfritt	45	41
Andre salgsvare	91	70
SUM	14 304	13 861

Alkoholavgifter utgjør 7 418,0 millioner kroner av salgsinntekter og varekostnader (7 245,4 millioner kroner i 2018).

3 VAREFORBRUK

Vareforbruket i resultatregnskapet er fastsatt til verdien av varekjøp justert for beholdningsendringer i henhold til vareopptellingene.

Verdien av varebeholdningen justeres kontinuerlig som en konsekvens av at Vinmonopolet benytter glidende gjennomsnittspris, jmfør note 1.3. Alkoholavgifter inngår i vareforbruket.

4 LØNNKOSTNADER, ANTALL ANSATTE OG GODTGJØRELSER

1 000 kroner	2019	2018
Lønn	897 258	849 858
Arbeidsgiveravgift	115 558	110 060
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	-303 798	84 270
Innleid arbeidskraft	4 369	4 019
Andre godtgjørelser	5 666	5 269
Andre personalkostnader	20 864	21 941
SUM	739 917	1 075 416
Personale		
Antall fast ansatte pr. 31.12.2019	1 862	1 848
Herav: Heltidsansatte	658	637
Deltidsansatte	1 204	1 211
Antall årsverk 1 159 (1 157 for 2018)		
Lønnsjustering i 2019 var 3,2 %.		

Per 31. desember 2019 besto Vinmonopolets ledergruppe av Elisabeth Hunter (adm.dir.), Halvor Bing Lorentzen, Olav André Braaten, Joralf Sætran, Trond Idar Nilsen, Geir Mosether og Vibeke Jørpeland. Samlet godtgjørelse for ledergruppen i 2019 var 19,5 mill. kroner og 17,1 mill. kroner i 2018.

LØNN OG YTELSER TIL LEDENDE ANSATTE

Godtgjørelser ledergruppen 2019

1 000 kroner	Lønn	Pensjonskostnad	Andre godtgjørelser	Sum
Braaten, Olav André	1 531	266	156	1 953
Christie, Kirsti	1 516	176	104	1 797
Hunter, Elisabeth	2 177	275	170	2 621
Jørpeland, Vibeke	967	224	24	1 214
Lorentzen, Halvor Bing	1 376	262	160	1 799
Mellbye, Hilde Britt Skarbøvik	2 784	169	115	3 068
Mosether, Geir	1 624	267	158	2 049
Nilsen, Trond Idar	1 263	257	141	1 661
Spilling, Anders	1 462	239	15	1 717
Sætran, Joralf	1 259	257	117	1 632

Hilde Britt Mellbye sluttet 31.7.2019.

Kirsti Christie sluttet 31.8.2019.

Anders Spilling sluttet 30.11.2019.

Vibeke Jørpeland ble medlem i ledergruppen fra 1.12.2019.

Trond I. Nilsen ble medlem i ledergruppen fra 8.5.2019.

Joralf Sætran ble medlem i ledergruppen fra 8.5.2019.

1 000 kroner	Lønn	Pensjonskostnad	Andre godtgjørelser	Sum
Braaten, Olav André	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
Styrvoid, Jan-Olav	1 495	191	159	1 845

Olav André Braaten startet 23. august.

Lars Sogn sluttet 31. mars.

Samlet utbetalt styrehonorar i 2019 er kr 1 326 000,-, herav kr 240 000,- til styrets leder. For 2018 var det utbetalt styrehonorar på kr 1 350 000,-, herav kr 200 000,- til styrets leder. Samlet honorar til bedriftsforsamlingen og kontrollkomité i 2019 var kr 102 209 (i 2018 kr 85 763,-)

REVISJONSHONORARER

1 000 kroner	2019	2018
Lovpålagt revisjon (inkl. teknisk bistand med årsregnskapet)	499	710
Annen bistand	313	55
SUM	812	765

Alle tall oppgitt i oversikten over er eksklusive merverdiavgift.

5 ANDRE DRIFTSKOSTNADER

Andre driftskostnader inkluderer følgende kostnader:

1 000 kroner	2019	2018
Møter og kurs ansatte	13 570	27 261
Frakt og transport	8 494	8 401
Energi	15 710	16 015
Kostnader lokaler	198 357	196 106
Inventar og driftsmaterialer	41 297	43 901
Vedlikeholds- og servicekostnader	34 254	41 868
Eksterne tjenester	34 076	48 702
Kontorrekvisita, trykksaker mv.	2 776	3 038
IT, telefon, porto mv.	8 086	8 760
Reisekostnader	16 349	16 311
Informasjons- og emballasjemateriell	8 798	12 607
Forsikringer og bankomkostninger	34 963	31 795
Tap ved avgang anleggsmidler	-338	2 483
Andre kostnader	12 686	12 602
SUM	429 076	469 850

6 FINANSPOSTER

Finansposter inneholder følgende inntekter og kostnader:

1 000 kroner	2019	2018
Finansinntekter		
Renteinntekter bank	15 917	12 308
Avkastning eksternt plassering	7 888	4 896
Andre finansinntekter	104	13
SUM	23 909	17 217
Finanskostnader		
Andre finanskostnader	151	300
SUM	151	300

7 KONTANTER OG BANKINNSKUDD

Per 31.12.2019 var 35,2 millioner kroner av selskapets bankinnskudd avsatt til betaling av skattetrekk for ansatte (38,2 millioner kroner i 2018). Bankbeholdningen er plassert på konsernkontosystem i Sparebanken Midt-Norge.

8 FINANSIELLE PLASSERINGER

Vinmonopolets finansielle plasseringer består av følgende:

1 000 kroner	Kostpris	Markedsverdi	Bokført verdi
Fastrenteinnskudd	600 000	601 412	601 412
Eksternt plassering	289 959	349 280	349 280
SUM	889 959	950 693	950 693

Fastrenteinnskudd og annen eksternt plassering er bokført til markedsverdi. Fastrenteinnskudd ble i 2019 samlet til én konto. Eksternt 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 2019 en kredittvarighet på 3,67 år. Porteføljens gjennomsnittlige løpetid skal være fra 1 til 5 år. Investeringen har for 2019 gitt en faktisk avkastning på 2,25 prosent inkludert forvaltningshonorar og 2,32 prosent ekskludert forvaltningshonorar. Investeringene gjennom forvalter (eksternt plassering) inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg og er vurdert til markedsverdi. DNB har forvaltet våre eksternt plasseringer siden 01.04.2015.

9 VAREBEHOLDNING

Vinmonopolets varebeholdning fordeles på 334 butikker, hvor butikken på Holmlia er midlertidig stengt, samt et eget lager som håndterer utsendelser for fjernhandelskanalen.

Verdien av varebeholdningen vises i tabellen under:

1 000 kroner	2019	2018
Varelager i butikk	952 035	837 762
Varelager fjernhandel	18 158	15 394
Total varelagerbeholdning	970 193	853 156
Ukurans	-1 000	-1 223
Varebeholdning arbeidsklær	203	424
SUM	969 396	852 357

10 KUNDEFORDRINGER

Kundefordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap på krav med 300 000 kroner (300 000 kroner i 2018). I kundefordringer inngår det ingen krav mot kredittkortselskap i 2019 (det samme gjaldt i 2018).

11 ANDRE KORTSIKTIGE FORDRINGER

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

1 000 kroner	2019	2018
Forskuddsbetalte kostnader	36 076	42 817
Andre kortsiktige fordringer	861	652
SUM	36 937	43 470

12 LANGSIKTIGE FORDRINGER OG AKSJER

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

1 000 kroner	2019	2018
Obligasjons- og pantelån	283	843
Aksjer	327	327
SUM	610	1 170

Sirkel Materialgjenvinning AS, Glasopor AS og Sirkel Glass AS har alle forretningsadressen Haslevangen 14 i Oslo. Selskapenes foreløpige regnskap for 2019 viser et resultat før skatt på henholdsvis 9,3 millioner kroner (Sirkel Materialgjenvinning AS), 4,4 millioner kroner (Glasopor AS) og 5,1 millioner kroner (Sirkel Glass AS). Sum egenkapital viser 65,3 millioner kroner for Sirkel Materialgjenvinning AS, 52,2 millioner kroner for Glasopor AS og 18,8 millioner kroner for Sirkel Glass AS.

13 LISENER, PROGRAMVARE OG VARIGE DRIFTSMIDLER

1 000 kroner	Lisenser og programvare	EDB-utstyr/kontorutstyr	Transportmidler	Inventar	Forretningsbygg
Anskaffelseskost 01.01.	225 873	137 723	2 678	612 967	17 692
Tilgang	16 830	4 234	-	19 715	-42
Avgang	-	-273	-152	-7 924	-3 271
Anskaffelseskost 31.12.	242 704	141 684	2 526	0 624 757	14 379
Akkumulert avskrivning 01.01.	172 360	100 385	1 567	400 803	11 297
Årets avskrivning	21 752	17 136	143	35 298	250
Avgang	-	-273	-152	-7 778	-1 509
Akkumulert avskrivning 31.12.	194 112	117 248	1 558	428 322	10 038
BOKFØRT VERDI 01.01.2019	53 513	37 338	1 110	212 164	6 395
BOKFØRT VERDI 31.12.2019	48 592	24 436	967	196 435	4 342

1 000 kroner	Leide lokaler	Tomter	Kunst	TOTALT
Anskaffelseskost 01.01.	196 293	4 255	1 136	1 198 617
Tilgang	3 475	-	-	44 211
Avgang	-4 728	-136	-	-16 484
Anskaffelseskost 31.12.	195 039	4 119	1 136	1 226 345
Akkumulert avskrivning 01.01.	149 355	-	-	835 766
Årets avskrivning	9 347	-	-	83 885
Avgang	-4 706	-	-	-14 418
Akkumulert avskrivning 31.12.	153 996	-	-	905 232
BOKFØRT VERDI 01.01.2019	46 938	4 255	1 136	362 852
BOKFØRT VERDI 31.12.2019	41 043	4 119	1 136	321 113

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 %

14 SKATT

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

1 000 kroner	2019	2018
Varige driftsmidler	44 099	45 643
Skattefunn	-142	-183
Fordringer	-300	-300
Varelager	-1 000	-1 223
Pensjonsforpliktelser	-505 380	-988 123
Gevinst og tapskonto	7 449	9 258
Andre forskjeller	-248	-249
Grunnlag for utsatt skatt / skattefordel i balansen	-455 523	-935 176
UTSATT SKATT / SKATTEFORDEL I REGNSKAPET	-100 215	-205 739
Herav pensjonsforpliktelse direkte mot EK	1 105 216	1 093 984
Herav utsatt skatt direkte mot EK	243 147	240 677
Grunnlag for skattekostnad, endring i utsatt skatt og betalbar skatt		
Resultat før skattekostnad	601 423	168 070
Permanente forskjeller	766	2 691
Grunnlag for årets skattekostnad	602 189	170 761
Endring i forskjeller som inngår i grunnlag for utsatt skatt / skattefordel	-490 885	-101 345
Skattepliktig inntekt (grunnlag for betalbar skatt i balansen)	111 303	69 416
Fordeling av skattekostnaden		
Betalbar skatt (22 % av grunnlag for betalbar skatt i resultatregnskapet (23 % for 2018))	24 487	15 966
Sum betalbar skatt	24 487	15 966
Endring i utsatt skatt / skattefordel	107 995	23 309
Endring i utsatt skatt / skattefordel som følge av endret skattesats	-	-1 588
Skattekostnad (22 prosent av grunnlag for årets skattekostnad)	132 482	37 687

1 000 kroner	2019	2018
Avstemming av årets skattekostnad		
Regnskapsmessig resultat for skattekostnad	601 423	168 070
Beregnet skatt 22 %	132 313	38 656
Skattekostnad i resultatregnskapet	132 482	37 687
Differanse	-169	969
Differanse består av følgende:		
22 % av permanente forskjeller	169	619
Endring i utsatt skatt / utsatt skattefordel som følge av endret skattesats	-	-1 588
Sum forklart differanse	169	-969
Betalbar skatt i balansen		
Betalbar skatt i skattekostnaden	24 487	15 966
Skattevirkning av SkatteFUNN	-	-203
Betalbar skatt i balansen	24 487	15 763

15 OVERSKUDDSANDEL

Det er beregnet 50 prosent overskuddsandel av resultat etter skatt for 2019, 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.

