



Års- og bærekraftsrapport 2022

A/s VINMONOPOLET



100 år, før og nå

I 2022 kunne Vinmonopolet markere 100 års eksistens. Hvem skulle tro at en sær og ganske så firkantet ordning faktisk har overlevd i 100 år, og til og med feirer jubileum på omdømmetoppen i Norge?

Vinmonopolets historie er også en historie om et Norge i utvikling, og vi mener det er viktig å kaste et blikk bakover i denne årsrapporten. På tampen av 2022 vedtok Vinmonopolet en ny strategi, og årsrapporten har derfor også rettet blikket fremover. Vinmonopolet skal bli ønsket av alle. Årsrapporten gir deg svar på hvordan vi skal komme dit, og hvordan en til tider misliket virksomhet har klart å bli folkets favoritt.

Om rapporten

Års- og bærekraftsrapporten er laget i henhold til Global Reporting Initiative (GRI). Basert på vår oppdaterte vesentlighetsanalyse har vi valgt ut 51 indikatorer vi rapporterer på. Vi har også tatt med tre egendefinerte indikatorer for å få en så presis rapport som mulig. Rapporten er laget etter GRI 2021 standarden og innholdet er attestert med moderat sikkerhet av PwC. I tabellen GRI Indeks bakerst i rapporten finner du en oversikt over alle GRI-indikatorne, med henvisninger til hvor i rapporten eller på hvilke nettsider du finner informasjon om dem. Årets rapport er historisk og markerer Vinmonopolets 100-årsjubileum. Vi ønsket derfor å trykke den, men av klimahensyn bare i et svært begrenset opplag.

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

vinmonopolet.no
kundesenter@vinmonopolet.no

DESIGN
Spoon Agency

TRYKK
Kai Hansen Trykkeri

OPPLAG
500

ILLUSTRASJONER
Bjørn Brochmann og Magnus Line

FOTO
Vinmonopolets arkiv (side 7, 12, 13, 14,
15, 19, 27, 29, 73, 75, 101)

Glenn Røkeberg (side 9, 26)

Ellen Jarli (side 10, 80, 81)

Jarle Hvidsten (side 18, 40, 48, 49, 50, 70, 72)

Nyebilder.no (side 10)

Oslo Museum (side 12)

NTB (side 16, 21)

Juuso Paloniemi (side 31, 38, 67)

Tommy Andresen (side 44, 45)

Adele Payman, Unsplash (side 47)

Trent Erwin, Unsplash (side 54)

Bertrand Bouchez, Unsplash (side 56)

Jonx Pillemer (side 61, 64, 66)

Innhold

DEL 1

Om oss

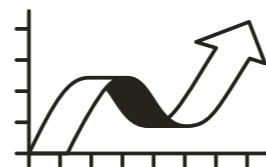
Administerende direktør har ordet	8
Jubileumsåret 2022	10
Vår historie	12
Samfunnsutvikling og salgstell	16
Nedgang i salget etter pandemien	18
Trender	19
Vi orienterer oss lokalt og handler globalt	20
Her finner du oss	21
Viktige hendelser i 2022	22
Ny strategi	24
Vinmonopolets ledelse	26



DEL 2

Bærekraft

Foregangsvirksomhet på bærekraft	30	Alkohol og samfunn	40
→ Vår vesentlighetsanalyse	32	God og inkluderende arbeidsplass	48
→ Våre bærekraftsmål	34	God forretningsetikk	52
→ Våre interessenter	36	Anstendig arbeid	54
→ Våre samarbeidspartnere	38	Smarte miljø- og klimaløsninger	60
		Bærekraftig forbrukeradfærd	72



DEL 3

Årsregnskap og styrets beretning

Årsberetning	78
Styret	82
Årsregnskap	84
Noter	88



DEL 4

Vedlegg

In English	104
Mål og resultater	106
GRI-indeks	108
Styrende dokumenter	115
Salget i 2022	116

Dette er Vinmonopolet

Hensikten med Vinmonopolet er å begrense skadevirkningene av alkohol i samfunnet.

Vinmonopolet har enerett på salg av brennevin, vin og sterkøl til forbrukere og er et heleid, statlig aksjeselskap underlagt Helse- og omsorgsdepartementet. Gjennom ansvarlig salg, begrenset tilgjengelighet og fravær av markedsføring bidrar Vinmonopolet til at alkoholkonsumet i Norge er lavere enn det ellers ville vært.

Lavere alkoholkonsum

Ifølge tall fra Verdens helseorganisasjon (WHO) er gjennomsnittlig alkoholkonsum for nordmenn over 15 år 7,5 liter ren alkohol per år, mens det i et land som Danmark er 10,4 liter årlig per innbygger over 15 år. Gjennomsnittet i Europa er 9,8 liter, ifølge WHO Global Status Report on Alcohol and Health (2018). Dette viser at norsk alkoholpolitikk og vinmonopolordningen fungerer etter hensikten.

Bidrar til god drikkekultur

Vinmonopolet har gjennom sin 100-årig historie gradvis påvirket den norske drikkekulturen, og i dag er nordmenn i økende grad opptatt av drikke til mat, smak og det faglige og kulturelle rundt alkoholholdige drikke. Nordmenn oppsøker også stadig oftere Vinmonopolet for å finne alkoholfri drikke som også er faglig spennende og kobles godt til mat.

Ansværlig salg

Vinmonopolet er underlagt alkoholreklameforbud, har ingen salgskampanjer og oppfordrer ikke til mersalg. Hvis du ser for deg en handleopplevelse på polet, så ser du nepper for deg store plakater med salgskampanjer eller ansatte som prøver å selge deg mer enn du trenger. Vi er opptatt av smak, service og fag – ikke høyest mulig salg og inntjening. Dette, sammen med å hindre salg av alkohol til mindreårige og folk som er beruset, er det viktigste med Vinmonopolet.

Statens eierskap og rolle

Samtidig er det helt grunnleggende at Vinmonopolet drives effektivt og lønnsomt. Driften av Vinmonopolet reguleres gjennom et årlig oppdragsbrev fra Helse- og omsorgsdepartementet, der overskuddsandelen til staten fastsettes. Over tid har overskuddsandelen de fleste årene vært 50 prosent av resultat etter skatt. Overskuddsandelen for 2021 var 80 prosent av resultat etter skatt. For 2022 vil 50 prosent av resultatet utbetales i overskuddsandel til staten, totalt 127 millioner kroner.

Generelt utgjør alkoholavgiften 52 prosent av salgsprisen på en vanlig flaske vin med 13 prosent alkohol. Vinmonopolets avanse utgjør 12–13 prosent. Vinmonopolet har en transparent og lav avanse med et makstak på 110 kroner per flaske. Alkoholavgiften regnes ut fra alkoholinholdet. Derfor blir dyrere vin forholdsmessig rimelig i Norge og brennevin forholdsmessig dyrt.

Avhengig av folks støtte

For å opprettholde vinmonopolordningen er det avgjørende at folk er fornøyd med Vinmonopolet. Derfor er et høyt service- og kunnskapsnivå blant våre ansatte, et bredt og relevant utvalg av produkter og veldrevne butikker med relativt god tilgjengelighet svært viktig for oss. Samtidig som vi jobber for å begrense skadevirkningene av alkohol, er vårt viktigste mandat å skape gode handleopplevelser for alle som er på polet. Vinmonopolet har 2 014 ansatte som hver dag jobber i tråd med samfunnsoppdraget og målet om å være en faghandel i verdensklasse.

Bredt vareutvalg

Vinmonopolets vareutvalg er blant verdens største. Gjennom monopolordningen sikrer vi et vareutvalg som møter ulike preferanser både når det gjelder

smak, stil, pris og andre variabler. Vi ønsker å ha verdens beste sortiment, med stor grad av mangfold.

Butikkene våre

Våre butikker er delt inn i seks kategorier og utvalget i hver butikk varierer fra cirka 200 produkter i de minste kategori 1-butikkene til over 4 000 produkter i de største kategori 6-butikkene. Hele Vinmonopolets vareutvalg er imidlertid tilgjengelig for bestilling og henting på hvilket som helst pol. Dermed har alle i Norge lik tilgang til om lag 35 000 produkter. Vi har også 22 spesialbutikker for vin, øl og/eller brennevin. Spesialbutikkene lanserer og fører internasjonalt ettertraktede kvalitetsprodukter i tillegg til Vinmonopolets ordinære sortiment.

Regulert tilgjengelighet

Regulert tilgjengelighet er et viktig instrument i norsk alkoholpolitikk, og Vinmonopolets åpningstider fastsettes av Stortinget. Alkoholforskning viser at begrenset tilgjengelighet er et effektivt virkemiddel for å begrense alkoholskader i samfunnet. Vinmonopolet kan holde åpent fra 09.00 til 18.00 på hverdager og fra 09.00 til 16.00 på lørdager. Vi er stengt alle helligdager, samt på 17. mai og julaften. Blant våre 344 butikker varierer åpningstid og utvalg ut fra lokal etterspørsel og handlemønstre. Det er en forutsetning for driften at hvert pol skal dekke sine egne kostnader, og enkelte butikker er av den grunn åpne bare når kundene gjerne handler, det vil si mot helgen.

↓ Nøkkeltall 2022



ANTALL BUTIKKER

344

Vi åpnet 5 nye butikker.



ANTALL ÅRSVERK

1 236

63 færre enn i 2021.



ANTALL PRODUKTER

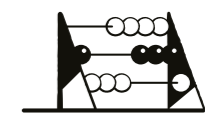
34 406

4 033 flere enn i 2021.

ANTALL GROSSISTER

719

50 flere enn i 2021.



DRIFTSRESULTAT (NOK)

288 mill.

Nedgang på 54 % sammenlignet med 2021.

LITER SOLGT (MILLIONER)

97,3

Nedgang på 18 % sammenlignet med 2021.

ALDERSKONTROLL

96,35 %

Fremgang på 3,12 % i forhold til 2021.

KLIMAUTSLIPP (TONN CO₂)