16 ANNEN KORTSIKTIG GJELD

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

1 000 kroner	2019	2018
Gavekort	51 157	48 645
Uopptjent inntekt	4 941	4 110
Skyldig lønn og feriepenger	137 139	123 827
SUM	193 237	176 582

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 egenkapital	Estimat-avvik pensjoner	Sum
Egenkapital 31.12.2018	50	1 571 903	-853 308	718 644
Årets resultat		468 941		468 941
Årets endring estimatavvik			-8 761	-8 761
Overskuddsandel		-234 472		-234 472
Egenkapital 31.12.2019	50	1 806 372	-862 069	944 353

19 PENSJONSFORPLIKTELSE

Vinmonopolet har pensjonsordninger som omfatter i alt 1 860 personer (2 166 personer i 2018). 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. For 2019 er det resultatført en vesentlig positiv effekt knyttet til planendring i forbindelse med innføring av ny offentlig tjenestepensjon som gjelder for ansatte født etter 1963. Disse opptjener fra og med 1.1.2020 pensjon etter nye regler. I tillegg til den kollektive pensjonsordningen har tidligere administrerende direktør tilleggspensjon som finansieres over drift. Selskapets pensjonsordninger tilfredsstiller kravene i lov om obligatorisk tjenestepensjon. Ved beregning av årets netto pensjonskostnad legges foregående års forutsetninger til grunn. De aktuarmessige forutsetninger er basert på vanlige forutsetninger innen forsikring når det gjelder demografiske forhold.

Forutsetninger	2019	2018
Diskonteringsssats	2,30 %	2,60 %
Lønnsregulering	2,25 %	2,75 %
Pensjonsregulering	1,25 %	1,75 %
Avkastning på pensjonsmidler	2,30 %	2,60 %
G-regulering	2,00 %	2,50 %
Frivillig avgang	6 % under 50 år og 2 % over 50 år	6 % under 50 år og 2 % over 50 år
Årlig uttakstilbøyelighet – AFP (62–67 år)	6,00 %	6,00 %

Årets pensjonskostnad fremkommer slik:

Periodens netto pensjonskostnad i 1 000 kroner	2019	2018
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	88 314	72 483
Resultatført estimatavvik	76	-1 797
Rentekostnad av påløpte pensjonsforpliktelser	61 626	57 141
Risikopremie/administrasjon	2 874	2 782
Resultatført planendring	-354 923	-
Avkastning av pensjonsmidlene	-46 081	-40 018
Netto pensjonskostnad	-248 115	90 591
Arbeidsgiveravgift	-39 597	8 987
Netto pensjonskostnad før ansatt trekk	-287 711	99 578
Medlemsandel trukket	16 087	15 308
TOTAL NETTO PENSJONSKOSTNAD	-303 798	84 270

Pensjonsforpliktelser og pensjonsmidler fremkommer slik:

Per 31.12. i 1 000 kroner	2019	2018
Pensjonsforpliktelser brutto – DBO	-2 322 234	-2 588 149
Verdi av pensjonsmidler	1 879 014	1 721 833
Beregnet netto pensjonsforpliktelse	-443 220	-866 316
Arbeidsgiveravgift	-62 160	-121 806
BALANSEFØRT NETTO PENSJONS-FORPLIKTELSE	-505 380	-988 122

20 LEIEFORPLIKTELSE

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

1 000 kroner	2023	2022	2021	2020
	152 662	144 689	150 633	152 776

Antall leieavtaler som er leie av butikklokaler, er 330. 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	2019	2018
Salgsinntekter	26 229	25 141
Vareforbruk	15 370	14 482
Ordinære avskrivninger		
Andre driftskostnader	4 321	4 100
Driftsresultat	6 538	6 559
Finansposter	28	28
Årets resultat	6 566	6 587
Disponering av resultat:		
Til Longyearbyen lokalstyre	6 566	6 588

Balanse per 31.12. i 1 000 kroner	2019	2018
Anleggsmidler	-	-
Omløpsmidler	12 398	11 267
Eiendeler	12 398	11 267
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	8 018	6 887
Gjeld og egenkapital	12 398	11 267

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 det statseide aksjeselskapet Posten Norge AS (underlagt Samferdselsdepartementet) knyttet til distribusjonstjenester.

23 HENDELSER ETTER BALANSEDATOEN

I disse urolige tider som Norge er inne i på grunn av koronaviruset, er Vinmonopolet foreløpig lite berørt. Dette kan endre seg. Redusert grensehandel, taxfree-salg og lavere salg av alkohol gjennom hoteller, restauranter og barer gjør at Vinmonopolets omsetning har fått et oppsving. Vinmonopolet har en forretningsmodell som er robust, og som sikrer selskapet i urolige tider. Vinmonopolet vil kunne være sårbare ved et eventuelt brudd i leverandørkjeden samt ved stenging av butikker på grunn av virusspredning.

KONTROLLKOMITEENS INNSTILLING

Kontrollkomiteén har gjennomgått det avsluttede og reviderte årsoppgjør samt revisjonsberetningen. Styrets forslag til disposisjon av overskuddet kr 468,9 mill. har Kontrollkomiteén ingen merknader til. Kontrollkomiteén anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2019.

Oslo, 7. mai 2020

Øystein Østraat
Anne-Karin Nygaard
Sonja Sjøli

BEDRIFTSFORSAMLINGENS UTTALELSE

I samsvar med revisjonsberetningen for 2019 og kontrollkomiteens innstilling, anbefaler bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2019, slik det fremstår etter styrets vedtak av 23. april 2020, blir fastsatt som selskapets regnskap for 2020. Likeledes anbefaler bedriftsforsamlingen at årsberetningen godkjennes.

Oslo, 7. mai 2020



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 2019, resultat og kontantstrømoppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter til årsregnskapet, herunder et sammendrag av 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 2019, 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, Dronning Eufemias gate 71, 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



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, 23. april 2020
PricewaterhouseCoopers AS

Marius Thorsrud
Statsautorisert revisor



Til styret i Aktieselskapet Vinmonopolet

Uavhengig uttalelse vedrørende Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering om bærekraft

Vi har kontrollert om Aktieselskapet Vinmonopolet har utarbeidet GRI-indeks for 2019 og målinger og beregninger av nøkkeltall for bærekraft (rapportering om bærekraft) per 23. april 2020.

- Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks er en oversikt over hvilke av prinsippene, aspektene og indikatorene i retningslinjene fra The Global Reporting Initiative som Aktieselskapet Vinmonopolet har benyttet for å måle og rapportere om bærekraft; sammen med en henvisning til hvor informasjonen om bærekraft er rapportert. Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks 2019 er en del av Aktieselskapet Vinmonopolets årsrapport for 2019. Vi har kontrollert om Aktieselskapet Vinmonopolet har utarbeidet en indeks for 2019 og om informasjon er gitt slik det kreves i standarder utgitt av The Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org/standards) (kriterier).
- Nøkkeltall for bærekraft er indikatorer for bærekraft som Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks 2019 viser til, og som Aktieselskapet Vinmonopolet måler og følger opp. Nøkkeltall for bærekraft er tilgjengelige og inngår i Aktieselskapet Vinmonopolets årsrapport for 2019. Aktieselskapet Vinmonopolet har utarbeidet nøkkeltallene. Vi har kontrollert grunnlaget for målingene, etterberegnet målingene, og kontrollert om Aktieselskapet Vinmonopolet har presentert nøkkeltallene slik det kreves i standarder utgitt av the Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org/standards) (kriterier).

Ledelsens ansvar

Ledelsen er ansvarlig for Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering om bærekraft og for at det er utarbeidet i overensstemmelse med standarder utgitt av The Global Reporting Initiative. Ansvaret omfatter å utforme, implementere og vedlikeholde en intern kontroll som ivaretar Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering om bærekraft og måling og oppfølging av nøkkeltall for bærekraft.

Vår uavhengighet og kvalitetskontroll

Vi er uavhengige av selskapet i overensstemmelse med lov og forskrift og *Code of Ethics for Professional Accountants* (IESBA Code) og med de etiske kravene som er relevante for vårt oppdrag, og vi har oppfylt våre etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene og IESBA Code. Vi anvender *ISQC 1 [NORSK] – Kvalitetskontroll for revisjonsfirmaer som utfører revisjon og forenklet revisorkontroll av regnskaper samt andre attestasjonsoppdrag og beslektede tjenester* og opprettholder et omfattende system for kvalitetskontroll inkludert dokumenterte retningslinjer og prosedyrer vedrørende etterlevelse av etiske krav, faglige standarder og gjeldende lovmessige og regulatoriske krav.

Revisors oppgaver og plikter

Vår oppgave er å gi uttrykk for en mening om Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering om bærekraft basert på vår kontroll. Vi har foretatt våre kontroller og avgir vår uttalelse i samsvar med

PricewaterhouseCoopers AS, Dronning Eufemias gate 71, 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



standard for attestasjonsoppdrag ”ISAE 3000 Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon”.

Vårt arbeid innebærer utførelse av handlinger for å innhente bevis for at Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering om bærekraft er utarbeidet i overensstemmelse med standarder utgitt av The Global Reporting Initiative. De valgte handlingene avhenger av vårt skjønn, herunder vurderinger av risikoene for at rapportering om bærekraft inneholder vesentlig feilinformasjon, enten det skyldes misligheter eller feil. Ved en slik risikovurdering tar vi hensyn til den interne kontrollen som er relevant for utarbeidelsen av saksforholdet. Formålet er å utforme kontrollhandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av den interne kontrollen. Vår kontroll omfatter også en vurdering av om de anvendte kriteriene er hensiktsmessige og en vurdering av den samlede presentasjonen av saksforholdet.

Våre kontroller har omfattet blant annet møter med nøkkelsatte innenfor de vesentlige områdene, herunder bærekraft, HR, innkjøp, juridisk, miljø og produktkvalitet, for å vurdere internkontroll og rutiner knyttet til rapportering om bærekraft; innsamling og gjennomgang av relevant informasjon som støtter fremstillingen av nøkkeltall for bærekraft; vurdering av fullstendighet og nøyaktighet i de presenterte nøkkeltall for bærekraft; og kontrollberegninger av nøkkeltall for bærekraft basert på en vurdering av risiko for feil i sammenstillingen av nøkkeltallene.

Etter vår mening er innhentet bevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Konklusjon

Etter vår mening er

- Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks i det alt vesentlige utarbeidet i overensstemmelse med kravene i standarder utgitt av The Global Reporting Initiative; og
- nøkkeltall for bærekraft i det alt vesentlige utarbeidet, målt og rapportert i overensstemmelse med kravene i standarder utgitt av The Global Reporting Initiative.

Oslo, 23. april 2020

PricewaterhouseCoopers AS

Marius Thorsrud
Statsautorisert revisor

Salget 2019

Salget økte med 0,7 prosent tilsvarende snaut 600 000 liter til totalt 82,6 millioner vareliter i 2019 målt mot 2018

Mens det var nedgang for 1. halvår på -1,3 prosent eller 500 000 liter var det en vekst for 2. halvår på 2,5 prosent tilsvarende 1,1 million liter. Årsaken til nedgangen første halvår var den lange hetebølgen i mai og juni i 2018 som resulterte i markert salgsvekst da grunnet temporær nedgang i grensehandelen.

Andre halvår var imidlertid preget av jevn vekst. Antakelig har svekket norsk krone bremset både grensehandel og tax-freesalg ved flyplassene.

Vær, kronekurs og konjunkturutvikling påvirker kundeatferden og vil legge tyde-

lige føringer på Vinmonopolets fremtidige salgsutvikling.

Rødvin er fortsatt klart største kategori med 38,6 millioner liter tilsvarende 46,7 prosent av salget, men gikk ned sjuende år på rad. Nedgangen har trolig sammenheng med at stadig flere ønsker lettere og lysere varekategorier med tanke på alkohol-, sukker- og kaloriinnhold. Vi har over flere år sett en vekst for hvitvin, musserende, rosévin, øl, sider og alkoholfritt. Nevnte kategorier vokste til sammen med 455 000 liter eller 1,5 prosent til drøyt 31 millioner

liter i 2019. I 2000 utgjorde disse kategoriene 22 prosent av Vinmonopolet salg; i 2019 38 prosent etter jevn vekst siden 2004.

Den store trenden i 2019 må klart sies å være bobler. Både sider, øl og musserende økte markert året gjennom, to sistnevnte kategorier satt til og med salgsrekord i 2019.

Salget av alkoholfritt stoppet til slutt på 595 000 liter, tidenes høyeste salg for Vinmonopolet.



Fotnoter

- ¹ 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.
- ² Drikk som er laget av druesaft ved alkoholgjæring og tilsatt tilvirket alkohol.
- ³ Drikk som er laget av druesaft, frukt, bær, plantesaft eller honning ved alkoholgjæring uten tilsetning av tilvirket alkohol.
- ⁴ Øl med alkoholstyrke over 4,75 volumprosent alkohol.
- ⁵ Drikk med alkoholstyrke til og med 0,7 volumprosent alkohol.

TABELL 1 Vinmonopolets salg 2010–2019, hovedvaretype, 1 000 liter

År	Totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholritt ⁵
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
2019	82 592	11 409	478	67 161	2 948	596

TABELL 2 Vinmonopoletes salget av brennevin 2015–2019, 1 000 liter

Brennevin ¹	2015	2016	2017	2018	2019
Vodka	3 398	3 392	3 359	3 321	3 354
Norge	1 186	1 284	1 145	1 106	1 125
Polen	612	565	624	645	647
Sverige	484	502	492	495	522
Finland	278	290	346	404	429
England	411	391	403	375	344
Andre land	427	360	349	295	289
Likør	1 263	1 329	1 367	1 385	1 424
Irland	475	473	460	452	461
Danmark	124	187	224	229	243
Finland	88	90	91	95	106
Nederland	78	78	85	93	97
Norge	71	68	75	79	79
Canada	32	48	62	70	72
Frankrike	87	85	76	72	72
Italia	66	60	57	57	60
Skottland	61	52	52	59	58
USA	38	51	52	53	55
Sør-Afrika	55	51	46	45	41
Tyskland	43	42	41	37	34
Andre land	43	43	47	45	45
Druebrennevin	1 818	1 716	1 593	1 485	1 417
Frankrike	1 767	1 671	1 550	1 440	1 369
Andre land	51	45	43	45	48
Whisky	1 315	1 344	1 342	1 341	1 373
Skottland	887	903	908	916	936
Irland	205	220	215	213	213
USA	115	128	133	138	158
Canada	99	86	78	64	55
Andre land	8	8	9	10	13

TABELL 2 Vinmonopoletes salget av brennevin 2015–2019, 1 000 liter

Brennevin ¹	2015	2016	2017	2018	2019
Vodka	3 398	3 392	3 359	3 321	3 354
Norge	1 186	1 284	1 145	1 106	1 125
Polen	612	565	624	645	647
Sverige	484	502	492	495	522
Finland	278	290	346	404	429
England	411	391	403	375	344
Andre land	427	360	349	295	289
Likør	1 263	1 329	1 367	1 385	1 424
Irland	475	473	460	452	461
Danmark	124	187	224	229	243
Finland	88	90	91	95	106
Nederland	78	78	85	93	97
Norge	71	68	75	79	79
Canada	32	48	62	70	72
Frankrike	87	85	76	72	72
Italia	66	60	57	57	60
Skottland	61	52	52	59	58
USA	38	51	52	53	55
Sør-Afrika	55	51	46	45	41
Tyskland	43	42	41	37	34
Andre land	43	43	47	45	45
Druebrennevin	1 818	1 716	1 593	1 485	1 417
Frankrike	1 767	1 671	1 550	1 440	1 369
Andre land	51	45	43	45	48
Whisky	1 315	1 344	1 342	1 341	1 373
Skottland	887	903	908	916	936
Irland	205	220	215	213	213
USA	115	128	133	138	158
Canada	99	86	78	64	55
Andre land	8	8	9	10	13
Akevitt	1 241	1 282	1 291	1 297	1 330
Norge	1 116	1 142	1 132	1 113	1 140
Sverige	64	82	102	131	135
Danmark	47	47	46	43	42
Andre land	14	11	11	10	13
Brennevin, annet	629	664	670	749	785
Norge	196	214	215	189	193
Jamaica	165	165	163	165	171
Bermuda	132	130	136	139	151
Italia	15	32	52	97	103
Finland	-	-	0	45	60
Andre land	120	122	104	115	107
Bitter	654	673	661	656	656
Tyskland	444	458	450	445	449

TABELL 2 Vinmonopoletes salget av brennevin 2015–2019, 1 000 liter

Brennevin ¹	2015	2016	2017	2018	2019
Danmark	106	112	110	107	104
Italia	48	49	48	52	51
Norge	55	51	51	48	47
Andre land	3	3	3	3	5
Gin	469	480	501	555	596
England	424	437	441	473	478
Norge	25	20	32	44	71
Andre land	20	23	28	38	47
Brennevin, nøytralt < 37,5 %	165	177	179	181	215
Norge	90	101	98	106	149
Andre land	75	77	81	75	66
Rom	155	163	165	172	177
Bermuda	74	79	78	86	84
Cuba	42	40	39	31	30
Jamaica	24	28	27	26	26
Barbados	5	4	7	9	14
Andre land	10	12	14	20	22
Fruktbrennevin	62	64	62	65	67
Mexico	39	40	40	43	46
Frankrike	19	19	18	18	19
Andre land	3	5	4	4	2
Genever	16	16	15	15	14
Nederland	16	16	15	15	14
TOTALT	11 185	11 300	11 205	11 222	11 409

TABELL 3 Vinmonopolets salget av sterkvin 2015–2019, 1 000 liter

Sterkvin ²	2015	2016	2017	2018	2019
Vermut	271	255	238	229	217
Portvin	143	146	153	146	156
Sherry	87	81	74	67	65
Madeira	13	12	12	12	11
Sterkvin, annen	26	25	24	26	29
Totalt	539	519	500	480	478

TABELL 4 Vinmonopolets salg av svakvin, 2015–2019, 1000 liter

Svakvin ²	2015	2016	2017	2018	2019
Rødvin	41 099	40 572	39 780	38 684	38 581
Italia	17 496	16 567	15 651	14 639	14 523
Piemonte	2 839	3 076	3 571	3 864	4 113
Veneto	5 020	4 667	4 352	4 015	3 710
Puglia	3 792	3 267	2 636	2 006	1 847
Toscana	1 569	1 351	1 324	1 248	1 282
Sicilia	759	853	721	719	754
Abruzzo	1 286	1 014	864	754	603
Andre italienske	2 231	2 339	2 185	2 033	2 215
Spania	5 037	5 358	5 696	5 772	5 691
Aragon	400	742	1 374	1 645	1 681
Rioja	1 192	1 186	1 213	1 211	1 229
Valencia	1 941	1 886	1 618	1 361	1 172
Catalonia	484	557	510	435	380
Navarra	155	156	157	205	163
Castilla y León	164	191	224	183	145
Andre spanske	701	640	600	733	920
Frankrike	4 366	4 167	4 566	4 894	5 152
Rhône Sør	1 383	1 505	2 008	2 065	2 136
Languedoc-Roussillon	2 030	1 660	1 426	1 505	1 339
Bordeaux	345	373	479	672	638
Burgund	243	244	300	404	503
Øvrige	158	149	96	59	353
Rhône Nord	144	155	145	124	134
Andre franske	63	80	111	65	49
Chile	4 021	4 259	3 970	3 572	3 317
USA	2 696	2 805	2 924	2 984	3 222
Portugal	2 262	2 534	2 567	2 622	2 431
Australia	3 004	2 672	2 449	2 333	2 253
Argentina	969	888	741	658	761
Sør-Afrika	982	999	837	787	751
Østerrike	40	73	135	134	148
New Zealand	112	123	106	103	124
Libanon	26	40	48	83	102
Tyskland	10	7	10	33	68
Andre land	78	80	80	70	39
Hvitvin	17 501	17 958	17 881	19 063	19 030
Tyskland	5 142	5 076	5 031	5 289	5 235
Mosel	1 954	1 800	1 654	1 627	1 473
Rheinhessen	1 311	1 347	1 414	1 433	1 363
Pfalz	476	591	705	902	1 037
Nahe	562	576	539	548	556
Rheingau	675	560	457	393	328

TABELL 4 Vinmonopolets salg av svakvin, 2015–2019, 1000 liter

Svakvin ³	2015	2016	2017	2018	2019
Andre tyske	164	202	263	387	479
Frankrike	4 639	4 800	4 628	4 737	4 815
Burgund	1 180	1 214	1 198	1 161	1 239
Languedoc-Roussillon	901	951	938	1 058	1 177
Sørvest	1 053	1 122	1 056	975	855
Øvrige	507	443	466	557	582
Loire	669	507	560	581	542
Alsace	211	204	181	192	184
Bordeaux	83	305	189	143	127
Andre franske	35	55	41	70	108
Italia	1 941	1 973	1 979	2 045	1 888
Veneto	1 092	1 039	978	1 050	954
Trentino-Alto Adige	179	175	184	202	230
Øvrige	94	110	133	147	167
Piemonte	55	80	97	112	149
Andre italienske	521	569	587	534	388
Chile	1 184	1 406	1 462	1 632	1 663
Australia	1 164	1 296	1 347	1 334	1 126
Portugal	382	361	341	609	758
New Zealand	517	537	576	610	658
Ungarn	652	634	613	638	655
Østerrike	441	429	481	582	549
Sør-Afrika	354	422	460	500	542
Spania	456	401	464	572	498
Argentina	361	329	301	239	343
USA	243	264	177	243	241
Andre land	26	29	20	32	60
Musserende vin	4 455	4 796	4 846	5 212	5 495
Italia	2 353	2 522	2 427	2 523	2 512
Prosecco	1 045	1 265	1 317	1 394	1 384
Veneto	874	827	741	761	750
Piemonte	292	296	256	270	277
Andre italienske	142	133	113	98	102
Frankrike	941	1 008	1 113	1 294	1 519
Burgund	399	413	479	597	719
Champagne	393	388	389	429	469
Andre franske	149	207	245	269	332
Spania	933	1 063	1 086	1 158	1 218
Australia	154	136	123	126	121
Andre land	73	68	96	110	124
Rosévin	1 964	2 104	2 215	2 793	2 755
Frankrike	848	942	1 063	1 472	1 499
Languedoc-Roussillon	330	398	462	719	746