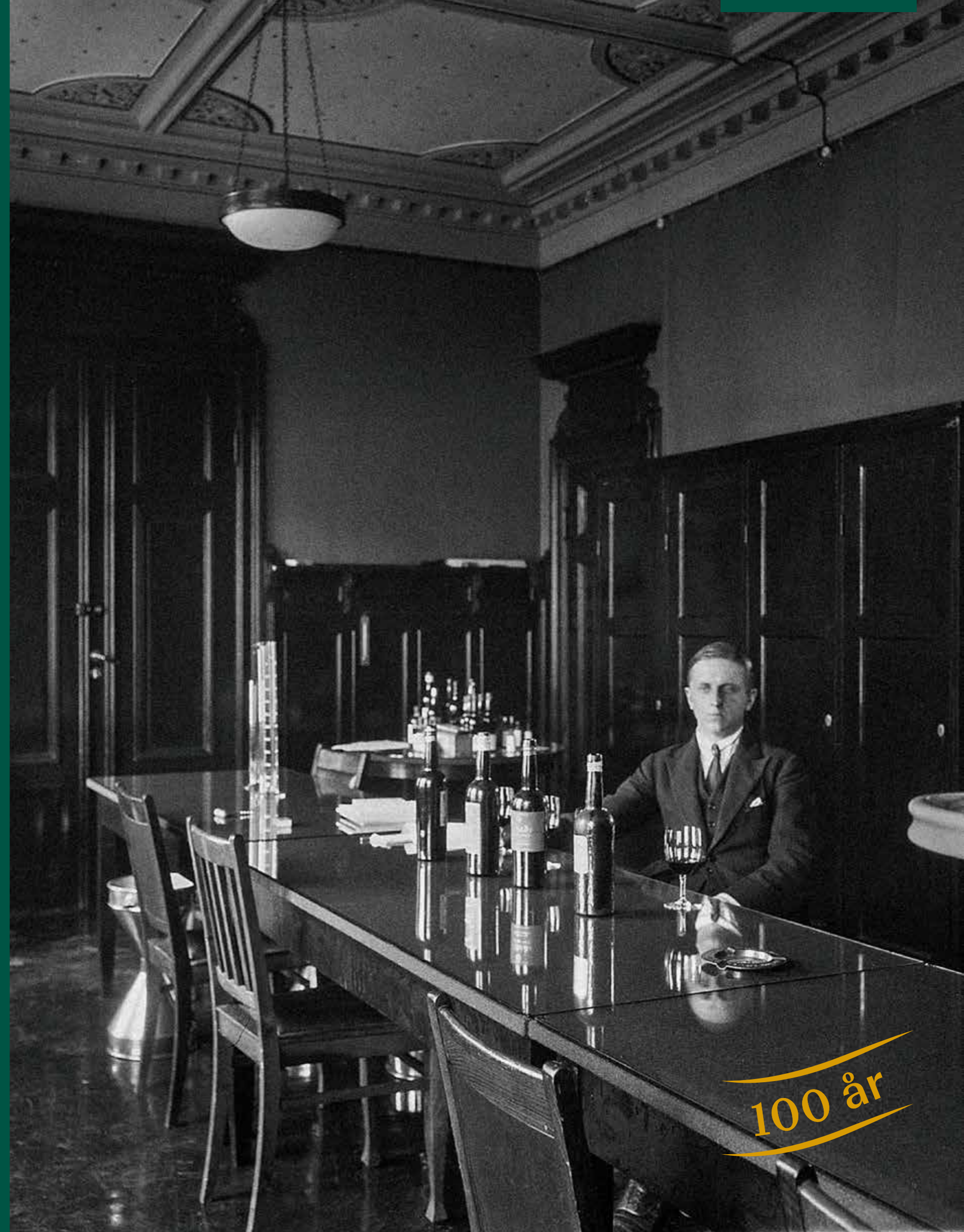
152 264

Nedgang på 17,2 % i forhold til 2021

DEL 1

Om oss

Adm. direktør har ordet	8
Jubileumsåret 2022	10
Vår historie	12
Salg og trender	18
Våre salgskanaler	20
Viktige hendelser i 2022	22
Ny strategi	24
Vinmonopolets ledergruppe	26



100 år

ADMINISTRERENDE DIREKTØR HAR ORDET

Klare for hundre nye år!

I 2022 markerte vi Vinmonopolets 100-årsjubileum. Det var også året der vi kom tilbake etter en pandemi. På tampen av året vedtok vi en ny strategi som rigger oss godt for fremtiden.

En annerledes butikk

Alkohol er en annerledes vare, og Vinmonopolet er en annerledes butikk. Vi som forvalter dette oppdraget, må hele tiden være bevisst den alkoholpolitiske begrunnelsen for hvorfor vi er til. Dette var et viktig mål for markeringen av Vinmonopolets 100-årsjubileum: Vi ønsket å synliggjøre Vinmonopolets viktige samfunnsoppdrag og hvordan organisasjonen har evnet å justere seg i takt med folks endrede forventninger og behov.

Vinmonopolet ble opprettet i 1922 for å sikre handel med vinlandene i Europa, ikke for å begrense det norske alkoholkonsumet, slik mange tror. Å begrense skadevirkningene av alkohol har likevel vært kjernen i Vinmonopolets virksomhet gjennom hele historien. Vinmonopolet har vært med på å påvirke den norske drikkekulturen gjennom vektlegging av mat og drikke i kombinasjon, ansvarlig salg, begrenset tilgjengelighet og vektlegging av det faglige rundt varene vi selger.

Økt interesse for alkoholfritt

I jubileumsåret kunne vi med glede konstatere at interessen for alkoholfritt fortsetter å øke. De fem siste årene har salget av alkoholfritt på Polet doblet seg, og bare i 2022 økte salget med 12 prosent i forhold til året før. Vi har jobbet bevisst med å møte den økende helsetrenden i befolkningen, både med utvalget av alkoholfrie varer og utvikling av fagkompetanse på alkoholfri drikke til ulike anledninger.

Vi ser også at stadig flere nordmenn mener Vinmonopolet bidrar til å begrense nordmenns alkoholkonsum. I en undersøkelse foretatt av Opinion mente 53 prosent dette i 2022, opp 5 prosent i forhold til året før. Dette er svært gledelig.

Rekordresultater på alderskontroll

Gledelig er det også at vi i 2022 oppnådde rekordresultater på alderskontroll. Etter to krevende år med stor kundetilstrømming og bruk av munnbind ga tiltak for å snu en nedadgående trend gode resultater. Vår interne måling viser at Vinmonopolets medarbeidere i 2022 spurte 96,5 prosent av kundene under 25 år om legitimasjon. Dette er over målet og en forbedring på 3,21 prosent fra året før.

Pandemi-omstilling

Ved starten av 2022, håpet og trodde de fleste at vi hadde lagt pandemien bak oss. Det viste seg likevel at årets første måneder skulle dreie seg mye om pandemihåndtering. All honnør til våre fantastiske medarbeidere som omstilte seg gang på gang gjennom pandemien. Dette viser at vi har evne til å justere oss etter endringer rundt oss. Organisasjonen tålte økt omsetning, med alt det innebærer av kundeveiledning og varehåndtering, på over 40 prosent under korona. I 2022 gikk omsetningen gradvis nedover, i takt med økt grensehandel og taxfreesalg. Selv om alle restriksjoner og reiseforbud ble lagt bort i 2022, gikk ikke nordmenns reisevaner helt tilbake til før pandemien. Omsetningen i 2022 endte 18 prosent over siste «normalår» i 2019 og 18 prosent under pandemiåret 2021.

Begrense og begeistre

Samtidig som Vinmonopolet skal begrense salget, er alkohol en lovlig vare i Norge, og vi skal selge den. Vi skal altså både begrense salget og begeistre og skape inspirerende opplevelser for kundene våre. I 2022 vedtok Vinmonopolets styre en ny strategi. Den nye

strategien har en ambisiøs visjon – å bli ønsket av alle. For at et monopol skal ha politisk støtte over tid, må det ha oppslutning i befolkningen. Da må folk flest være så fornøyd med vinmonopolordningen at de aksepterer den begrensningen monopolene innebærer i tilgangen på alkohol. Utvikler vi oss slik at vi blir ansvarlige uten å være ønsket – eller ønsket uten å være ansvarlige – så truer det vinmonopolordningen på hvert sitt vis.

Bli ønsket av alle

Visjonen vår, å bli ønsket av alle, skal bidra til å løfte samfunnsoppdraget vårt videre inn i en ny tid – hvor endringene skjer raskere enn noen gang tidligere. Teknologi og digitalisering skaper endring i kunders adferd og forventninger, ikke bare når det gjelder hvordan de handler – men også hvordan de innhenter og deler informasjon. Vi ønsker å løfte kvaliteten på kundemøtet og den varefaglige rådgivningen i butikk inn i digitale kanaler, sånn at kundene opplever å møte den samme kvaliteten uansett kanal. I 2022 gjennomførte vi noen viktige tiltak som rigger oss for fremtiden: Vi utviklet et mer effektivt digitalt system for kundeordrer. Vi så på hvordan vi best kan disponere arealene i butikkene våre for å gjøre henting av bestilte varer mest mulig effektivt. Vi begynte å prøve ut selvbetjente kasser, slik annen handel har holdt på med en stund, og resultatene fra dette så langt er svært positive. Noe mer usikkerhet er det rundt selvbetjening på mobil, der vi har prøvd ut en løsning der kunden gjør hele handelen på egen hånd, bare ved bruk av Vinmonopolets app. Så langt ser det ut som markedet ikke er helt modent for dette, så vi forsetter utprøvingen. I vår nye strategi skal vi bruke teknologi der det gir verdi. Det er kunden og forbrukeren som skal lede an i utviklingen av Vinmonopolet.

Faghandel i verdensklasse

Stadig flere går på vinsmakinger, leser eller lytter om mat og drikke og oppdaterer seg på vinmonopolet.no eller andre nettsteder før de oppsøker våre butikker. Stadig flere samler på vin, lager drinker og cocktails hjemme, og ønsker å gjenspeile restaurantopplevelser på hjemmebane. Samtidig ser vi en ny generasjon med unge kunder som har like høye krav til kvalitet og utvalg, men helt andre preferanser enn sine foreldre. Produktene skal være lysere og lettere og mer «naturlige», og de unge forventer enda mer av oss når det kommer til sporbarhet, opprinnelse, miljø og etisk handel.

ADM. DIREKTØR



Vi ser en ny generasjon unge kunder som har like høye krav til kvalitet og utvalg, men helt andre krav enn sine foreldre. Produktene skal være lysere og lettere og mer «naturlige», og de unge forventer enda mer av oss når det kommer til sporbarhet, opprinnelse, miljø og etisk handel.

Foregangsvirksomhet på bærekraft

Skal det gi mening å snakke om Vinmonopolet de neste hundre årene, må klodens fremtid sikres, og i vår bransje ser vi noen konkrete utslag på nært hold. For eksempel gjør temperaturendringene at klassiske vinområder og druetypeer kan bli uegnet for druedyrkning om få år. For å oppnå de endringene Vinmonopolet har satt seg som mål, er det viktig at vi får med oss hele bransjen, både i Norge og internasjonalt. Ansvarliggjøring av alle aktørene i verdikjeden er viktig for å få til reduksjon i klimagassutslipp og for å sikre anstendig arbeid og menneskerettigheter. Dette vil vi jobbe mer med, i tråd med vår nye strategi der ambisjonen er å være en foregangsvirksomhet på bærekraft.

Rå på fag, best sammen som lag

For at vi skal nå målene om faghandel i verdensklasse og foregangsvirksomhet på bærekraft, må vi ha en sterk organisasjon. Medarbeiderne er vår viktigste ressurs, og den nye strategien inneholder en betydelig satsing på kompetansebygging og utvikling av arbeidsplassen vår. Vi skal sørge for å hegne om det aller viktigste: Engasjerte og dedikerte polansatte som har samfunnsoppdraget i ryggmargen og leverer Norges beste kundeservice hver eneste dag.

Lykkes vi med det, håper vi på hundre nye år!

Elisabeth Hunter
Adm. direktør



JUBILEUMSÅRET 2022

1

Alkoholpolitisk symposium

26. oktober samlet vi rundt 200 gjester til symposium med hovedtemaet Vinmonopolets rolle som alkoholpolitisk virkemiddel. På programmet var blant annet en samtale om norsk alkoholpolitikk mellom Helse- og omsorgsminister Ingvild Kjerkol, helsedirektør Bjørn Guldvog, direktør i Folkehelseinstituttet Knut-Inge Klepp og leder i Actis, Inger-Lise Hansen. Regjeringsadvokat Fredrik Sejersted, politisk kommentator Fritjof Jacobsen, vinjournalist Merete Bø og partner i Opinion Ole Petter Nyhaug snakket om hvordan Vinmonopolet bør tilpasse seg for å møte juridiske, politiske, markedsmessige eller teknologiske endringer i samfunnet.

2

Hundreårsfest i Oslo Spektrum

Vi samlet alle ansatte til en internmarkering gjennom to arrangementer i Oslo Spektrum 3. og 5. november. Samlingen måtte gjennomføres i to omganger for å kunne få med oss alle medarbeidere og unngå å måtte stenge butikker. Programmet var bygget rundt Vinmonopolet 100 år, med faglige innslag knyttet til samfunnsoppdraget og Vinmonopolets rolle gjennom historien.

Vinmonopolet skal være en god arbeidsplass med faglig sterke og engasjerte medarbeidere. 100-årsmarkeringen ga oss en historisk anledning til å belyse vår historie og styrke stoltheten og kulturen vår internt.

3

Jubileumsbok

Historien ble dokumentert i boken *Børst og katedral* utgitt på Forlaget Press i jubileumsmåneden. Boken er skrevet av historiker Olav Hamran. Den starter med avholdskamp og vinhandlerbransjen på 1800-tallet og tar leseren videre gjennom forbudstid, handleskriser, verdenskrig, interne stridigheter før utviklingen av det moderne Vinmonopolet starter i midten av 1990-årene.