TABELL 4 Vinmonopolets salg av svakvin, 2015–2019, 1000 liter

Svakvin ²	2015	2016	2017	2018	2019
Provence	164	156	172	263	298
Loire	185	222	197	202	199
Andre franske	168	166	233	288	256
Italia	266	345	453	534	529
Piemonte	79	98	196	237	261
Veneto	58	87	90	116	137
Andre italienske	129	160	166	181	130
USA	342	356	319	353	286
Spania	205	174	162	208	210
Tyskland	61	55	47	91	84
Chile	131	135	110	57	44
Andre land	111	97	62	78	103
Perlende vin	521	592	610	677	678
Italia	320	345	351	383	373
Østerrike	41	50	49	106	110
Andre land	159	197	209	188	195
Aromatisert vin	244	249	231	285	321
Italia	16	20	31	57	75
Norge	71	61	54	49	44
England	0	0	-	22	42
Andre land	157	169	146	158	160
Sider	60	72	126	213	236
Norge	27	31	79	138	160
Vestland	26	28	73	126	148
Viken	1	3	6	11	10
Andre norske	-	-	0	2	3
England	11	14	19	33	26
Frankrike	11	10	4	11	16
Storbritannia	1	9	14	13	12
Sør-Afrika	-	0	1	6	10
Andre land	10	8	9	11	11
Fruktvin	66	63	58	59	66
Finland	47	45	41	40	38
Danmark	16	15	14	15	14
Andre land	3	3	3	4	13
Totalt	65 910	66 407	65 746	66 985	67 161

TABELL 5 Vinmonopolets salg av øl 4, 2015–2019, 1000 liter

Øl*	2015	2016	2017	2018	2019
Lys lager	434	481	521	601	700
Norge	139	125	160	199	249
Nederland	24	30	34	76	109
Sverige	69	77	84	92	98
Danmark	24	47	60	57	51
Spania	27	37	51	50	46
Tyskland	21	34	26	20	36
Thailand	33	31	27	27	27
Andre land	98	101	78	80	85
India pale ale	460	483	587	583	684
Norge	327	318	436	441	509
USA	23	53	55	51	49
Skottland	37	41	29	30	48
England	24	18	15	16	29
Andre land	49	53	52	45	48
Mørk lager	317	318	345	351	309
Norge	300	293	318	308	276
Tyskland	15	23	23	40	25
Andre land	3	3	3	3	7
Hveteøl	291	300	261	230	211
Tyskland	169	170	157	144	133
Spania	23	26	28	27	25
Norge	32	17	23	22	16
Frankrike	40	57	27	18	11
Andre land	28	30	26	19	25
Porter & stout	141	170	165	163	187
Norge	84	89	102	102	117
England	9	17	13	13	22
USA	20	26	20	16	18
Andre land	28	37	30	32	29
Klosterstil	142	188	188	171	176
Belgia	79	102	97	93	88
Norge	47	72	78	69	79
Andre land	16	13	14	10	10
Spesial	146	149	135	116	119
Norge	129	132	114	90	97
Andre land	17	17	22	26	22
Saison farmhouse ale	137	142	120	116	114
Norge	94	99	88	74	72
Belgia	8	10	11	22	30
Andre land	34	34	21	19	12
Surøl	63	78	85	87	110
Belgia	39	46	44	47	54
Norge	12	17	18	22	39

TABELL 5 Vinmonopolets salg av øl 4, 2015–2019, 1000 liter

Øl ⁴	2015	2016	2017	2018	2019
Andre land	13	16	23	17	17
Pale ale	107	111	96	98	94
Norge	44	36	40	46	45
Danmark	15	20	24	26	22
USA	27	19	13	13	13
Andre land	22	36	19	13	13
Lys ale	71	78	92	98	84
Belgia	45	52	50	50	43
Norge	17	19	33	34	30
Andre land	10	7	9	13	11
Brown ale	55	49	51	54	57
Norge	39	39	42	39	37
New Zealand	0	0	-	-	10
Andre land	16	9	9	15	10
Scotch ale	34	30	28	25	26
Red/amber	42	21	19	27	23
Barley wine	23	16	16	21	22
TOTALT	2 463	2 613	2 710	2 739	2 915



TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2019 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
Alta	85 670 258	379 286	69 240	1 312	290 734	15 994	2 006
Andenes	17 977 533	80 766	16 172	292	60 925	2 662	715
Arendal	118 036 910	577 538	71 936	3 258	485 726	13 455	3 164
Asker	246 948 798	1 201 868	89 206	7 183	1 057 810	37 854	9 815
Asker	120 204 385	580 254	47 600	3 341	500 367	24 218	4 728
Holmen Senter	126 744 414	621 614	41 605	3 842	557 443	13 636	5 087
Askim	60 908 473	273 543	53 567	2 130	207 625	8 686	1 535
Askvoll	11 975 747	55 175	10 231	286	41 437	2 582	640
Askøy	57 786 358	283 298	36 928	1 108	235 218	8 021	2 022
Austevoll	15 057 937	71 224	9 671	253	59 632	1 170	498
Bagn	17 421 532	77 851	13 414	481	61 597	1 961	396
Bardufoss	30 958 970	135 926	26 971	382	103 574	4 156	843
Beitostølen	21 323 624	95 595	11 489	446	80 327	2 557	777
Bergen	1 114 151 652	5 308 213	601 133	24 466	4 438 908	204 730	38 975
Arna	49 923 045	239 816	33 807	793	195 976	7 385	1 855
Bergen Storsenter	145 613 027	678 809	85 908	3 330	530 951	53 829	4 791
Fyllingsdalen	95 892 641	476 290	51 065	2 219	402 262	16 970	3 773
Lagunen	131 984 661	639 277	62 304	2 834	549 786	19 541	4 812
Laksevåg	47 955 191	230 441	30 333	872	189 949	7 585	1 702
Nesttun	77 545 361	380 327	37 389	2 148	327 456	10 565	2 768
Sletten	115 535 166	557 887	51 949	2 940	477 179	21 331	4 488
Valkendorfs gate	153 408 541	645 615	77 170	2 921	538 991	22 516	4 015
Vestkanten	98 255 139	478 845	62 560	2 139	397 948	13 506	2 692
Åsane	97 810 761	485 521	53 906	2 322	412 121	13 803	3 369
Åsane Horisont	100 228 120	495 385	54 742	1 947	416 288	17 698	4 710
Bjugn	12 724 250	54 119	13 387	367	38 617	1 498	252
Bjørkelangen	28 317 958	119 496	28 224	1 061	85 956	3 421	833
Bodø	258 004 743	1 203 631	168 694	5 278	962 641	55 391	11 626
City Nord	138 772 624	648 083	90 607	2 939	512 333	35 519	6 686
Hunstad	48 915 633	233 684	32 955	921	189 425	8 249	2 135
Sentrum	70 316 485	321 863	45 133	1 418	260 883	11 624	2 806
Brattvåg	12 080 477	56 719	9 891	249	44 612	1 619	348
Brekstad	29 858 932	128 933	28 420	736	93 195	5 640	942
Brokelandsheia	22 249 774	110 284	15 131	417	91 820	2 449	467
Bruhagen	14 622 442	64 215	12 791	553	47 856	2 431	584
Bryne	55 714 282	261 642	37 267	1 127	206 764	14 483	2 001
Brønnøysund	37 699 947	164 529	34 036	1 117	121 560	6 560	1 256
Buskerud Storsenter	81 983 107	383 233	62 022	3 166	304 139	11 348	2 557
Bærum	505 554 536	2 441 316	188 232	15 617	2 149 926	70 300	17 240
Bekkestua	100 155 492	472 193	31 823	3 601	419 700	13 402	3 668
Bærum Verk	30 766 196	153 546	10 871	720	135 326	5 435	1 194
Fornebu	72 636 685	333 298	17 721	1 717	301 488	9 525	2 847
Kolsås	107 478 449	533 445	48 063	3 073	465 005	14 492	2 812

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2019 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
Sandvika	116 095 728	559 800	53 855	3 376	479 661	19 457	3 451
Østerås	78 421 986	389 034	25 899	3 131	348 746	7 989	3 268
Bø i Telemark	37 325 805	168 937	31 466	964	130 282	5 407	818
Bø i Vesterålen	7 981 662	34 629	7 828	183	25 566	841	211
Bømlo	23 929 315	117 004	18 200	504	93 528	3 768	1 003
Båtsfjord	9 394 187	38 827	9 961	200	26 868	1 592	206
Digerneset	43 220 816	209 721	30 786	901	169 584	7 143	1 307
Dokka	29 091 564	125 586	29 324	1 000	90 026	4 521	716
Dombås	17 783 100	79 437	15 182	381	60 212	3 288	374
Drammen	229 739 708	1 080 571	139 996	8 651	885 564	39 029	7 331
CC, åpnet 4. april	70 950 025	338 811	37 792	2 572	276 555	19 240	2 652
Bragernes	82 925 260	386 403	50 856	3 545	319 757	9 707	2 539
Strømsø	75 864 423	355 356	51 348	2 534	289 252	10 082	2 140
Drangedal	13 045 746	60 793	11 220	506	46 924	1 750	394
Drøbak	53 945 854	270 685	24 732	1 561	238 524	4 294	1 573
Egersund	48 037 601	223 373	39 113	800	174 255	7 737	1 468
Eidsvoll	66 739 566	304 390	54 697	2 051	233 310	11 476	2 856
Eidsvoll sentrum	26 643 943	121 809	21 213	852	94 252	4 377	1 116
Råholt	40 095 624	182 581	33 484	1 199	139 058	7 099	1 740
Eikelandsosen	7 386 612	34 686	6 104	86	27 613	671	213
eLager	101 707 578	394 470	41 531	2 111	331 100	10 994	8 735
Elnesvågen	26 031 390	117 363	23 958	792	87 568	4 175	870
Elverum	72 515 081	324 211	61 946	2 640	247 181	10 585	1 859
Etnes	19 767 533	95 888	15 221	351	76 471	3 191	654
Evenskjer	18 698 667	84 785	17 153	357	64 580	2 324	372
Evje	23 618 767	110 597	20 996	427	85 015	3 659	500
Fagernes	57 909 679	261 455	46 934	1 889	205 398	5 612	1 623
Farsund	28 872 837	139 586	21 298	550	111 804	4 687	1 246
Fauske	51 529 156	227 487	47 294	1 139	172 540	5 262	1 252
Fetsund	20 553 453	93 163	15 214	526	72 225	4 461	737
Finnsnes	63 959 230	284 969	54 955	966	218 067	9 255	1 725
Flekkefjord	25 499 107	125 545	19 666	377	101 446	3 260	796
Flisa	28 434 602	115 245	31 585	1 442	78 829	2 845	544
Florø	37 307 043	167 743	30 845	532	127 230	7 683	1 453
Flå	9 356 416	42 066	6 901	180	33 449	1 260	275
Fosnavåg	17 523 697	81 432	14 010	395	64 409	2 094	524
Fredrikstad	171 147 958	761 135	123 747	6 018	602 841	23 842	4 687
Torvbyen	103 979 455	463 698	72 358	3 604	370 857	14 000	2 879
Østsiden	67 168 503	297 437	51 389	2 414	231 985	9 842	1 807
Froland	28 689 106	140 353	23 714	712	112 661	2 806	460
Frosta	8 769 407	39 347	8 561	256	29 446	866	219
Frøya	19 691 134	77 810	21 183	398	53 445	2 070	713
Færder	149 201 723	742 417	67 455	4 583	654 682	11 084	4 614
Nøtterøy	111 388 124	554 624	50 984	3 454	488 262	8 569	3 356

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2019 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
Tjøme	37 813 599	187 793	16 471	1 128	166 420	2 515	1 259
Førde	78 857 909	361 601	63 844	1 633	278 750	15 219	2 155
Gausdal	19 708 357	88 270	16 352	467	68 859	2 236	355
Geilo	45 530 131	206 073	19 508	849	178 598	5 607	1 511
Gjerdrum	16 437 531	75 151	12 241	427	59 297	2 655	531
Gjøvik	111 861 127	500 590	85 496	3 755	394 394	14 281	2 664
Gol	40 252 334	185 222	29 525	890	147 853	5 529	1 424
Gran	59 196 716	263 805	51 010	2 200	202 304	6 810	1 480
Grimstad	59 985 419	300 000	36 356	1 534	253 289	6 919	1 901
Grong	15 585 625	64 007	16 281	479	45 351	1 597	299
Halden	47 842 168	214 098	40 222	1 779	163 287	7 400	1 409
Hamar	165 214 164	746 830	104 370	5 352	606 313	25 636	5 159
Hammerfest	45 320 703	198 650	37 970	886	151 557	7 085	1 152
Harstad	102 426 095	475 906	74 185	1 878	382 454	14 200	3 190
Haugesund	113 089 494	543 013	75 224	3 018	446 575	14 857	3 340
Hemsedal	20 029 277	85 564	11 334	367	70 097	2 772	994
Herøy	7 638 899	33 477	7 511	167	24 784	888	127
Hitra	22 296 323	96 172	21 924	838	70 750	2 085	575
Hokksund	54 039 845	244 616	45 554	2 001	188 568	6 964	1 529
Holmestrand	35 088 469	165 579	24 893	1 163	133 552	4 923	1 049
Honningsvåg	17 308 256	75 691	16 770	231	56 485	1 769	436
Horten	110 310 201	538 766	71 339	3 557	447 469	13 347	3 054
Horten sentrum	64 344 746	307 553	44 770	2 223	250 316	8 562	1 682
Åsgårdstrand	45 965 455	231 213	26 568	1 334	197 153	4 785	1 372
Hov	13 911 917	64 650	10 992	502	50 635	1 999	521
Hovden	8 702 223	40 262	5 191	115	33 883	813	260
Hurum	23 246 254	113 086	15 251	671	93 126	2 957	1 082
Sætre, åpnet 14.november	3 956 311	17 386	2 536	139	13 720	808	182
Tofte	19 289 943	95 700	12 714	531	79 406	2 149	899
Hvaler	20 118 358	93 540	12 619	421	78 103	1 933	464
Hønefoss	80 138 639	375 188	59 613	3 352	298 804	11 001	2 418
Høyanger	10 517 175	47 196	9 245	241	35 296	2 151	263
Inderøy	11 730 969	50 336	11 041	220	37 045	1 765	266
Jevnaker	23 718 320	109 789	20 035	1 011	85 465	2 896	383
Jørpeland	36 379 158	174 659	27 625	908	137 407	7 253	1 466
Karmøy	158 836 660	767 934	115 349	3 061	621 275	23 240	5 008
Oasen	106 573 425	524 187	72 342	2 027	431 951	14 587	3 280
Kopervik	52 263 235	243 748	43 008	1 034	189 325	8 652	1 729
Kautokeino	2 588 212	11 103	2 784	26	7 806	421	66
Kirkenes	40 711 887	183 835	32 373	1 123	141 356	7 432	1 551
Kjøllefjord	6 879 767	28 222	7 576	126	18 458	1 924	139
Klepp	60 291 367	289 575	42 786	1 395	231 253	12 353	1 787
Knarvik	74 919 772	359 577	55 710	1 323	288 533	11 162	2 848

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2019 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
Kolbotn	82 946 840	401 304	34 569	2 150	346 564	14 701	3 321
Kolvereid	14 404 369	57 647	16 202	279	39 360	1 319	487
Kongsberg	88 745 618	417 451	60 143	2 671	336 816	14 656	3 165
Kongsvinger	35 332 675	143 569	34 935	1 885	99 876	5 580	1 294
Koppang	9 753 294	40 306	10 264	256	28 503	980	302
Korgen	10 605 478	44 102	10 412	262	31 780	1 274	374
Kragerø	53 641 670	263 450	30 541	1 464	223 911	5 404	2 129
Kristiansand	284 900 726	1 412 123	162 413	6 419	1 187 776	46 080	9 436
Lillemarkens	125 543 466	601 785	71 917	2 579	498 513	24 679	4 097
Sørlandssenteret	104 724 338	528 346	58 850	2 480	448 615	14 916	3 487
Vågsbygd	54 632 921	281 992	31 646	1 360	240 648	6 485	1 853
Kristiansund N.	102 197 271	472 378	79 253	2 586	372 201	15 640	2 697
Kvinesdal	11 110 044	50 424	11 451	326	37 058	1 387	203
Kvinnherad	33 761 832	161 842	24 965	568	131 351	3 832	1 127
Husnes	29 159 375	138 361	22 534	500	111 033	3 301	993
Rosendal, åpnet 13.juni	4 602 458	23 481	2 431	69	20 318	531	134
Kyrksæterøra	18 238 626	78 524	18 361	493	57 228	2 104	337
Lakselv	21 655 518	94 044	19 732	381	67 505	5 989	437
Langevåg	17 905 236	85 643	13 394	360	68 548	2 772	569
Larvik	145 635 656	708 415	87 848	4 863	596 376	15 066	4 263
Larvik sentrum	97 272 795	468 343	60 977	3 482	390 804	10 270	2 809
Stavern	48 362 861	240 073	26 871	1 381	205 572	4 796	1 453
Leknes	56 094 140	248 796	48 415	1 359	189 221	7 656	2 144
Lena	37 027 921	156 631	36 247	977	115 338	3 058	1 011
Levanger	52 626 890	237 289	45 200	1 579	181 461	7 732	1 317
Liertoppen	92 792 560	445 107	54 360	2 568	372 294	12 825	3 059
Lillehammer	104 893 911	491 437	65 952	2 828	401 760	17 617	3 280
Lillesand	39 986 644	201 464	22 775	877	170 850	5 863	1 099
Lom	15 570 589	64 176	15 472	378	45 832	2 044	451
Lonevåg	11 055 717	51 100	9 161	199	39 941	1 459	341
Luster	6 482 377	29 024	5 863	101	22 103	740	218
Lyngdal	28 340 326	136 148	24 156	546	106 692	3 964	789
Lyngen	7 940 627	34 713	6 732	177	25 671	1 922	212
Lødingen	9 480 818	42 249	8 415	162	32 088	1 270	314
Lørenskog	133 066 429	631 252	81 459	4 000	515 023	25 663	5 108
Metro	55 749 847	264 685	34 940	1 484	215 563	10 205	2 494
Triaden	77 316 582	366 566	46 518	2 516	299 460	15 458	2 614
Løten	17 047 447	73 099	16 953	716	52 926	2 144	361
Malvik	36 121 677	166 402	28 204	644	128 360	8 266	928
Mandal	55 303 706	266 753	38 758	1 366	219 718	5 129	1 780
Melhus	49 601 700	216 581	44 478	1 134	160 383	9 336	1 250
Mo i Rana	105 352 213	458 856	93 069	2 335	345 098	15 126	3 229
Molde	128 917 891	611 955	85 601	3 095	487 114	32 251	3 894

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2019 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
Lødingen	9 480 818	42 249	8 415	162	32 088	1 270	314
Lørenskog	133 066 429	631 252	81 459	4 000	515 023	25 663	5 108
Metro	55 749 847	264 685	34 940	1 484	215 563	10 205	2 494
Triaden	77 316 582	366 566	46 518	2 516	299 460	15 458	2 614
Løten	17 047 447	73 099	16 953	716	52 926	2 144	361
Malvik	36 121 677	166 402	28 204	644	128 360	8 266	928
Mandal	55 303 706	266 753	38 758	1 366	219 718	5 129	1 780
Melhus	49 601 700	216 581	44 478	1 134	160 383	9 336	1 250
Mo i Rana	105 352 213	458 856	93 069	2 335	345 098	15 126	3 229
Molde	128 917 891	611 955	85 601	3 095	487 114	32 251	3 894
Mosjøen	54 244 016	232 543	49 127	1 249	174 193	6 851	1 124
Moss	57 822 743	276 801	40 500	2 734	224 692	7 151	1 724
Myre	16 370 938	73 546	15 080	201	55 301	2 338	626
Mysen	30 059 535	127 047	30 528	913	91 267	3 455	884
Måløy	24 787 464	110 889	21 284	394	84 893	3 133	1 184
Namsos	70 451 279	302 320	65 611	2 233	223 468	9 042	1 966
Nannestad	17 603 289	82 285	15 153	467	63 814	2 393	458
Narvik	78 889 751	356 553	64 115	1 649	278 919	9 858	2 012
Nesbyen	17 756 905	79 986	13 040	333	64 421	1 712	480
Nesna	5 546 955	23 779	5 428	180	17 396	659	116
Nesodden	61 977 894	304 890	23 654	2 168	268 799	7 527	2 742
Nittedal	46 944 205	225 816	29 351	1 570	183 222	9 861	1 812
Nordfjardeid	31 266 451	141 591	25 280	727	109 229	5 189	1 166
Norheimsund	28 149 588	137 261	17 852	577	113 910	3 822	1 100
Notodden	47 721 723	216 996	40 353	1 593	168 322	5 563	1 166
Nærbø	29 218 085	129 986	24 143	512	97 690	6 755	886
Odda	36 314 056	171 970	28 016	752	136 739	5 585	878
Oppdal	49 268 849	221 806	36 057	1 439	176 402	6 677	1 231
Orkanger	84 491 982	368 979	76 471	2 193	276 359	12 487	1 468
Os	63 074 563	309 314	38 569	1 118	259 842	7 805	1 979
Oslo	2 786 324 926	12 427 182	1 136 377	78 600	10 626 187	472 086	113 932
Aker Brygge	156 808 498	475 828	27 657	2 287	416 862	24 224	4 799
Alna	72 598 434	329 470	40 864	1 762	267 118	16 803	2 922
Briskeby	66 799 089	286 989	16 663	1 966	258 214	7 363	2 782
Bøler	43 871 625	217 622	24 440	1 506	180 588	8 921	2 168
Carl Berner	29 437 276	136 291	14 453	757	111 646	7 290	2 144
CC Vest	245 479 842	1 080 784	59 543	8 552	984 816	21 008	6 866
Frogner	90 850 369	395 570	24 930	2 508	355 092	9 802	3 237
Grorud	52 098 600	240 369	42 804	1 798	187 600	6 449	1 717
Grünerløkka	87 894 117	398 144	36 615	1 738	338 736	17 012	4 042
Grønland Basar	62 033 244	287 181	37 322	1 312	233 768	12 391	2 388
Hasle Torg	62 376 015	295 940	27 796	1 252	246 904	16 399	3 590
Holmlia, stengt fra 24. juni pga ombygging	12 843 328	64 326	7 654	374	54 003	1 705	589