4

Podkast

I en podkast med 24 episoder samtaler tre av våre dyktige medarbeidere om Vinmonopolets historie. Som i boken drar den lytteren gjennom historien, ispedd kuriositeter og med gjester i enkelte episoder. Podkasten ble en av våre aller mest populære i 2022.

5

Filmer

For å dele mer om vår spennende historie lagde vi en rekke historiske filmer. Filmene ble klippet sammen fra et svært godt bilde- og videoarkiv. Filmene gir et innblikk i hva som har vært med på å forme Vinmonopolets historie, og noen av de store endringene vi har vært en del av. Vi benyttet også Instagram til å dele alle de gode historiske bildene.

6

Medieomtale

Vi fikk betydelig redaksjonell omtale om Vinmonopolets historie og samfunnsoppdrag gjennom jubileumsåret. Vinmonopolets 100-årsjubileum ble omtalt 412 ganger i norske medier. Omtalen er fordelt på papir, nett, radio og TV i hele landet.



Vinmonopolets styreleder Åsne Havnelid, helse- og omsorgsminister Ingvild Kjerkol og adm. direktør i Vinmonopolet Elisabeth Hunter.



Det var stor oppslutning rundt jubileet blant Vinmonopolets medarbeidere.



Vinmonopolets jubileumsbok er skrevet av historiker Olav Hamran.



Filmene er tilgjengelige på vinmonopolet.no og i våre sosiale mediekkanaler.

Vår historie

Vinmonopolet ble opprettet for å sikre handel med vinlandene i Europa. Å begrense skadevirkningene av alkohol har likevel vært kjernen i Vinmonopolets virksomhet helt siden etableringen 30. november 1922.

Høyt konsum på 1800-tallet

Historien om Vinmonopolet kan nesten trekkes tilbake til unionen med Danmark. Under dansketiden var det strenge restriksjoner knyttet til produksjon og salg av alkohol. Da unionen ble oppløst i 1814, ble alkoholavgiftene nedsatt og reglene for brennevinsproduksjon liberalisert. Dette, sammen med tekniske fremskritt i produksjonssektoren, var med på å øke brennevinsforbruket. Det toppet seg rundt 1830–1840. Da drakk hver voksen innbygger i gjennomsnitt om lag 13 liter ren alkohol i året i form av brennevin. Det var mest menn som drakk alkohol.

Arbeiderklassen i byene drakk brennevin og øl. Og de store drikkedagene var lørdag og mandag. På lørdager ble det utbetalt lønn, og på mandager skulle man drikke for å herdes til en hard arbeidsuke – herav navnet blåmandag. Overklassen og middelklassen spyttet heller ikke i glasset. De samlet seg gjerne i «selskabelige foreninger» der de sang og diskuterte.



Avholdsbevegelsen

Det økende misbruket styrket avholdsbevegelsen, der også arbeiderbevegelsen og kirkelige miljøer ble sentrale. I 1871 ble det aller første samlaget etablert. Samlaget var et kommunalt kontrollert brennevinsutsalg der overskuddet gikk til «allmennyttig arbeid».

I 1913 var salg av vin og brennevin kun tillatt i de største byene og noen få kommuner på Østlandet. I 1916 ble det forbud mot vin og brennevin. Dette var støttet av befolkningen, blant annet

som følge at det var matmangel under første verdenskrig. Korn og poteter skulle brukes til matproduksjon. Da krigen var over, var det folkeavstemning om hvorvidt brennevinsforbudet skulle opprettholdes. I 1919 gikk nordmenn til urnene, og avholdsfolket vant med hele 61,6 prosent av stemmene.

Etableringen av Vinmonopolet i 1922

Å opprettholde et forbud var et dårlig handelspolitisk trekk. Norge var avhengig av å eksportere en rekke varer til land som Frankrike, Portugal og Spania. Disse landene truet med handelsboikott dersom Norge innførte restriksjoner på alkoholsalget. Spesielt var Portugal og Spania viktige markeder for norsk klippfisk. Importen var også viktig for å kunne opprettholde gode handelsavtaler i forbindelse med skipsfart, maskinindustri og treforedling.

Etter harde forhandlinger med Frankrike ble man enige om en løsning der nordmenn kunne bestille vin direkte fra et sentralt monopol. 30. november 1922 opprettes Vinmonopolet. Formålet var altså å sikre at flest mulig skulle få tilgang på vin, ikke å legge restriksjoner på salget.



Brennevinsforbudet oppheves i 1926

Utover i 1920-årene økte problemene med smuglersprit, hjemmebrenning og finurlige måter å omgå brennevinsforbudet på. For eksempel kunne man få en halvflaske konjakk som hostemedisin på resept, blant annet til hester. Forbudet hadde utspilt sin rolle. I 1926 gikk nordmenn igjen til urnene, og

flertallet stemte for legalt salg av brennevin. Forbudstiden var over, og Vinmonopolet begynte å selge brennevin året etter.

Andre verdenskrig Køforbud og rasjonering

Vinmonopolet holdt stengt mellom 9. april og 10. juni 1940. Utover dette klarte Vinmonopolet å opprettholde driften noenlunde stabilt gjennom krigsårene. Et enormt produksjonsanlegg på Hasle var ferdigstilt på begynnelsen av 1930-årene, og dette anlegget bidro til at Vinmonopolet kunne produsere og dermed holde åpent gjennom krigen.

For å forhindre tomme lagre innførte Vinmonopolet rasjonering. Det var også forbud mot polkø i perioder. Stilte man seg i kø før polet åpnet om morgenen, fikk man bot og mistet rasjoneringskortet en periode. Folk gikk derfor gjerne «tilfeldig» forbi rett før åpning halv åtte om morgenen, for å løpe til inngangen når Vinmonopolet åpnet.

Importen fra Europa var begrenset gjennom krigen. For å løse blant annet mangelen på konjakk og whisky begynte Vinmonopolet å blande inn norsk, hjemmeproduert potetbrennevin i disse varene og selge dem som «forskåret brennevin». I 1941 kom plankespriten, der man fremstilte brennevin fra avfallsstoffer fra celluloseindustrien. Dette berget Vinmonopolet gjennom krigen, da korn og poteter skulle gå til mat.



1950- og 60-årene Nøysomhet og avholdskultur

Avholdssaken ble revitalisert utover etterkrigstiden. Blant annet økte avgiftene, det var strenge åpningstider, og svartelistene ble opprettholdt. Det var også begrenset antall nye butikker, og de som fantes, skulle gjerne ligge litt bortgjemt med en anonym fasade. Totalt hadde Vinmonopolet 46 butikker på landsbasis rundt 1955. Det var ingen pol i tidligere Akershus og områder

som Lillestrøm, Jessheim, Asker og Bærum. Det var heller ikke mulig å få kjøpt brennevin mellom Larvik og Kristiansand eller i Møre og Romsdal fylke.

1970-årene Økt motstand mot Vinmonopolet

Alkoholpolitikken og Vinmonopolet hadde i liten grad vært gjenstand for modernisering, og i 1970-årene øker misnøyen med Vinmonopolet. Vinmonopolet hadde, i tillegg til salg, import og produksjon av vin og brennevin, også ansvar for å kontrollere skjenking av brennevin. Vinmonopolets kontrollører reiste rundt på restauranter og barer for å sjekke at de tok riktig pris og serverte riktig mengde brennevin. Utelivet

vokste i 1970-årene, og samfunnet ble gradvis mer liberalisert med tanke på salg og servering av alkohol. Vinmonopolet ble sett på som en bremsekloss i liberaliseringen av alkoholpolitikken.



1990-årene Vinmonopolet blir delt

I 1990-årene møtte Vinmonopolet på store utfordringer: Salgsnedgang som følge av lavkonjunktur og resesjon etter 80-årenes jappetid, økende grensehandel og ikke minst var usikkerhet rundt hvorvidt Vinmonopolet kunne opprettholdes under EØS-avtalen. Vinmonopolet var en sentral del av de politiske og juridiske forhandlingene med EU om EØS-avtalen. På denne tiden besto Vinmonopolet i realiteten av fem monopoler: produksjon, eksport, import, distribusjon og salg. I 1994 konkluderte ESA at et monopol på eksport og import ikke hadde en effekt på folkehelsen eller alkoholkonsumet i Norge, og derfor ikke var viktig for hovedmålet med et alkoholmonopol. Videre ble det konkludert at produksjon og salg ikke kunne tilhøre samme monopolbedrift.

Produksjonsdelen blir Arcus, mens salget med butikkene blir i Vinmonopolet. Det åpnes opp for at private aktører kan starte med import av alkoholholdige drikke for salg gjennom Vinmonopolet. Det nye Vinmonopolet gjør viktige endringer i innkjøpsordningen, avgiftssystemet og produktutvalgene for å tilpasse seg EU, og dette danner grunnlaget for mye av det Vinmonopolet vi kjenner i dag.



1980-årene Streiker og modernisering

Mellom 1978 og 1986 var det hele fire polstreiker som følge av indre konflikter, og Vinmonopolet var stengt eller hadde mangel på varer i lange perioder. Streikene åpnet opp for spritsmugling i et større omfang og ble grobunn for illegal virksomhet. Helt frem til 2002, da et titalls personer døde etter å ha drukket smuglersprit, var dette et alvorlig samfunnsproblem.

Misnøyen med Vinmonopolet økte utover 1980-årene, i takt med liberaliseringsbølgen i det norske samfunnet.

En ny administrerende direktør, Einar Joyce, introduserte en ny, mer markedsorientert drift. Posen – den anonyme grå, såkalte fjoseposen – hadde vært mye kritisert. Nå ble den burgunderfarget med polets logo i gull. Man fikk en markedsplan med produkter rettet mot det nordmenn faktisk etterspurte, og den massive prislissen fikk et mer moderne utseende med farger, bilder og informasjon om drikke til mat.



Vinmonopolet moderniseres

Mot slutten av 1990-årene økte den folkelige og politiske motstanden mot Vinmonopolet, og stadig flere ytrte seg om avvikling av Vinmonopolet og alkoholsalg i dagligvarebutikker. I 1998 ville 8 av 10 ha vin i butikk. Mye av årsaken til misnøyen var at det var få butikker, og at mange måtte reise langt for å handle. I 1996 hadde Vinmonopolet totalt 114 butikker, mot cirka 344 i dag. Driften virket også utdatert og gammeldags med handel over disk, lange køer – ofte i timevis, korte åpningstider og relativt dårlig vareutvalg. Nordmenn

begynte også å reise mer, og salget på taxfree og grensehandel økte. Det var behov for en modernisering av Polet, og det ble satt i gang en omstilling med flere butikker, utvidede åpningstider og en forsøksordning med selvbetjening. Dette, sammen med større vektlegging av kundeservice og kompetanse de siste to tiårene, har ført til at Vinmonopolet i dag står svært støtt i befolkningen.

120

Samfunnsutvikling og salgstall

Verdenskrig, kampen for likestilling og jappetid. Historiske hendelser og konjunktursvingninger påvirker salget på Vinmonopolet.

100

80

60

40

20

0 millioner vareliter per år

Kurven viser utviklingen i antall vareliter, ikke varemengden omregnet til ren alkohol. Kurven er ikke justert for folkevekst.



2020–2021

Korona

Stopp i taxfree og grensehandel og mindre uteliv løftet polsalget til historiske høyder.

1990–1994

Lavkonjunktur

Økonomisk nedgangstid i Norge innebærer alltid redusert salg på Vinmonopolet.



1940–1945

Andre verdenskrig

Forsyningsproblemer og rasjonering var hverdagen gjennom hele krigen.



1946–1948

«Fredsylla»

Alkoholkonsumet steg eksplosivt fordi folk var i fredsrus etter andre verdenskrig.



1967–1977

Olje og likestilling

Det moderne Velstands-Norge tok form; uteliv og alkoholbruk økte.



1987–1989

Jappetid

Pengene satt løst under jappetiden, og Vinmonopolets salg sprudlet tilsvarende.



1930–1939

De harde 30-åra

Vinmonopolets salg fulgte konjunkturutviklingen gjennom 30-årene.

1949–1965

Gjenoppbygging

Nøysomhet og gjenoppbygging av landet ga stabilt lavt alkoholkonsum.

1978–1986

Streiker

Flere polstreiker ga stengte butikker og svekket salget.

1997–2010

Moderniseringen

Nye pol, selvbetjening, reduserte avgifter og lengre åpningstider økte salget.



2011–2019

Stagnasjon

Økt reisevirksomhet favoriserte taxfree og grensehandel på bekostning av polets salg.

1922

1950

1940

1950

1960

1970

1980

1990

2000

2010

2020

2022

1990

2010

2000

Nedgang i salget etter pandemien

Salget gikk ned med 18 prosent i 2022 sammenlignet med 2021. Nedgangen er som forventet med tanke på gjenåpningen av samfunnet etter pandemien med økt taxfree, grensehandel og uteliv.

Vinmonopolet solgte 97,3 millioner liter i 2022. Dette er tidenes tredje største salg etter pandemiårene 2020 og 2021. Målt mot 2019, som var siste normalår, er veksten 18 prosent. Folkevekst, redusert innreisekvote med virkning fra 1. januar 2021 (fra seks til fire flasker vin) og færre forretningsreisende med fly bidrar til å forklare veksten fra 2019. I økonomisk usikre tider er det ikke uvanlig at forbrukerne flytter en del av konsumet til hjemmemarkedet, og også dette kan være en forklaring.

Det er størst nedgang for en rekke butikker nær Sverige, hvilket ganske sikkert må sees i sammenheng med at grensehandelen øker etter gjenåpningen.

Rødvin mest populært

Rødvin er fortsatt den klart største varegruppen på polet og står for 43,9 prosent av salget. Våre salgstell viser imidlertid at folk i økende grad velger bort rødvinen til fordel for andre produkter som øl, musserende, hvitvin og alkoholfritt. Dette er en trend som har pågått noen år. Siden toppåret 2000 har andelen rødvin gått tilbake med 13,2 prosent. Denne trenden fortsatte i 2022, der rødvinsandelen sank med ytterligere 1,1 prosent mot året før. Kategorien er også den som har størst nedgang i liter – ned 10,6 millioner liter fra 53,3 millioner liter i 2021 til 42,7 millioner liter i 2022.

«Lett og lyst» i vekst

De «lette og lyse» produktene, som hvitvin, musserende, rosévin, øl, sider og alkoholfritt er i vekst. Denne vridningen i salget mot kategorier med lavere sukker-, alkohol- og kaloriinnhold skyldes for det første en trend rundt lettere mat og mer asiatisk mat og middelhavsmat der det gjerne passer bedre med lysere og lettere drikke. For det andre er folk i økende grad opptatt av å leve sunt



og er mer opptatt av drikke med mindre sukker, færre kalorier og lavere eller ingen alkohol. Sist, men ikke minst, speiler trenden også klimaendringene. Særlig er temperaturen avgjørende for hva folk velger å kjøpe. Varmere klima favoriserer salget av lette og lyse kategorier. Med 23,2 millioner liter utgjorde hvitvin 23,9 prosent av salget i 2022, opp fra 23,6 prosent i 2021. Tross nedgang i salget øker populariteten til musserende viner. Kategorien stoppet til slutt på 6,9 millioner liter tilsvarende 7,1 prosent av salget, tidenes høyeste markedsandel for musserende.

Brennevinssalget var på 13,6 millioner liter, tilsvarende en nedgang på 15 prosent. Brennevin utgjorde med dette 14 prosent av salget målt i vareliter. Vodka, likør og whisky er de tre største underkategoriene med et salg på henholdsvis 3,7, 1,9 og 1,7 millioner liter i 2022.

Med snaut 3,5 millioner liter utgjorde øl drøyt 3,5 prosent av totalsalget. Kategorien har stabilisert seg på denne markedsandelen siden 2019.

Tidenes salg av alkoholfritt

Salget av alkoholfritt økte med 12 prosent i 2022. Ikke bare er dette tidenes salg av alkoholfritt på Vinmonopolet – alkoholfritt er også den eneste kategorien som hadde vekst i 2022. Salget av alkoholfritt har doblet seg de siste fem årene. Vi har i flere år jobbet bevisst med å utvikle utvalget av alkoholfrie varer, og stadig flere oppdager at det finnes et godt utvalg med alkoholfrie drikke som passer til ulike matretter og anledninger. Våre ansatte er trent i å gi råd om alkoholfrie drikke. Vi skal være en faghandel også på produkter uten alkohol. Dette er i tråd med vårt samfunnsoppdrag om å begrense skadevirkningene av alkohol.




LES MER OM ...
Vinmonopolets salgstell



DISSE RØDVINENE SOLGTE BEST I 2022



- Falling Feather Ruby Cabernet (USA)
- Marqués de Nombrevilla Garn. (Spania)
- Tommasi Graticcio Appassionato (Italia)

 Vi kjøper mest rødvin fra Italia.


SNITTPRIS PÅ RØDVIN (75 CL)

179 kroner

DISSE HVITVINENE SOLGTE BEST I 2022



- Laroche Chardonnay L (Frankrike)
- Wongraven Morgenstern Riesling (Tyskland)
- Viña Maipo Mi Pueblo Sauvignon Blanc (Chile)

 Vi kjøper mest hvitvin fra Tyskland.

SNITTPRIS PÅ HVITVIN (75 CL)

170 kroner

TILBAKEBLIKK ↓

Ansvarlig faghandel siden 1922

1950

6-kronersvinen



Den ikoniske «Rødvinn-rødvin» eller «6-kronersrødvin» dukket opp med fast listeføring fra 1950. Den ble en enorm suksess, og i midten av 50-årene omsatte den for like mye som alle de 111 bordeauxvinene i Vinmonopolets lister til sammen. Ledelsen hadde likevel et ambivalent forhold til storselgeren. De hadde nok ønsket at det ble solgt vin av bedre kvalitet, og mistenkte at vinen tjente som et billig sterkvinsalternativ og en fylledrikk når folk tilsatte sprit og sukker. I 60-årene ble den likevel et satsingsområde og et virkemiddel for å vri forbruket over til svakvin fra sterke saker. Det er noe av grunnen til at prisen lå fast i hele 18 år!

Vinen var lenge stort sett en blanding av fransk rødvinn, men dette ble etter hvert for dyrt, og vinen ble da kjøpt inn fra Spania. Den fruktige og bløte 6-kronersvinen nådde toppen i 1981. Da sto den for bortimot 30 prosent av salget av svakvin, med nesten fire millioner liter. Produksjonen stoppet i 2014.

TRENDER ↓

Økt interesse for klimasmart emballasje

Stadig flere oppdager de praktiske og bærekraftige sidene ved lettere og mer klimasmarte forpakningstyper. Produkter på lettere glassflasker, pouch, aluminiumsboks og andre resirkulerbare emballasjetyper er i vinden.

Økt engasjement for mer naturlig dyrkning og produksjon

Oransjevin er en underkategori av hvitvin som øker i oppmerksomhet og etterspørsel. Naturvin, spesielt de røde, er en tydelig trend, fremfor alt blant unge og urbane kunder. Ufiltrert perlende vin – petnat – vokser også. Det er økende bevissthet omkring økologisk og biodynamisk vin, og generelt rundt hvordan produktene dyrkes og lages.

Øl: Flere velger IPA og lys lager

I øllhylla befester de to største varegruppene sin posisjon: IPA og lys lager er i økende grad førstevalget året rundt. Mørke øl som stout og porter gjør det godt om vinteren; surøl er i vekst om våren og sommeren – og mørk lager/juleøl har fremdeles høy etterspørsel før jul.

Rødvin og hvitvin: Vi utvider horisonten!

Klassiske rødviner fra Italia, Spania og Frankrike styrker sin markedsposisjon. Samtidig er det økende interesse for mindre rødvinsland som Libanon, Sør-Afrika, Hellas og Tyskland.

Tyskland og Frankrike er fremdeles folks favorittland når det gjelder hvite viner, men stadig flere blir nysgjerrige på kvalitetsvin også fra andre land, som Spania, Portugal, USA og Italia.

Rosévin av druen Pinot Noir

Selv om de mer klassiske rosévinsstilene fra Provence/Sør-Frankrike og Piemonte i Italia fremdeles dominerer salget, får stadig flere øynene opp for Pinot Noir-rosé fra land som Tyskland, Chile og New Zealand.

Bobler er trendy

Det er vekst innenfor alt med bobler, både musserende og perlende vin, sider og alkoholfrie bobler. Dyrere musserende laget på tradisjonell metode (som crémant og champagne) tar markedsandeler fra rimeligere varianter som prosecco, og for første gang siden 2010 solgte vi mer musserende vin fra Frankrike enn fra Italia. Engelske og tyske kvalitetsbobler er også en del av denne trenden.

Nedgang for mørkere brennevinstiler, gin i vekst

Innen brennevin fortsetter salgsnedgangen for mørkere stiler som cognac og brandy. Gin holder på den økte populariteten fra de siste årene. Varetypene som gjør det best i 2022, er de som hadde størst nedgang under pandemien fordi de er tett knyttet til fest og sosiale sammenkomster: vodka og annet nøytralt brennevin, shots og likører.

Flere ønsker alkoholfritt

Både nasjonalt og internasjonalt ser vi at en helse- og sunnhetstrend bidrar til økt etterspørsel etter drikke med lav- eller ingen alkohol (NOLO). Spesielt unge velger i større grad enn tidligere alkoholfritt. Kvalitet og kombinasjon med mat er blitt viktigere når man ønsker drikke uten alkohol, og vi ser en økt betalingsvilje i takt med kravet til kvalitet.

Vi orienterer oss digitalt og handler lokalt

Stadig flere orienterer seg digitalt før de handler på Polet. I tillegg ser vi en økning i netthandelen på 114 prosent fra 2019 til 2022. Fremdeles er det likevel møtet mellom butikkmedarbeideren og kunden som er selve hjertet av Vinmonopolet.

Økningen i antallet som besøker oss digitalt, forteller oss at samspeillet mellom våre salgskanaler – butikk, nett og kundesenter, er ekstremt viktig. Kundene skal oppleve samme gode service uavhengig av hvor de besøker oss. I Vinmonopolet kaller vi dette «det beste kundemøtet». Kundemøtet, og vår opplæring og vektlegging av dette, er sannsynligvis en av de aller viktigste årsakene til at Vinmonopolet ligger på omdømmetoppen i Norge. En systematisk kompetanseheving over flere år har gitt resultater.

«Det beste kundemøtet»

Vinmonopolet har lite reell konkurranse, og i fravær av dette måles butikkene gjennom mystery shopper. De største butikkene og kundesenteret måles månedlig på leveranser innenfor definerte kriterier i «det beste kundemøtet» som service og ryddighet. Det gis poeng, og det konkurreres mellom butikkene. Dette gjør at butikkene i større grad jobber med kontinuerlig forbedring, lærer av og strekker seg etter hverandre. Hvert år kåres årets butikk, hvor selve kundemøtet er ett av mange kriterer som ligger til grunn for resultatet. Under pandemien ble målingen gjennom mystery shopper satt på pause, og vi kåret derfor ikke årets butikk i 2022. I mai startet vi imidlertid opp igjen målingene, og det vil bli en kåring av den beste butikken i 2023.

Bærekraft og digitale kundemøter

I 2022 ble bærekraft og digitale kundemøter en større del av opplæringen og konseptet «det beste kundemøtet». Målet med dette er å møte morgendagens kunder med større krav til bærekraft og endrede handlemønstre. I stadig større grad ser vi at kundene gjerne orienterer seg på nett før de handler fysisk på et pol. Dette betyr for det første at kunden er mer opplyst når han eller hun kommer

til butikken. Dette må vi møte med enda bedre varefaglig kompetanse og en service som møter kundens behov der og da. For det andre betyr det at vi må jobbe for å gi kunden den samme gode rådgivningen på nettet, og gjøre møtet med kunden mer sømløst mellom nett, app, kundesenter og fysisk butikk. Vi må være med kunden der kunden er, innenfor de rammene vi er pålagt. Dette er en gradvis endring i kundereisen som vi vil følge med på i tiden fremover.