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2019 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
Kiellands-plass	70 055 756	332 839	27 495	1 822	285 754	14 099	3 669
Lambert- seter	136 988 069	658 571	52 843	4 151	575 804	19 118	6 655
Linderud	62 690 449	294 981	38 122	1 939	240 409	12 004	2 507
Majorstuen	132 047 723	614 169	44 111	4 094	544 326	17 003	4 634
Manglerud	87 600 889	417 515	43 576	2 743	354 583	13 072	3 540
Mortensrud	37 639 510	180 519	24 788	1 124	146 731	6 262	1 614
Nydalen	35 885 330	171 502	12 791	649	147 135	8 746	2 181
Oslo City	162 978 562	746 140	89 944	4 205	593 687	51 608	6 696
Oslo S	111 015 202	505 327	71 901	2 513	408 452	19 607	2 854
Paleet	52 770 834	241 353	20 139	1 185	207 282	9 917	2 830
Røa	102 486 908	484 561	32 669	4 501	430 451	12 748	4 193
Sandaker	98 447 020	462 946	47 004	3 053	391 357	17 459	4 073
Skøyen	150 780 352	537 673	32 027	3 044	481 134	16 837	4 630
Steen & Strøm	59 863 635	271 095	20 212	1 239	235 774	10 544	3 327
Storo	107 870 649	497 133	41 900	3 666	409 370	35 236	6 961
Stovner	59 389 869	273 653	48 751	2 080	213 265	7 744	1 813
Thereses gate	88 801 642	399 489	30 593	2 154	348 858	13 454	4 429
Tveita	88 820 480	424 389	55 289	3 616	345 260	16 868	3 357
Ullevaal Stadion	84 872 951	403 223	23 715	2 591	359 367	13 671	3 879
Vinderen	72 228 660	301 593	17 769	2 419	271 841	6 720	2 844
Otta	27 501 272	121 423	24 210	698	89 714	5 892	909
Porsgrunn	124 752 433	590 823	85 401	4 103	483 279	14 685	3 354
Storgata	59 349 325	280 089	41 135	1 719	230 078	5 777	1 381
Down Town	65 403 108	310 733	44 267	2 384	253 202	8 908	1 974
Radøy	9 936 488	46 970	8 057	175	37 224	1 226	289
Rakkestad	12 733 444	55 580	12 297	391	40 340	1 824	729
Randaberg	56 206 621	284 155	32 411	1 214	239 382	9 575	1 572
Raufoss	42 253 050	186 845	37 733	1 565	139 331	6 666	1 550
Re	46 475 168	216 286	33 600	1 419	174 564	5 447	1 257
Rena	19 018 230	82 083	17 419	462	61 944	1 863	397
Ringebu	25 238 881	112 150	19 113	696	89 148	2 578	615
Ringsaker	110 003 256	498 136	92 603	4 155	385 359	13 350	2 669
Brumunddal	44 495 117	205 509	37 650	1 835	160 357	4 650	1 016
Moelv	28 767 015	129 784	24 809	909	99 043	4 183	840
Rudshøgda	36 741 124	162 844	30 144	1 411	125 959	4 517	813
Rissa	20 644 362	87 837	21 553	628	62 405	2 825	425
Risør	25 365 094	130 999	12 460	713	114 754	2 163	910
Rjukan	22 913 430	101 791	18 584	858	78 599	2 849	902
Rognan	17 753 491	77 993	17 205	258	57 974	1 920	637
Rygge	122 148 960	567 169	77 032	3 920	464 282	18 381	3 554
Rødberg	10 486 905	42 308	9 917	248	31 006	936	200
Røros	34 636 126	149 582	29 825	836	113 151	4 680	1 090
Rørвик	23 120 602	91 374	26 673	481	61 094	2 313	813

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2019 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
Sandane	18 386 114	82 462	15 011	365	63 461	3 074	551
Sande	32 138 118	152 935	22 984	1 041	124 600	3 529	781
Sandefjord	224 893 501	1 045 993	123 744	8 200	885 452	22 668	5 929
Andebu	13 928 615	64 064	12 082	807	49 052	1 744	379
Sandefjord	167 351 549	771 790	84 274	5 413	662 020	15 639	4 444
Stokke	43 613 337	210 140	27 388	1 980	174 379	5 285	1 107
Sandnes	287 561 801	1 310 219	152 219	6 388	1 046 771	96 523	8 318
Kvadrat	163 491 452	773 525	80 976	3 127	605 405	79 001	5 015
Sandnes sentrum	124 070 349	536 694	71 243	3 261	441 366	17 521	3 303
Sandnessjøen	42 848 260	188 840	37 231	925	143 812	5 810	1 063
Sarpsborg	106 882 656	466 073	88 539	4 054	346 928	23 267	3 284
Borg Amfi	65 488 594	290 379	50 904	2 025	220 509	14 955	1 985
Storbyen	41 394 062	175 693	37 635	2 029	126 419	8 312	1 299
Sauda	21 264 898	100 761	17 714	351	79 035	2 985	676
Selbu	11 152 765	44 967	11 932	339	31 174	1 263	260
Seljord	20 654 847	92 988	19 307	540	69 820	2 962	359
Setermoen	17 630 032	74 441	16 799	279	54 568	2 265	529
Sjøvegan	11 203 650	51 561	9 867	190	40 071	1 242	191
Skarnes	22 524 423	97 964	21 756	883	72 085	2 717	523
Skedsmo	237 489 620	1 091 436	154 886	7 308	875 222	45 872	8 148
Lillestrøm	74 372 791	327 437	48 792	2 541	261 382	12 066	2 655
Skedsmokorset	57 158 805	274 021	35 187	1 517	223 876	11 750	1 691
Strømmen	105 958 024	489 978	70 906	3 250	389 964	22 056	3 802
Ski	97 294 650	455 969	54 204	3 004	378 772	16 123	3 865
Skien	116 201 094	567 117	74 535	5 385	472 371	11 952	2 875
Skjervøy	8 725 359	38 525	7 304	83	29 208	1 649	281
Slemmestad, flytting pga ombygging	60 025 687	296 999	33 008	1 534	251 919	8 740	1 797
Smøla	6 634 016	29 279	6 014	180	22 202	638	245
Sogndal	44 334 058	204 302	37 343	866	156 995	7 740	1 359
Sola	80 253 958	392 139	46 395	1 655	325 197	16 489	2 404
Sortland	63 836 965	292 591	51 947	1 223	226 693	10 258	2 469
Sotra	75 060 773	359 542	51 720	1 472	292 796	10 945	2 608
Stange	33 348 327	149 599	29 927	1 260	112 995	4 471	945
Ski	97 294 650	455 969	54 204	3 004	378 772	16 123	3 865
Skien	116 201 094	567 117	74 535	5 385	472 371	11 952	2 875
Skjervøy	8 725 359	38 525	7 304	83	29 208	1 649	281
Slemmestad, flytting pga ombygging	60 025 687	296 999	33 008	1 534	251 919	8 740	1 797
Smøla	6 634 016	29 279	6 014	180	22 202	638	245
Sogndal	44 334 058	204 302	37 343	866	156 995	7 740	1 359
Sola	80 253 958	392 139	46 395	1 655	325 197	16 489	2 404
Sortland	63 836 965	292 591	51 947	1 223	226 693	10 258	2 469
Sotra	75 060 773	359 542	51 720	1 472	292 796	10 945	2 608

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2019 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
Stange	33 348 327	149 599	29 927	1 260	112 995	4 471	945
Stathelle	63 262 482	307 604	41 685	1 785	254 784	7 549	1 801
Stavanger	451 617 272	2 204 156	227 767	10 835	1 857 825	90 549	17 180
Herbarium	49 644 138	227 267	23 187	1 565	190 408	10 047	2 060
Hillevåg	122 585 517	622 435	60 716	2 721	533 483	21 225	4 290
Hinna	43 866 020	218 423	17 375	830	187 934	10 384	1 900
Madla	116 546 918	580 056	55 559	2 945	495 325	21 698	4 528
Verksgata	118 974 679	555 975	70 929	2 775	450 675	27 195	4 402
Steigen	12 237 794	55 101	10 899	289	41 495	2 074	344
Steinkjer	94 525 206	397 456	91 284	2 404	289 236	12 250	2 282
Stjørdal	77 095 793	341 700	70 407	1 768	251 055	16 540	1 930
Stokmarknes	26 847 530	127 001	21 347	574	99 931	3 939	1 210
Stord	67 101 499	332 037	43 998	1 306	274 884	9 752	2 097
Storslett	25 842 256	111 955	23 746	429	82 903	4 064	813
Storsteinnes	16 358 339	70 737	15 492	218	51 253	3 321	453
Stranda	14 512 351	68 210	10 856	216	54 219	2 619	302
Stryn	30 956 277	136 991	24 340	640	103 536	7 059	1 416
Støren	23 474 618	95 235	24 822	392	66 308	3 171	541
Sund	10 574 577	47 897	9 427	171	36 756	1 317	227
Sunnalsøra	36 199 345	161 631	30 451	966	123 943	5 268	1 003
Surnadal	25 719 901	111 085	24 553	852	79 710	4 636	1 334
Svelvik	18 633 468	88 119	14 127	806	70 321	2 285	579
Svolvær	54 079 560	248 220	38 967	1 073	198 378	8 103	1 699
Sykkylven	19 440 700	91 338	14 813	329	72 419	3 265	512
Søgne	47 302 454	241 392	28 424	1 182	204 583	5 532	1 671
Sørumsand	24 088 948	110 517	18 275	714	85 578	5 106	845
Tromsø	368 608 232	1 720 949	224 247	6 413	1 393 213	85 886	11 189
Tromsdalen	91 464 454	433 106	59 294	1 312	354 149	15 785	2 567
Langnes	172 459 463	806 955	101 493	2 896	651 174	46 309	5 082
Tromsø sentrum	104 684 315	480 888	63 460	2 205	387 890	23 793	3 541
Trondheim	763 352 178	3 504 098	505 820	21 615	2 770 176	183 137	23 350
Bankkvartalet	82 711 888	367 919	56 101	2 185	260 076	46 430	3 126
Byhaven	71 053 284	320 639	54 464	2 266	249 790	11 481	2 638
Byåsen	71 626 865	341 385	40 120	2 123	279 165	17 193	2 782
City Syd	115 527 522	528 114	89 938	3 065	404 838	27 390	2 883
Heimdal	50 699 846	234 656	42 224	1 292	181 087	8 825	1 227
Lade	126 587 054	600 507	81 217	3 927	487 487	24 423	3 453
Nedre Elvehavn	85 106 854	389 334	53 095	1 857	314 968	16 608	2 806
Valentinlyst	160 038 866	721 545	88 660	4 899	592 765	30 785	4 436
Trysil	32 253 697	134 232	26 851	901	99 610	5 676	1 194
Tvedestrand	41 818 178	211 848	25 501	1 183	179 258	4 324	1 582
Tynset	35 348 520	153 495	33 548	815	113 357	4 862	913
Tysnes	8 473 788	40 713	6 644	132	32 980	773	184