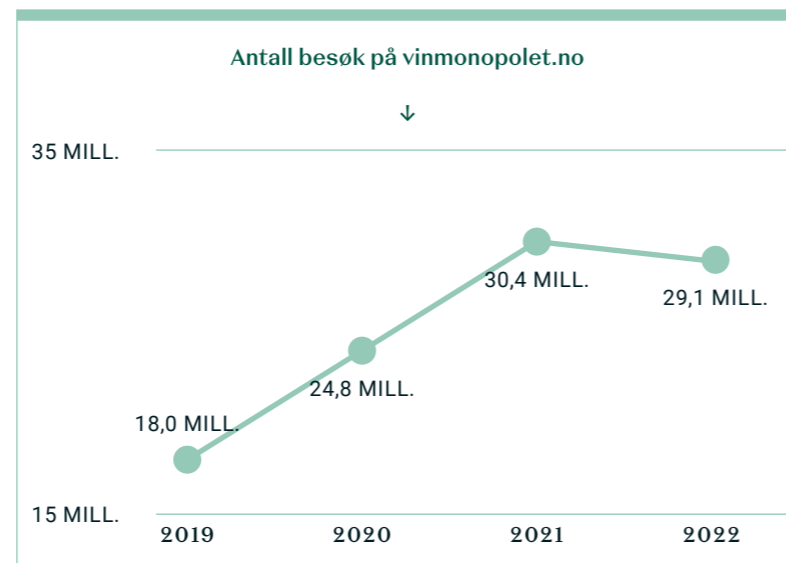
Enklere håndtering av bestilte varer

Vi ser at folk i stadig større grad bruker Vinmonopolets app for å orientere seg i vareutvalget, og noen foretrekker å bestille varer for henting i butikk. Håndtering av bestillingsordre var en tungvint og i stor grad manuell prosess med håndskrevne lapper på kasser stablet på bakrommet. I 2022 har vi digitalisert prosessen med varebestillinger. Dette har effektivisert arbeidet for våre medarbeidere og rustet oss for en økning i antall ordrer. I 2022 så vi også på hvordan vi best kan disponere arealene i

butikkene våre for å gjøre henting av bestilte varer mest mulig effektivt for kundene og medarbeiderne, og begynte å prøve ut selvbetjente kasser. Så langt er resultatene av dette svært positive. Andre viktige utviklingsområder i 2022 var digitale gavekort, betaling med Vipps i appen og mobilbetjening. Med mobilbetjening kan man handle i Vinmonopolets butikker med Vinmonopolets app. Løsningen prøves ut i seks av våre butikker videre i 2023.

Kundesenteret

I takt med at nye kunder tester netthandel, vil stadig flere ønske å snakke med noen for å få hjelp og støtte i den digitale handleprosessen, og våre medarbeidere på kundesenteret får en mer sentral rolle med å supplere med varefaglige råd. Henvendelsene til vårt kundesenter gikk ned i 2022, etter en svært høy pågang under pandemien. Vi opplever imidlertid en økning i forhold til 2019. Mange som tar kontakt, er privatpersoner eller bedrifter skal ha hjelp til å planlegge et større arrangement eller gjøre en større bestilling.



TOTALT ANTALL KUNDEORDRER I 2022

3,6 mill. liter

SALG I BUTIKK

92 mill. liter



HANDLER I BUTIKK

40 mill.

Nedgang på 8,5 %.



BESØK PÅ NETT

29,1 mill.

Nedgang på 4,28 %.

Her finner du oss

Regulert tilgjengelighet er et viktig instrument i norsk alkoholpolitikk.



Vinmonopolet er ikke alltid åpent og finnes ikke på hvert gatehjørne. Samtidig er det viktig for oss å sikre at vi er tilgjengelig for alle over hele landet innenfor fastlagte alkoholpolitiske og bedriftsøkonomiske rammer. Derfor kan de som bor i en kommune uten vinmonopol bestille varer via vårt kundesenter eller nettbutikk med kostnadsfri frakt.

Nye butikker

Vi vurderer årlig rundt 200 steder for mulig butikketablering. Det er Vinmonopolets styre som hver høst fatter vedtak om nye butikker. Til grunn for styrets beslutning ligger en grundig analyse av stedene der særlig folketall, bosettingsmønster, handel, avstand til nærmeste pol, turisme, tradisjon for avholdskultur, grensehandel og arbeidsplasser er viktige variabler.

I 2022 ÅPNET VI FEM NYE BUTIKKER



- Futura i Kristiansund
- Noresund i Krødsherad
- Tasta i Stavanger
- Sirkus Shopping i Trondheim
- Gråtenmoen i Skien

Vinmonopolet har 344 butikker, og nesten 98 prosent av befolkningen bor nå i en kommune med pol eller mindre enn 30 km fra nærmeste pol.

Vinmonopolets styre besluttet i 2022 åpning av nye butikker i Bergen, Råde, Nord-Odal, Rælingen, Bjørsvika i Oslo og Sveio. Disse vil åpne så raskt det lar seg gjøre.



BUTIKKER

344

TILBAKEBLIKK ↓

1998

Nødvendig modernisering



Ansvarlig faghandel siden 1922

I 1998 ville nesten 80 prosent av den norske befolkning ha vin i butikk. Det var kun 114 pol fordelt over hele Norge og handelen var stort sett over disk. For å bevare vinmonopolordningen, innså politikerne og Vinmonopolets ledelse at de måtte modernisere selskapet. En sentral del av denne moderniseringsstrategien var å øke antall butikker og ha flere med selvbetjening.

Vinmonopolets butikknett ekspanderte særlig i perioden 1998 – 2018 da det ble åpnet til sammen 217 nye butikker.

I dag har Vinmonopolet et robust og relevant butikknett og handel over disk er historie.

Viktige hendelser i 2022

31. januar

Digital lansering av viner fra Burgund, årgang 2019.

10. februar

Vinmonopolets 100-årsjubileum fikk mye oppmerksomhet i landets medier gjennom året. Vinmonopolets «historiker» og presseansvarlig, Jens Nordahl, var gjest i lørdagsprogrammet *Lindmo* på NRK, og dette markerte starten på et synlig jubileumsår.

12. februar

Krav fra myndighetene om en meter avstand og bruk av munnbind oppheves.

1. mars

Vinmonopolet stanser salg av russiske produkter som følge av Russlands invasjon av Ukraina.

2. mars

Vinmonopolet topper omdømmekåringen Traction Norge for andre år på rad.

9. mars

Vinmonopolet lanserer rapporten «Vin i en varmere verden», som tar for seg hvordan vinindustrien og Vinmonopolet selv er eksponert for klimarisiko.



24. mars

Vinmonopolet lanserer kampanje med mål om å få kundene til å velge lettere emballasje. Dette er et ledd i å oppnå Vinmonopolets mål for å kutte klimagassutslipp.

8. april

Ledere for alle de nordiske monopolene signerer en felles forpliktende plattform for arbeid med klima og miljø.

4. mai

Mystery shopper lanseres igjen etter en pause under pandemien.

12. mai

Vinmonopolet oppnår 83,2 poeng på norsk kundebarometer. Dette er 1,5 prosent bedre enn året før, og vi gjør et byks oppover på listen – fra niende til fjerde plass.

16. mai

Dagen før nasjonaldagen er betalings-systemet for Nets nede, og vår drift påvirkes.

19. mai

Verdens største vinmesse, ProWein i Düsseldorf, arrangeres igjen etter to års «pandemipause». 38 000 mennesker i drikkevarebransjen, fra 145 ulike land, kunne endelig møtes til smaking og trendoppdatering innen både vin, øl og brennevin.

9.–10. juni

Alle butikksjefer samles med ledelse som tema.

20. juni

Nye retningslinjer for vareplassering der blant annet «lyst og lett» flyttes til mer synlige områder i butikklokalet. Dette for i større grad å fronte lysere, lettere og mindre alkoholsterke produkter og unngå situasjoner der kundene omgis av brennevin rett før de skal betale.

1. juli

Åpenhetsloven trer i kraft.

1. juli

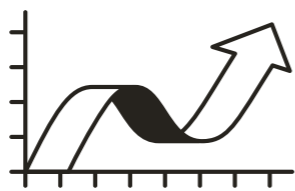
Åsne Havnelid tiltrer som ny styreleder i Vinmonopolet.

12. august

Vinmonopolet lanserer ny alderskontrollkampanje «Vær stolt av den du er».

15.–19. august

Vinmonopolet deltar på Arendalsuka. Trukket frem som en foregangsvirkosomhet på åpenhetsloven.



22. september

Vinmonopolet topper Kantars omdømmeundersøkelse for tiende år på rad.

11. oktober

Kåring av Vinmonopolets alkoholfrie jubileumsdrikk. Vinneren ble butikken i Arendal.

13. oktober

Ledere for alle de nordiske monopolene signerer en felles forpliktende plattform for arbeid med anstendig arbeid og menneskerettigheter.

20. oktober

Åpen dag for Vinmonopolets grossister. Temaet var bærekraft, grønnvasking, krav til bærekraft i lanseringsplaner og åpenhetsloven.

21. oktober

Ny eierskapsmelding, «Et grønnere og mer aktivt statlig eierskap», med enda tydeligere krav og forventninger til bærekraft.

26. oktober

100-årsmarkering i Den norske Opera & Ballett.

3. og 5. november

100-årsfest med alle ansatte i Oslo Spektrum.

30. november

Vinmonopolet er 100 år. Kakeservering på alle pol og oppslag i NRK Dagsrevyen.

8. desember

Styret vedtar ny strategi for Vinmonopolet.



1. plass

Vi toppet Kantars årlige omdømmeundersøkelse for tiende år på rad.

For tredje år på rad kom Vinmonopolet på topp i omdømmemålingen Traction Norge, gjennomført av kommunikasjonsbyrået Apeland.

3. plass

Vi oppnådde tredjeplass på Ipsos omdømmeundersøkelse, dette er samme plassering som året før.

Auksjoner

Vinmonopolets auksjoner er den eneste lovlige kanalen for privat omsetning av alkohol i Norge.

Auksjonene foregår på nett i samarbeid med auksjonshuset Blomquist. Pågangen er stor, og vi arrangerte i 2022 ni auksjoner. Dette er to mer enn året før. Vi opplevde også en økning i antall objekter, fra 7 352 i 2021 til 9 968 i 2022. Det er økende interesse for å samle på vin og brennevin. Vi jobber med å imøtekomme den økte etterspørselen.



OMSETNING

22,9 millioner ↗

Opp ca. 14% fra året før.

VÅRE FØLGERE OG LESERE



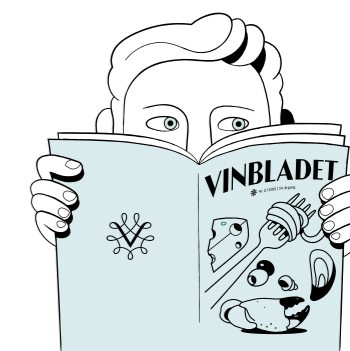
↓ Vinmonopolet.no

VISNINGER AV 500 REDAKSJONELLE ARTIKLER

2,7 mill. ↗

Opp ca. 7% fra året før.

I 2022 satte vi i gang et struktureringsarbeid knyttet til innholdet på vinmonopolet.no. Dette arbeidet fortsetter i 2023. Målet er å gjøre vinmonopolet.no til en enda bedre kilde for varefaglige råd og informasjon. Vinmonopolet har som mål å være en faghandel i verdensklasse, også digitalt.



↓ Sosiale medier

FACEBOOK (FØLGERE)

39 878 ↗

Marginal økning.

LINKED-IN (FØLGERE)

11 494 ↗

Opp ca. 23% fra året før.

INSTAGRAM (FØLGERE)

8 734 ↗

Opp ca. 23% fra året før.

PODKAST (AVSPILLINGER)

614 606 ↗

Opp ca. 9% fra året før.

WORKPLACE (INNLEGG)

Ca. 37 000 ↗

Opp ca. 5% fra året før.

↓ Vinbladet

ABONNENTER

55 217 ↗

Økning på 7% fra året før.

OPPLAG

90 000

↓ Omtale i media

OPPSLAG

10 000 ↘

Ned ca. 33% fra året før.

Antall saker som omhandlet Vinmonopolet, hadde en nedgang i 2022. Dette skyldes en unormalt stor oppmerksomhet i 2021 på grunn av pandemien. De største mediesakene i 2022 var blant annet stans av russiske varer, problemene i bankterminalen Nets 16. mai og ikke minst historiske oppslag rundt 100-årsjubileet.

Vinmonopolets strategi

I 2022 vedtok styret Vinmonopolets nye strategi. Strategien tar utgangspunkt i vårt formål og samfunnsoppdrag, som er grunnlaget for hvorfor vi er til. Å ha en tydelig og god strategi bidrar til at vi gjør riktige prioriteringer i arbeidet med å utføre samfunnsoppdraget vårt og nå de overordnede målene.

Vår nye strategi bygger videre på et solid arbeid i forrige strategiperiode, fra 2018 til 2022. Fremdeles er faghandel, mennesker, teknologi og bærekraft de mest sentrale satsingsområdene for å levere på det aller viktigste: å selge alkohol med ansvar.

Gjennom ansvarlig salg og regulert tilgjengelighet bidrar Vinmonopolet til å begrense skadevirkningene av alkohol. Dette er grunnlaget for vår eksistens og også grunnlaget i strategien.

Bli ønsket av alle

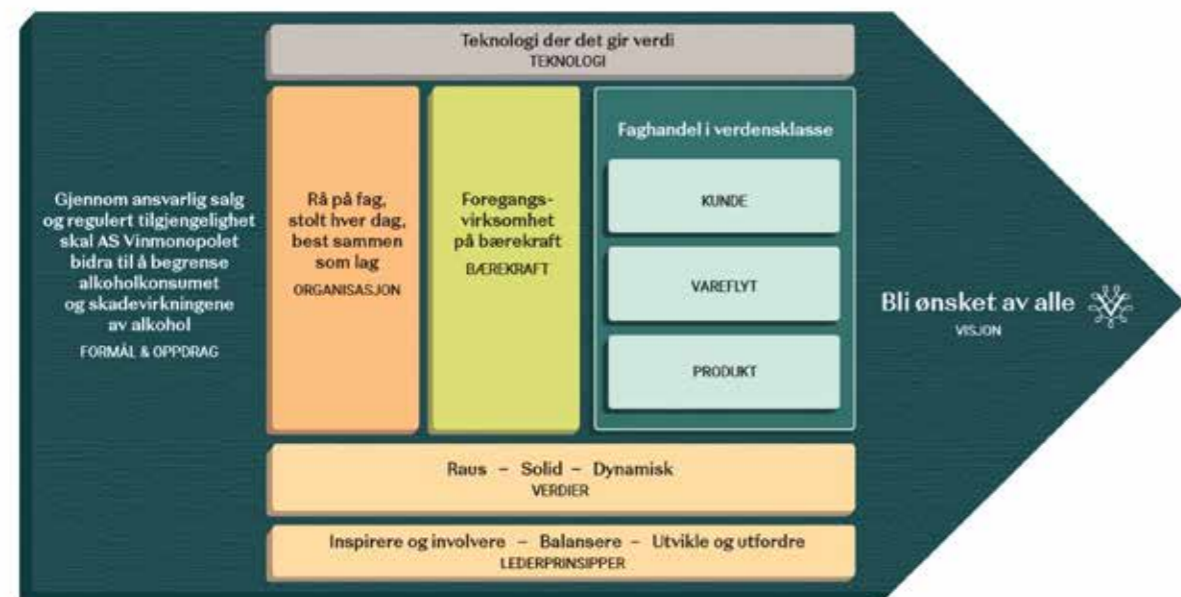
For at vi skal kunne opprettholde vinmonopolordningen, er det avgjørende

at folk er fornøyde med Vinmonopolet. Visjonen vår, å bli ønsket av alle, er en god rettesnor for hvor vi skal.

Dynamisk

For å lykkes må vi alltid være i stand til å justere kurs, og vi må hele tiden utvikle oss i takt med samfunnets forventninger og behov. Dette kan bety at vi introduserer nye produkter for å møte en kommende trend, eller medarbeiderne våre ligger foran på fagkunnskap og hele tiden kan møte nye spørsmål fra kunden. Det kan bety at vi tilpasser oss folks endrede vaner med netthandel, mobilbetjening eller hva det måtte være.

Eller det kan bety at vi skal introdusere nye klimasmarte emballasjetyper for å møte folk og myndigheters økende klimaengasjement og krav til bærekraft. Vår nye strategi er dynamisk. Vi kommer til å gjøre en årlig gjennomgang av strategien med styret. Vi tror evnen til å være tilpasningsdyktig er avgjørende for at vi skal kunne levere godt på samfunnsoppdraget vårt.



STRATEGI BETYR NOE



I forrige strategiperiode jobbet vi målrettet med områdene marked, samfunn, eiere og organisasjon.

Her er noe av utviklingen i forrige strategiperiode:

- Polakademiet ble lansert i 2021 og har gitt oss en god opplærings- og utviklingsstruktur internt. Polakademiet ble bygget opp som en kunnskapsbank der medarbeiderne våre lett kan finne opplæring som passer sitt kompetansenivå, og andre verktøy de trenger for å skape gode kundeopplevelser. Ved utgangen av 2022 inneholdt Polakademiet 229 kurs.
- Nye prosesser for varemotak og kundeordrehåndtering har redusert tidsbruken internt og forbedret kundeopplevelsen. I tillegg har det bidratt til redusert klimaavtrykk.
- Arbeidet med å utvikle nettbutikken sørger for at vi imøtekommer kundenes forventninger når de handler digitalt.
- Sortimentssinddeling lyst og lett og rødt og mørkt har gitt et sortiment som er bedre tilpasset lokal etterspørsel.
- Vi satte i gang et prosjekt som skal sikre sporbarhet i leverandørkjeden.

Vi skal videreutvikle en organisasjon og medarbeidere som er rå på fag, stolt hver dag, og best sammen som lag

For at vi skal nå målene om å være en faghandel i verdensklasse og en foregangsvirksomhet på bærekraft, må vi ha en sterk organisasjon. Medarbeiderne er vår viktigste ressurs. Når vi alle jobber sammen og drar i samme retning, får vi til veldig mye. Kultur, samarbeid og kompetanse er viktige prioriteringer i arbeidet med organisasjonsutvikling framover.

Vi skal være en attraktiv og inkluderende arbeidsgiver, med kultur og struktur for samarbeid som underbygger våre verdier: raus, solid og dynamisk. Vi skal ha ledere som inspirerer og involverer, balanserer og utvikler og utfordrer. Sammen med

relevant og målrettet kompetanseutvikling skal det sørge for at vi har kompetente og motiverte medarbeidere som ønsker å utvikle seg selv og bidrar til å videreutvikle Vinmonopolet.



Vi skal være en foregangsvirksomhet på bærekraft

I forrige strategiperiode var det en egen bærekraftsstrategi. Nå er denne integrert i den overordnede selskapsstrategien. Vi retter arbeidet spesielt mot klima og miljø og ansvarlige arbeidsforhold i leverandørkjeden. Strategien innebærer en forpliktelse på klimaområdet til å redusere klimagassutslipp i henhold til nasjonale mål, redusere miljøbelastningen i egen virksomhet og være en pådriver i verdikjeden. Vi skal være en ansvarlig aktør og en pådriver for anstendig arbeidsforhold i leverandørkjeden vår, og vi skal samarbeide internasjonalt for å utgjøre en forskjell. Vi skal jobbe for å overgå kundenes forventninger på relevante, innovative miljø- og klimasmarte produkter og løsninger. Kort sagt: Vi skal ta vare på mennesker og miljø – i hele vår verdikjede.



Vi skal være en faghandel i verdensklasse

Det betyr at vi har spesialkompetanse som gjør at vi evner å forstå og levere til alle typer kunder som kommer til oss, uansett interesse, kunnskap, preferanser og behov, og at vi evner å snakke deres språk.

Vi skal være foretrukket kilde til varefaglige råd og informasjon, med kvalitet, kompetanse og objektivitet, for alle kunder, i alle kanaler. Vi skal tilby sømløse, enkle og effektive kundereiser som leverer på ulike kunders behov og preferanse, uavhengig av kanal.

Vi skal ha et attraktivt, relevant og lønnsomt sortiment, og produkter med rett kvalitet og relevant og korrekt produktinformasjon. Dessuten skal vi ha presisjon i en effektiv og fleksibel vareflyt, med leveringsløsninger og ledetider som møter kunde-forventninger. Å være en faghandel i verdensklasse handler også om tillit.

Tillit til at vi leverer kvalitet, kompetanse og objektivitet i anbefalinger og informasjon. At vi vil kundens og samfunnets beste, og at vi selger med ansvar. Tillit til at vi er åpne og sier det som er sant, og at vi tar ansvar for menneskerettigheter, klima og miljø.

Å være en faghandel i verdensklasse handler for oss ikke kun om at vi skal være gode på vårt fagfelt, men at vi leverer kvalitet og ansvarlighet i alle deler av vår organisasjonen og i hele verdikjeden.



Vi skal ta i bruk teknologi der det gir verdi

Samfunnet er i endring, og digitalisering er en vesentlig drivkraft bak den endringen. Vinmonopolet er opptatt av å forstå de mulighetene og utfordringene teknologien byr på, og utnytte teknologi der det gir verdi for virksomheten vår. Vi må være i stand til å justere prosesser og driftsmodellen der teknologiutviklingen utfordrer forretningsmodell, formål, omdømme eller måten vi jobber på. Vi skal utnytte teknologi der det gir verdi for kunder, ansatte, leverandører og andre relevante interessenter.





Bildet viser ledelsen per 31.12.2022.

Ledergruppe

Øverst fra venstre

Simen Swanstrøm Helly-Hansen
direktør Kategori og Innkjøp

Hege Aamotsmo
direktør organisasjon og HR

Lars Thorenfeldt
direktør strategi og digitalisering

Bjørn-Egil Ekhaugen
direktør økonomi og anskaffelser

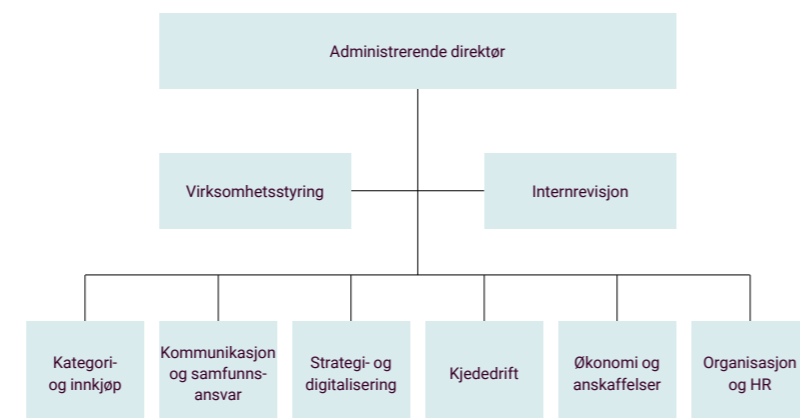
Foran fra venstre

Halvor Bing Lorentzen
direktør Kommunikasjon og samfunnsansvar (frem til 31.12.2022)

Elisabeth Hunter
administrerende direktør

Joralf Sætran
direktør kjededrift og utvikling (konstituert fra 1.11.2022 til 17.3.2023)

Organisasjonskart



TILBAKEBLIKK ↓

Ansvarelig faghandel siden 1922

1936

Mannsdominert ledergruppe

Vinmonopolets ledergruppe, gjerne kalt «Direksjonen» var lenge bare menn. Første kvinne i ledergruppen var Anne-Grethe Ellingsen i 1993. Bildet viser Vinmonopolets administrasjon på Hasle-anlegget i 1936. Stående (f.v.): sekretær Gunnar Lindeman, produksjons-sjef Bernt Erstad, innkjøpssjef Nicolay Amundsen. Sittende: salgssjef Leif Os-vold, administrerende direktør Arnold Holmboe, kontorsjef Julius Salvesen.