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2019 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
Tønsberg	114 158 139	547 011	62 785	3 635	458 925	17 634	4 032
Ulefoss	12 145 328	56 405	11 237	388	43 246	1 340	194
Ullensaker	124 125 884	569 157	91 710	3 347	446 447	23 204	4 449
Jessheim	78 515 194	359 252	58 063	1 968	281 715	14 360	3 145
Kløfta	45 610 690	209 905	33 647	1 379	164 732	8 844	1 303
Ulsteinvik	43 730 544	197 921	34 188	984	153 311	7 607	1 830
Vadsø	23 155 193	106 979	17 367	416	82 909	5 296	991
Vanylven	5 166 363	23 459	4 927	124	17 565	732	111
Vardø	7 037 912	29 340	7 120	133	21 045	914	128
Vennesla	26 486 426	129 355	22 570	403	101 916	3 782	684
Verdal	37 878 677	159 052	39 328	956	112 179	5 821	768
Vestby	73 351 923	354 740	42 425	2 002	296 535	11 119	2 659
Son	22 061 848	108 181	10 095	569	94 208	2 564	746
Vestby	51 290 075	246 559	32 331	1 433	202 327	8 555	1 913
Vestnes	18 908 688	84 630	16 548	338	61 625	5 368	752
Vik i Hole	20 599 118	101 989	12 872	564	85 244	2 641	669
Vik i Sogn	6 311 349	29 310	5 741	101	21 075	2 298	94
Vikersund	38 439 822	175 448	32 667	1 595	135 249	4 801	1 136
Vinje	16 578 507	73 338	14 758	432	55 445	2 341	362
Vinstra	34 935 504	148 637	33 095	998	109 960	3 739	844
Volda	28 451 908	136 345	20 982	653	107 416	6 261	1 033
Voss	67 085 176	316 542	45 232	1 470	256 773	10 997	2 068
Vågå	12 741 214	54 116	11 326	242	40 268	2 008	272
Ytre Enebakk	18 905 812	89 369	14 325	700	70 933	2 846	564
Ølen	19 781 519	88 031	19 805	273	65 248	2 304	401
Ørnes	23 452 803	104 247	21 162	417	76 392	5 344	933
Ørsta	31 559 775	149 534	24 218	479	117 023	6 878	936
Øyer	34 693 669	159 090	22 981	669	129 878	4 447	1 115
Åfjord	14 836 589	62 442	15 215	302	45 013	1 543	368
Ål	14 765 567	69 298	10 231	366	56 417	1 673	612
Ålesund	226 632 194	1 064 540	146 488	5 355	864 258	42 182	6 257
Moa	151 279 238	715 783	94 475	3 538	581 617	32 035	4 117
Ålesund sentrum	75 352 956	348 757	52 013	1 817	282 640	10 147	2 140
Ålgård	45 022 712	219 232	30 104	853	177 766	9 021	1 489
Åndalsnes	25 728 782	120 460	20 076	696	94 068	4 757	864
Årdal	17 087 419	75 691	14 796	290	57 177	3 028	400
Årnes	38 452 061	169 909	33 222	1 333	129 157	4 505	1 692
Ås	122 184 458	589 769	68 317	3 425	492 876	20 575	4 575
Vinterbro	89 550 718	432 855	49 018	2 380	364 518	13 733	3 207
Ås sentrum	32 633 740	156 914	19 299	1 046	128 358	6 842	1 369
TOTALSUM	17 868 580 727	82 591 243	11 409 259	477 581	67 160 813	2 947 784	595 806

TABELL 7a Grossistenes markedsandel 2019, totalt salg, 1000 liter

Grossist	2109	Andel
Arcus Wine Brands	4 795	5,8 %
Arcus Norway AS	3 493	4,2 %
Pernod Ricard Norway AS	3 027	3,7 %
Einar A Engelstad AS	2 958	3,6 %
Symposium Wines AS	2 855	3,5 %
Fondberg AS	2 767	3,4 %
Robert Prizelius AS	2 728	3,3 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 064	2,5 %
Excellars AS	1 961	2,4 %
Concha y Toro Norway AS	1 854	2,2 %
Winery AS	1 690	2,0 %
Grape Company AS	1 666	2,0 %
Interbrands Norway AS	1 656	2,0 %
Moestue Grape Selections AS	1 638	2,0 %
Best Cellars AS	1 605	1,9 %
Andre grossister	45 833	55,5 %
TOTALT	82 592	100,0 %

TABELL 7b Grossistenes markedsandel 2019, brennevin¹, 1000 liter

Grossist	2109	Andel
Arcus Norway AS	3 455	30,3 %
Diageo Norway AS	1 578	13,8 %
Robert Prizelius AS	1 013	8,9 %
Pernod Ricard Norway AS	863	7,6 %
Altia Norway AS	798	7,0 %
Edrington Norway AS	371	3,3 %
Bacardi Norge AS	356	3,1 %
Vectura AS	283	2,5 %
Oplandske Spritfabrik ANS	281	2,5 %
Interbev AS	259	2,3 %
Wiig Spirits AS	196	1,7 %
Engelstad Spirits AS	194	1,7 %
Interbrands Spirits Norway AS	192	1,7 %
Spivi AS	122	1,1 %
Vinetum AS	116	1,0 %
Andre grossister	1 333	11,7 %
TOTALT	11 409	100,0 %

TABELL 7c Grossistenes markedsandel 2019, svakvin³, 1000 liter

Grossist	2109	Andel
Arcus Wine Brands	4 795	7,1 %
Einar A Engelstad AS	2 948	4,4 %
Symposium Wines AS	2 855	4,3 %
Fondberg AS	2 732	4,1 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 064	3,1 %
Pernod Ricard Norway AS	2 029	3,0 %
Excellars AS	1 915	2,9 %
Concha y Toro Norway AS	1 854	2,8 %
Winery AS	1 690	2,5 %
Robert Prizelius AS	1 686	2,5 %
Grape Company AS	1 666	2,5 %
Interbrands Norway AS	1 655	2,5 %
Best Cellars AS	1 604	2,4 %
Moestue Grape Selections AS	1 595	2,4 %
VCT Norway AS	1 582	2,4 %
Andre grossister	34 490	51,4 %
TOTALT	67 161	100,0 %

Nøkkeltall

Salg i 1 000 liter	2019	2018	2017	2016
Svakvin	67 161	66 985	65 744	66 402
Sterkvin	478	480	500	522
Brennevin	11 409	11 222	11 208	11 306
Øl *)	2 948	2 767	3 228	3 074
Alkoholfritt *)	596	552		
*) Tidligere definert som «øvrige produkter»				
SUM	82 591	82 006	80 680	81 304
Inntekter og resultat millioner kroner				
Brutto salgsinntekter	17 879,8	17 326,3	16 785,8	16 573,0
Driftsinntekter	14 320,6	13 883,4	13 444,4	13 269,4
Driftsresultat	577,7	151,2	147,2	179,2
Resultat før skatt	601,4	168,1	167,1	199,4
Kapital				
Total kapital i millioner kroner	3 512,5	3 629,4	3 695,9	3 791,6
Egenkapital i millioner kroner	944,4	718,7	796,1	828,6
Egenkapitalandel i prosent	26,9	19,8	21,5	21,9
Lønnsomhet i prosent				
Bruttomargin ¹⁾	12,8	12,8	12,6	12,7
Resultatgrad ²⁾	4,2	1,2	1,2	1,5
Totalkapitalrentabilitet ³⁾	16,8	4,5	4,5	5,4
Egenkapitalrentabilitet ⁴⁾	69,1	21,7	24,8	30,9
Likviditet				
Likviditetsgrad i prosent ⁵⁾	149,8	159,1	159,1	151,6
Arbeidskapital i millioner kroner ⁶⁾	1 027,9	1 137,1	1 175,8	1 119,7
Personale				
Antall fast ansatte pr. 31.12.	1 862	1 847	1 815	1 812
Herav: Heltidsansatte	658	637	662	666
Deltidsansatte	1 204	1 210	1 153	1 146
Antall årsverk	1 159	1 158	1 143	1 152
Antall butikker pr. 31.12.	334	331	323	315

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

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

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

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

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

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

Key figures

Sales (1,000 liter)	2019	2018	2017	2016
Table wine	67 161	66 985	65 744	66 402
Fortified wine	478	480	500	522
Spirits	11 409	11 222	11 208	11 306
Beer *)	2 948	2 767	3 228	3 074
alcohol-free *)	596	552		
*) Formerly defined as «other products»				
TOTAL	82 591	82 006	80 680	81 304
Revenue and results (NOK mill)				
Gross sales revenue (incl VAT)	17 879,8	17 326,3	16 785,8	16 573,0
Operating revenues	14 320,6	13 883,4	13 444,4	13 269,4
Operating profit	577,7	151,2	147,2	179,2
Net profit before tax	601,4	168,1	167,1	199,4
Capital				
Assets (NOK mill)	3 512,5	3 629,4	3 695,9	3 791,6
Shareholder's equity (NOK mill)	944,4	718,7	796,1	828,6
Equity to assets ratio (%)	26,9	19,8	21,5	21,9
Profitability (%)				
Gross profit ratio ¹	12,8	12,8	12,6	12,7
Operating margin ²	4,2	1,2	1,2	1,5
Return on assets ³	16,8	4,5	4,5	5,4
Return on shareholder's equity ⁴	69,1	21,7	24,8	30,9
Liquidity				
Current ratio ⁵	149,8	159,1	159,1	151,6
Working capital (NOK mill) ⁶	1 027,9	1 137,1	1 175,8	1 119,7
Employees				
Total permanent employees at Dec 31	1 862	1 847	1 815	1 812
Of which: Full time	658	637	662	666
Part time	1 204	1 210	1 153	1 146
Equivalent full time employees	1 159	1 158	1 143	1 152
Retail outlets at Dec 31				
	334	331	323	315

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

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

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

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

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

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



2019 Highlights



82.6 million litres

Sales volume increased by 0.7% in 2019 from the year before. In pure alcohol this is an increase of 0.9%. The reason for the increase in pure alcohol compared to product litres could possibly be due to weather conditions, both in Norway and abroad.



2 571 993

Customers showed their ID without being asked in our stores. In total, we checked the age of 3.8 million customers, which is 10.8% of all customer interactions in 2019.

Six auctions

5 288 sales items
97% of items



KPMG's Customer Experience Excellence 2019

The survey shows that Norwegians trust Vinmonopolet and highly appreciate personal service and a smooth, problem free in store shopping experience.