DEL 2

Bærekraft

Foregangsvirksomhet på bærekraft	30
Alkohol og samfunn	40
God og inkluderende arbeidsplass	48
God forretningsetikk	52
Anstendig arbeid	54
Smarte miljø- og klimaløsninger	60
Bærekraftig forbrukeradferd	72



100 år

En foregangsvirksomhet på bærekraft

Bærekraft er en sentral del av Vinmonopolets nye selskapsstrategi. Vi har definert seks mål Vinmonopolet skal oppnå innen 2030. Grunnlaget for arbeidet er vesentlighetsanalysen vår, som viser hvilke temaer Vinmonopolet har størst påvirkning på.

Vår ambisjon for bærekraft er i tråd med forventningene i ny eierskapsmelding (Meld. St. 6 2022–2023 *Et grønnere og mer aktivt statlig eierskap*) og i økende grad noe kundene våre forventer av oss. Å være en foregangsvirksomhet betyr at bærekraft er integrert i Vinmonopolets strategi, at Vinmonopolet ligger i forkant på utvalgte områder, og at Vinmonopolet er en pådriver for bærekraft og skaper ringvirkninger utover egen organisasjon.



Våre seks mål

I forrige strategiperiode (2018–2022) hadde Vinmonopolet en egen bærekraftsstrategi. Utvalgte mål og delmål med tilhørende resultater fra strategien presenteres på side 106. Flere av målene fra forrige strategiperiode er videreført i ny strategi, der seks mål skal oppnås innen 2030:

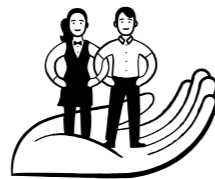
Klima og miljø:

- redusere klimagassutslipp i henhold til nasjonale mål, redusere miljøbelastningen i egen virksomhet og være en pådriver for reduksjon av klimautslipp og miljøbelastning i verdikjeden.
- tilpasse egen virksomhet etter klimaendringene og være en pådriver for klimatilpasning i verdikjeden.
- overgå kundenes forventninger på relevante, innovative miljø- og klimasmarte produkter og løsninger.

Anstendig arbeid i leverandørkjeden:

- være en pådriver for anstendig arbeidsforhold og respekt for menneskerettigheter i vår leverandørkjede
- aktivt fremme anstendige arbeidsforhold og respekt for menneskerettigheter i vår bransje gjennom internasjonalt samarbeid
- møte kunders og andre interessenters forventninger til åpenhet og transparens om menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold

Mer detaljerte delmål fra selskapsstrategien presenteres i kapitlene om anstendig arbeid i leverandørkjeden, smarte miljø- og klimaløsninger og bærekraftig forbrukeradferd.



Organisering og styring

Vinmonopolet er en stor virksomhet, og vi har som mål at bærekraft skal være en integrert og naturlig del av organisasjonens arbeid. Vinmonopolets bærekraftsenhet er organisert i avdelingen kommunikasjon og samfunnsansvar og består av leder for bærekraft, fagansvarlig for klima og miljø, fagansvarlig for anstendig arbeid og to seniorrådgivere. Bærekraftsenheten jobber tett med organisasjonen, spesielt avdelingen kategori og innkjøp når det gjelder krav og samarbeid med Vinmonopolets leverandører. Økonomiavdelingen, særlig enhet for anskaffelser og

juridisk enhet, er også en viktig sparingspartner, i tillegg til avdeling for strategi og digitalisering. Våre 12 interne bærekraftskonsulenter har et særskilt ansvar for bærekraft og jobber tett med butikksjefene i sitt distrikt, blant annet med miljøfyrtårnsertifisering og bærekraft i kundemøtet.

Vinmonopolets bærekraftsarbeid bygger på selskapets overordnede strategiske retning og mål, som fastsettes av styret. Ledergruppen beslutter mål for bærekraftsarbeidet. Administrerende direktør er øverste ansvarlig. Styret blir jevnlig oppdatert og gir innspill på fremdrift i arbeidet og prosjekter. I 2022 har bærekraft vært på agendaen i tre av seks styremøter, med saker som miljøkrav til eksisterende sortiment, sporbarhet i leverandørkjeden og klimarisiko. En gang i året blir det holdt et eget seminar om bærekraft, hvor vi går mer i dybden på enkelte saker. Utover dette blir det hvert år gjennomført en introdag for nye styremedlemmer, hvor bærekraft er at av punktene på agendaen. Vinmonopolets bedriftsforsamling møttes to ganger i 2022 og ble oppdatert på aktuelle saker, deriblant bærekraft.

Vinmonopolet har kvartalsvise møter med vår eier, Helse- og omsorgsdepartementet (HOD). Bærekraft er fast på agendaen på disse møtene. I tillegg arrangeres et årlig møte om bærekraft med gjennomgang av fremdrift, utfordringer og muligheter. HOD blir også orientert om Vinmonopolets arbeid med bærekraft gjennom statens eierberetning.

Vinmonopolet er omfattet av flere styrende dokumenter. En oversikt over disse dokumentene finnes på side 115.



55%

KUTT I VÅRE KLIMAGASS-UTSLIPP INNEN 2030

Vår vesentlighetsanalyse

Vinmonopolet ønsker å gjøre mest mulig innsats der vi har størst mulighet til å utgjøre en forskjell.

Bærekraftsarbeidet vårt er basert på en analyse av hva som er viktigst for interessentene våre, og på hvilke områder vi har størst innvirkning på bærekraftig utvikling.

Vesentlighetsanalysen ble oppdatert i 2021 i samarbeid med PwC i henhold til GRI-standarden. Gjennom dybdeintervjuer med flere av Vinmonopolets interessenter ble relevante bærekraftstemaer vurdert etter konsekvens og sannsynlighet. Intervjuobjektene besto av interne og eksterne fagpersoner, som hver ble intervjuet om

sitt felt. Funn fra intervjuer og skrivebordsanalyser ble til slutt avstemt med Vinmonopolets bærekraftsteam. Vesentlighetsanalysen oppdateres jevnlig og gir oss en tydeligere strategisk retning for FNs bærekraftsmål, klimamålene i Parisavtalen og krav i eierskapsmeldingen.

Analysen består av seks vesentlige temaer, noen mer omfattende enn andre. I de kommende kapitlene presenteres temaene, hvilke tiltak som er gjort i året som har gått, og mål vi har satt oss for veien videre.



Alkohol og samfunn

Vårt samfunnsoppdrag står helt sentralt, også i arbeidet med bærekraft. Temaet alkohol og samfunn handler om hvordan varene vi selger, kan påvirke kundene våre. Derfor jobber vi for å

- begrense skadevirkningene av alkohol
- sikre at produktene vi selger, er trygge



Anstendig arbeid

Vinmonopolet er opptatt av at mennesker i vår leverandørkjede skal jobbe under anstendige forhold. Det er spesielt noen risikoer i vår bransje vi jobber målrettet med

- helse og sikkerhet
- diskriminering, vold og trakassering
- tvangsarbeid og utnyttelse av sårbare grupper
- arbeidernes mulighet til å fremme bekymringer på arbeidsplassen



God og inkluderende arbeidsplass

Motiverte og faglig dyktige ansatte er avgjørende for å være en attraktiv arbeidsplass og for å gi god veiledning til kundene. Vi satser derfor spesielt på

- kompetanseutvikling



Smarte miljø- og klimaløsninger

Vinmonopolet har som mål å redusere våre klimagassutslipp med 55 % innen 2030. Det vil kreve mye av oss. De områdene vi har størst mulighet til å utgjøre en forskjell på, er

- biomangfold
- klimagassutslipp
- materialbruk
- vannforbruk



God forretningsetikk

Vinmonopolet er en ansvarlig samfunnsaktør. Vi behandler leverandørene likt, jobber aktivt imot korrupsjon og har nulltoleranse for det.



Bærekraftig forbrukeradferd

Vi ønsker å legge til rette for at kundene kan ta mer bærekraftige valg når de handler hos oss. Derfor jobber vi for å sikre god opplæring av egne ansatte om bærekraft, kommunisere tydelig i kanalene våre og ha et relevant utvalg av produkter med bærekraftselementer i sortimentet vårt.





Våre bærekraftsmål

FNs bærekraftsmål er en felles, global plan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikheter i samfunnet og stoppe klimaendringene innen 2030. Av totalt 17 bærekraftsmål har vi valgt ut de fem målene, med tilhørende 15 delmål, der vi har størst mulighet for å gjøre en forskjell.



Sikre god helse og fremme livskvalitet for alle, uansett alder

FNs delmål 3

- 3.5** Styrke forebygging og behandling av rusmiddelbruk, blant annet misbruk av narkotiske stoffer og skadelig bruk av alkohol.
- 3.9** Innen 2030 betydelig redusere antall dødsfall og sykdomstilfeller forårsaket av farlige kjemikalier og forurensset luft, vann og jord.

Vinmonopolets bidrag

Vinmonopolet er et viktig alkoholpolitisk virkemiddel for å begrense skadevirkningene av alkohol. Vi forhindrer at mindreårige får tilgang til alkohol, gjennom en effektiv alderskontroll og virkningsfulle holdningskampanjer som også retter seg mot de som kjøper alkohol til mindreårige.

Vi sikrer at produktene vi selger er trygge, gjennom å følge internasjonale regler for produksjon, gjennomføre interne produktanalyser og å merke produktene riktig.



Fremme varig, inkluderende og bærekraftig økonomisk vekst, full sysselsetting og anstendig arbeid for alle

FNs delmål 8

- 8.5** Innen 2030 oppnå full og produktiv sysselsetting og anstendig arbeid for alle kvinner og menn, inkludert ungdom og personer med nedsatt funksjonsevne, og oppnå lik lønn for likt arbeid.
- 8.6** Innen 2020 betydelig redusere andelen unge som verken er i arbeid eller under utdanning eller opplæring
- 8.7** Iverksette umiddelbare og effektive tiltak for å avskaffe tvangsarbeid, få slutt på moderne slaveri og menneskehandel og sikre at de verste formene for barnearbeid – inkludert rekruttering og bruk av barnesoldater – forbyes og avskaffes, og innen 2025 avskaffe alle former for barnearbeid.
- 8.8** Beskytte arbeiderrettigheter og fremme et trygt og sikkert arbeidsmiljø for alle arbeidstakere, inkludert arbeidsinnvandrere og særlig kvinnelige innvandrere, og arbeidstakere i et usikkert arbeidsforhold.

Vinmonopolets bidrag

Vi skal være en god arbeidsplass med høyt kompetente og motiverte medarbeidere. Vi har som mål å være en inkluderende arbeidsplass, og vi tar inn lærlinger og andre personer på arbeidstrening. Vi jobber for å sikre riktig bemanning og redusere antall lave stillingsbrøker, og legger til rette for at våre ansatte skal kunne stå lengst mulig i stillingen sin.

Vi jobber for å sikre anstendig arbeid og fravær av alle former for menneskerettighetsbrudd i leverandørkjeden vår. Vi stiller strenge etiske krav til alle leverandører og følger opp at produsentene etterlever kravene. Vi gjennomfører tiltak som tar opp bakenforliggende årsaker til utfordringer i risikoland – ofte i samarbeid med andre internasjonale organisasjoner. Blir vi gjort oppmerksom på uønskede forhold i leverandørkjeden, legger vi stor vekt på å følge opp dette.