Amfori member award winner of the category «Committment»

We "have shown a strong commitment towards positive and sustainable change to business and the environment"



334
stores



443
wholesalers



66 % women, 34 % men

1 862
employees



26 176
PRODUCTS AVAILABLE FROM 87 COUNTRIES

Sales Revenue

NOK 14 303 mill.

(INCLUDING ALCOHOL TAX, EXCLUDING VAT)



70%

SALES INCREASE OF
RECYCLABLE BOTTLES



22%

INCREASE IN ONLINE
SALES FROM 2018



26 inspections and social audits were conducted in risk countries in order to improve working conditions in our industry.

14 ethical trade training programs held for producers, subcontractors and local trade unions in Argentina, Chile, Italy, Mexico, South Africa and Cuba.



35,5%

OF WINE BOTTLES SOLD WERE
ENVIRONMENTALLY SMART



NOK 8,8 mill.

CONTRIBUTION PAID TO THE NORWEGIAN
RETAILERS' ENVIRONMENTAL FUND FROM
SALES OF OUR PLASTIC BAGS
(50 øre per bag)



Virke's Trade Award

Vinmonopolet won because of excellent customer service, product expertise and sustainability.



Kantar TNS Reputation Ranking

Vinmonopolet won for the 7th year in a row with a total of 96 points. That is an increase of 8 points from 2018 - the fourth best improvement of all companies involved.

36 945

HOURS OF EMPLOYEE TRAINING
COMPLETED



166

CUSTOMER WINE COURSES HELD
WITH 3988 PARTICIPANTS



15 years

AVERAGE TENURE



35,4 mill.

STORE CHECKOUTS



283 291

ONLINE ORDERS,
UP 22% FROM 2018



8%

SALES INCREASE FROM
ALCOHOL-FREE PRODUCTS



GRI Indeks

Del 10

GRI-indeks

OBLIGATORISKE INDIKATORER				
Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
102-1	Organisasjonsnavn	AS Vinmonopolet		
102-2	Aktiviteter, merkevarer, produkter og tjenester	Vinmonopolets rolle i samfunnet	s. 8–11	
102-3	Selskapets hovedkontor	Dronning Eufemias gate 11, 0150 OSLO Postboks 6953 St. Olavs plass, 0130 OSLO		
102-4	Plassering av driftssteder, leverandører og produsenter	Vinhandel i verdensklasse Her finner du oss	s.10–11	
102-5	Eierskap og juridisk informasjon	Vinmonopolet er et norsk aksjeselskap eid av staten ved Helse- og omsorgsdepartementet.		
102-6	Markeder med tilstedeværelse	Her finner du oss	s. 11	
102-7	Selskapets størrelse	2019 i korte trekk	s. 6–7	
102-8	Informasjon om ansatte og andre arbeidstakere	God og inkluderende arbeidsplass	s. 61–66	Tallene er hentet inn fra HR-systemet UWB Milestone per 31.12.19. Systemet gir kun tall på ansatte (inkl. vikarer og engasjement), ikke innleide, ekstrahjelper eller ansatte i permisjon. Vi har heller ikke mulighet til å ta ut informasjon fordelt på fast eller midlertidig kontrakt.
102-9	Leverandørkjede	Anstendig arbeid i leverandørkjeden	s. 56–60	
102-10	Vesentlige endringer i størrelse, struktur, eierskap eller leverandørkjede	Viktige hendelser i 2019	s. 12–18	
102-11	Forsiktighetsprinsipp eller -tilnærming	Vi følger amforis Code of Conduct, som bl.a. har referanser til UN Global Compact. Prinsipp 7 i Global Compact omhandler aktsomhetsprinsippet		amfori.org/content/code-of-conduct
102-12	Eksterne tiltak	amfori Code of Conduct, Stronger Together		
102-13	Medlemsskap av foreninger	amfori, Stronger Together, Handelens Miljøfond, Emballasjeforeningen, Stiftelsen Miljøfyrtårn, Sirkelglass		
102-14	Erklæring fra øverste beslutningstaker	Adm.dir. har ordet	s. 4	
102-16	Verdier, prinsipper, standarder, normer for adferd	Vinmonopolets rolle i samfunnet	s. 8–11	
102-18	Styringsstruktur	Organisasjonskart Ledergruppen Styret	s. 68 s. 69 s. 73	
102-40	Liste over interessentgrupper	Våre interessenter	s. 28	
102-41	Tariffavtaler	Fagforeninger i Vinmonopolet	s. 66	Alle ansatte er dekket av tariffavtaler og kollektive forhandlinger
102-42	Identifisering og valg av interessenter	Våre interessenter	s. 28	
102-43	Tilnærming til interessentengasjement	Våre interessenter Interessentdialog	s. 28 s. 29	
102-44	Nøkkelemner og bekymringer tatt opp	Interessentdialog	s. 29	

OBLIGATORISKE INDIKATORER

Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
102-45	Enheter som inngår i konsernregnskapet	Regnskap	s. 74–83	
102-46	Rapportinnhold og avgrensninger	Om denne rapporten	s. 3	
102-47	Liste over materielle temaer	Vesentlighetsanalyse	s. 30	
102-48	Gjentakelse av informasjon	<p>Graf for energibruk per m²-butikker på side 50 er vist som 130 for 2018, i 2019 rapporten. Ved 2018 rapport er tallet 117,3. Grunnen til dette er endret metodikk for utregning av energibruk. Tallene i årets rapport er resultat av utregning basert på ny metodikk, både for 2018 og 2019. Tall for 2017 er ikke utregnet på nytt.</p> <p>Graf for reiseomfang totalt i km på side 50 viser til ca 3.3 millioner km reist i 2018, i 2019 rapporten. Ved 2018 rapport er tallet ca 2.4 millioner. Grunnen til denne endringen er at vi nå har fått tilgang på tall relatert til studiereiser, som vi ikke hadde med i 2018 rapporten. Tallene i årets rapport inkluderer altså reiseomfang fra studiereiser for både 2018 og 2019. Tall for 2017 er ikke utregnet på nytt.</p>		
102-49	Endringer i rapportering	Om denne rapporten	s. 3	
102-50	Rapporteringsperiode	2019		
102-51	Dato for siste rapport	15.05.2019		
102-52	Rapporteringscyklus	Årlig		
102-53	Kontaktpunkt for spørsmål angående rapporten	sara.gronneberg.hauge@vinmonopolet.no		
102-54	Rapportering i samsvar med GRI Standards	Om denne rapporten	s. 3	
102-55	GRI-indeks	GRI-indeks	s. 89	
102-56	Ekstern revisjon	PwC – Revisors beretning	s. 86–87	

VALGFRIE INDIKATORER – VESENTLIGE TEMAER				
Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
Begrense skadevirkninger av alkohol				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Begrense skadevirkningene av alkohol	s. 32	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Begrense skadevirkningene av alkohol	s. 32	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Begrense skadevirkningene av alkohol	s. 32	
Egendef. indikator	Vi selger alkohol med ansvar	Vi selger alkohol med ansvar	s. 32–33	
Egendef. indikator	Vi legger til rette for et ansvarlig alkoholkonsum	Vi legger til rette for et ansvarlig alkoholkonsum	s. 35–36	
Produktsikkerhet				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Produktsikkerhet	s. 38	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Produktsikkerhet	s. 38	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Produktsikkerhet	s. 38	
416-1	Vurdering av helse- og sikkerhetspåvirkning fra våre varer og tjenester	Trygge produkter Utfordringer	s. 38 s. 39	
416-2	Brudd på regler og standarder for helse og sikkerhet for våre produkter og tjenester	Registrerte hendelser 2019 Reklamasjoner	s. 40	
417-1	Krav til produkt- og service-informasjon og merking	Presis informasjon og merking	s. 38	
417-2	Antall tilfeller av brudd på regelverk og frivillige retningslinjer knyttet til produktinformasjon	Registrerte hendelser 2019 Reklamasjoner	s. 40	
God forretningsetikk				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – God forretningsetikk	s. 42	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – God forretningsetikk	s. 42	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – God forretningsetikk	s. 42	
205-3	Bekreftede korrupsjonshendelser og iverksatte tiltak	Klager	s. 43	
206-1	Juridiske reaksjoner på antikompetitiv adferd, mistillit og monopolpraksis	Klager	s. 43	
Bærekraftig forbrukeradferd				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Bærekraftig forbrukeradferd	s. 46	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Bærekraftig forbrukeradferd	s. 46	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Bærekraftig forbrukeradferd	s. 46	
Egendef. indikator	Kundenes tilbakemeldinger på kundeservice, informasjon og produktutvalg	Kommer i rapport for 2020	s. 46	

VALGFRIE INDIKATORER – VESENTLIGE TEMAER

Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
Smarte miljø- og klimaløsninger				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Smarte miljø- og klimaløsninger	s. 48	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Smarte miljø- og klimaløsninger	s. 48	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Smarte miljø- og klimaløsninger	s. 48	
301-1	Materialer brukt (målt i vekt eller volum)	Klimaregnskap	s. 52–54	Kun mulig for oss å rapportere på 301-1 a).
302-1	Energiforbruk innad i organisasjonen	Graf over «energibruk per m2- butikker»	s. 50	
302-3	Energi-intensitet	Klimaregnskap	s. 52–54	
302-4	Reduksjon av energiforbruk	Klimaregnskap	s. 52–54	
305-1	Direkte klimagassutslipp (scope 1)	Klimaregnskap	s. 52–54	
305-2	Indirekte klimagassutslipp (scope 2)	Klimaregnskap	s. 52–54	
305-3	Andre indirekte klimagassutslipp (scope 3)	Klimaregnskap	s. 52–54	
305-5	Reduksjon av klimagassutslipp	Vårt klimagassutslipp	s. 54	
306-2	Avfallsmengde, fordelt på avfallsfraksjon og disponering av avfall	Klimaregnskap	s. 52–54	
Anstendig arbeid i leverandørkjeden				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Anstendig arbeid i leverandørkjeden	s. 56	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Anstendig arbeid i leverandørkjeden	s. 56	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Anstendig arbeid i leverandørkjeden	s. 56	
414-2	Negativ sosial påvirkning i leverandørkjeden og iverksatte tiltak	Oppfølging i 2019 Pre-assesments og revisjoner	s. 59	
FP2	Prosentandel av innkjøpt volum som er verifisert i samsvar med troverdige, internasjonalt anerkjente ansvarlige produksjonsstandarder	Sertifisert etisk	s. 59	
God og inkluderende arbeidsplass				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – God og inkluderende arbeidsplass	s. 62	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – God og inkluderende arbeidsplass	s. 62	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – God og inkluderende arbeidsplass	s. 62	
401-1	Nyansettelser og utskifting av personalet	Tabeller om nyansettelser og turnover	s. 66	
404-1	Gjennomsnittlig antall timer organisert opplæring per år per ansatt	Kompetanse og medarbeiderutvikling	s. 62–63	
404-2	Programmer for kompetanseutvikling og støtte til omstilling	Kompetanse og medarbeiderutvikling	s. 62–63	
405-1	Mangfold i styringsorganer og blant ansatte	Statistikk for antall ansatte, styret og ledere Inkludering og mangfold	s. 63 s. 65	

VINMONOPOLET

Har du spørsmål om denne rapporten, eller bærekraft generelt i Vinmonopolet,
kontakt Sara G. Hauge på sustainability@vinmonopolet.no

A/S VINMONOPOLET