Sikre bærekraftig forbruks- og produksjonsmønstre

FNs delmål 12

- 12.4** Innen 2020 oppnå en mer miljøvennlig forvaltning av kjemikalier og alle former for avfall gjennom hele livssyklusen, i samsvar med internasjonalt vedtatte rammeverk, og betydelig redusere utslipp av kjemikalier og avfall til luft, vann og jord for mest mulig å begrense skadevirkningene for folkehelsen og for miljøet.
- 12.5** Innen 2030 redusere avfallsmengden betydelig gjennom forebygging, reduksjon, materialgjenvinning og ombruk.
- 12.7** Fremme bærekraftige ordninger for offentlige anskaffelser, i samsvar med de enkelte landenes politikk og prioriteringer.
- 12.8** Innen 2030 sikre at alle mennesker i hele verden har relevant informasjon om og forståelse av bærekraftig utvikling og et levesett som er i harmoni med naturen

Vinmonopolets bidrag

Vi legger til rette for at kundene kan gjøre mer bærekraftige valg hos oss gjennom god kundeveiledning, tydelig informasjon og et relevant utvalg av produkter med bærekraftsegenskaper i vårt sortiment.

Vinmonopolet har etablert en egen merkeordning for produkter med bærekraftselementer, som gjør det enklere for kundene å finne frem i butikkene våre og på nettet. Vi jobber med å få ned emballasjevekten på produktene, og få flere produkter med pantbar emballasje.

1 krone av hver plastbærepose vi selger, går til Handelens Miljøfond, som brukes til tiltak for økt plastgjenvinning og redusert plastforsøpling.

Vinmonopolet stiller krav til bærekraft i alle relevante anskaffelser av varer og tjenester og har etablert et system for oppfølging av leverandørene våre.



Handle umiddelbart for å bekjempe klimaendringene og konsekvensene av dem

FNs delmål 13

- 13.5** 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

Vinmonopolets bidrag

Vi har som mål å redusere vår klimabelastning med 55 prosent innen 2030, og vi jobber aktivt med å innføre smarte miljø- og klimaløsninger i egen virksomhet og hele vår verdikjede.

Produktemballasje utgjør vår desidert største klimabelastning, da det går spesielt mye energi med til å produsere tunge glassflasker. Vi jobber derfor aktivt for å påvirke leverandørene til å erstatte tunge glassflasker med annen og mer klimamiljøsmart emballasje.

For å redusere vår interne klima- og miljøbelastning er alle butikker og kjedekontoret miljøfyrtårnsertifisert.



Styrke gjennomføringsmidlene og fornye globale partnerskap for bærekraftig utvikling

FNs delmål 17

For å lykkes med bærekraftsmålene trengs det nye og sterke partnerskap. Myndigheter, næringslivet og sivilsamfunnet må samarbeide for å oppnå bærekraftig utvikling. Bærekraftsmålene skal fungere som en felles, global retning og prioritert innsats de neste 15 årene.

17.16 Styrke det globale partnerskapet for bærekraftig utvikling og understøtte det med partnerskap mellom flere interessenter som kan mobilisere og dele kunnskap, ekspertise, teknologi og finansielle ressurser, for å bidra til at alle land, særlig utviklingslandene, oppnår bærekraftsmålene.

17.17 Stimulere til og fremme velfungerende partnerskap i det offentlige, mellom det offentlige og private og i det sivile samfunn, som bygger på partnerskapenes erfaringer og ressursstrategier.

Vinmonopolets bidrag

Gjennom medlemskap i ulike organisasjoner og samarbeid med andre virksomheter og organisasjoner har vi større gjennomslagskraft til å nå både våre egne og verdenssamfunnets mål. Her deler vi erfaringer og tilknytter oss viktig kompetanse som vi ikke ville hatt mulighet til om vi sto alene.

Våre interessenter

Som en betydelig innkjøper, faghandelskjede og arbeidsgiver er vi med på å påvirke hverdagen til mange mennesker. Vinmonopolet er avhengig av tillit og god dialog med våre interessenter, som eiere og sentrale myndigheter, leverandører, kunder og samfunn, for å kunne gjennomføre vårt samfunnsoppdrag og oppnå de målene vi har satt oss innen bærekraft.

Eier

Det framgår av Helse- og omsorgsdepartementets (HOD) oppdragsbrev at Vinmonopolet er et av de viktigste alkoholpolitiske virkemidlene for å begrense alkoholkonsumet og skadevirkningene av alkohol gjennom ansvarlig salg og begrenset tilgjengelighet. Vinmonopolet skal innrette sin virksomhet etter gjeldende alkoholpolitiske rammebetingelser, inkludert reklameforbudet i alkoholloven. HOD forventer at Vinmonopolet arbeider med bærekraft på en helhetlig måte tilpasset selskapets egenart og integrerer sosiale og miljømessige hensyn i sin virksomhet og i sine strategier. Selskapet skal ha retningslinjer for å forhindre og håndtere korrupsjon. HOD viser til Meld. St. 6 (2022–2023) *Et grønnere og mer aktivt statlig eierskap – Statens direkte eierskap i selskaper*, inkludert de generelle og mer spesifikke forventningene til de statlig eide selskapenes arbeid med bærekraft.

Medarbeidere

Motiverte og faglig dyktige medarbeidere er avgjørende for å være en attraktiv arbeidsplass og for å skape gode møter med kundene. Veiledning innen bærekraft har en naturlig plass i samtaler med kunden, på lik linje med varefaglige råd. Arbeidet vi gjør for å ta vare på medarbeiderne, og sørge for at vi som jobber i Polet, har bred og god kompetanse, er derfor et prioritert område for å oppnå virksomhetens mål.



Grossister

Grossistene er Vinmonopolets første ledd bakover i leverandørkjeden og Vinmonopolets avtalepart. Grossistene tilbyr produkter Vinmonopolet etterspør. På den måten er grossistene ansvarlige for å sikre gode arbeidsforhold bakover i verdikjeden. De har med andre ord en viktig rolle i Vinmonopolets arbeid med bærekraft, enten det er å framskaffe produkter med bærekraftsegenskaper når vi etterspør dette, eller å sørge for gode arbeidsforhold hos produsentene og underleverandørene deres.

Produsenter

Bak alle varene på Polet står en produsent som ofte har sin kjede av underleverandører. Produsentene leverer de varene vi etterspør i våre kravspesifikasjoner, og er pålagt å sørge for gode arbeidsforhold som tilfredsstillende våre etiske retningslinjer. Formelt er det importørene som har dialogen med produsentene. Vinmonopolet er imidlertid opptatt av å ha en inkluderende dialog med produsenter og har oppfølgingsprogrammer der vi fungerer som støttespiller og rådgiver, for eksempel for å sikre anstendige arbeidsforhold.

Kunder

Vi spør hvert år kundene våre om blant annet bærekraft gjennom vår årlige kunde- og opnionsundersøkelse, som i 2022 ble gjennomført av Opinion. Her ser vi at folk i stadig større grad er opptatt av bærekraft, og vi ønsker å legge til rette for at de kan ta mer bærekraftige valg når de handler hos oss. Dette gjør vi gjennom å ha et relevant produktutvalg, god kunnskap om bærekraft og nyttig informasjon i kanalene våre. Noen kunder forventer at Vinmonopolet tar ansvar på deres vegne for at produktene de kjøper hos oss, er produsert på en bærekraftig måte. Dette ansvaret er vi innstilt på å ta.

Media og sivilsamfunn

Mediene og sivilsamfunnet er viktige kilder til informasjon om for eksempel uakseptable arbeidsforhold i leverandørkjeden vår. Informasjon vi får via pressen eller frivillige organisasjoner, er ofte vel så viktig for oss som det vi selv klarer å framskaffe blant annet gjennom våre revisjoner. Vinmonopolet legger vekt på å besvare henvendelser raskt og utfyllende, og spesielt aktiv oppfølging av relevante saker. Vi jobber også proaktivt for å oppnå større oppmerksomhet om ansvarlig salg og utvalgte bærekraftstemaer.

Interessentdialog

Eier

Temaer som opptar interessentene
 → vinmonopolets samfunnsoppdrag
 → ansvarlig aktør
 → ansvarlig salg
 → likebehandling
 → anti-korrupsjon
 → klima og miljø
 → HMS
 → ansvarlig arbeid og menneskerettigheter i leverandørkjeden – ihht. åpenhetsloven

Ramme for interessentdialog
 → Halvårlige kontaktmøter og årlig møte med samfunnsansvar som tema
 → Rapportering på indikatorer knyttet til samfunnsoppdrag (halvårlig), samfunnsansvar (årlig) og
 → Likebehandling (årlig) i oppdragsbrev

Medarbeidere

Temaer som opptar interessentene
 → god og trygg arbeidsplass
 → kompetanseheving og -utvikling
 → egen stillingsbrøk
 → vinmonopolet som ansvarlig virksomhet

Ramme for interessentdialog
 → dialog mellom ansatte og leder
 → enhets-/personalmøter
 → medarbeidersamtale (årlig)
 → medarbeiderundersøkelse (annethvert år)
 → regelmessige møter i AMU, Sentralt kontaktforum og
 → partssammensatt utvalg
 → kurs og opplæring i Polakademiet



Grossister

Temaer som opptar interessentene
 → likebehandling
 → lønnsomhet
 → tilby mer bærekraftige produkter
 → støtte i arbeidet med å følge opp Code of Conduct
 → etterleve Code of Conduct

Ramme for interessentdialog
 → kontaktmøter med bransjeforeningene VBF (seks faste møter per år) og med Dråper i Glasset ved behov
 → informasjon på leverandørportal
 → lanseringsplaner med tendere på nye produkter
 → dialogmøter og løpende korrespondanse
 → kurs og webinarer
 → e-kurs (Code of Conduct)

Produsenter

Temaer som opptar interessentene
 → likebehandling
 → anerkjennelse av deres programmer og sertifiseringer
 → rette opp et eventuelt dårlig inntrykk etter anklager i media

Ramme for interessentdialog
 → kurs/opplæring
 → webinarer
 → revisjoner/pre-assessments
 → veiledning og oppfølging
 → handlingsplaner ved brudd på Code of Conduct

Kunder

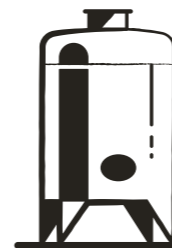
Temaer som opptar interessentene
 → produktsikkerhet
 → klima og miljø
 → ansvarlig konsum (respons på våre holdningskampanjer)
 → etisk handel

Ramme for interessentdialog
 → kundemøter
 → kundemagasinet Vinbladet
 → podkast
 → nettside, nettbutikk og sosiale medier
 → holdningskampanjer
 → kundeundersøkelser

Media og sivilsamfunn

Temaer som opptar interessentene
 → vinmonopolets rolle og samfunnsoppdrag
 → klima og miljø
 → arbeidsforhold i leverandørkjeden – oppfylle krav i Åpenhetsloven

Ramme for interessentdialog
 → svare raskt og utfyllende på alle henvendelser
 → aktivt følge opp relevante saker som blir omtalt i media
 → aktivt søke å få media til å dekke våre holdningskampanjer og utvalgte temaer



Samarbeidspartnere

Samarbeid med organisasjoner som har spisskompetanse innenfor sine fagfelt, styrker arbeidet vårt. Samarbeid med andre gir oss også større påvirkning, anledning til erfaringsutveksling og mulighet for å gjennomføre andre typer aktiviteter enn om vi jobber alene.

I nettversjonen av rapporten kan du ved å klikke på logoene komme til nettsidene deres og lese mer om organisasjonen der.

 Trade with purpose		 Handelens Miljøfond	 Miljøfyrtårn®
 RÚSDREKKASÓLA LANDSINS		 VÍNBÚÐIN ÁTVR	 Emballasje foreningen
 INFINITUM	 Grønt Punkt Norge	 laisla network	 ettsk handel norge
 stronger together teckling hidden labour exploitation	 United Nations Global Compact	 Sirkel	 Verisk Maplecroft™
	 &Wider	 PROCARE together we make a difference EMOTIONAL WELLNESS	 NGF



ALKOHOL OG SAMFUNN

Rekordbra resultater på alderskontroll

I 2022 spurte Vinmonopolets ansatte 96,35 prosent av kundene under 25 år om legitimasjon, i følge interne målinger. Dette er en forbedring på 3,12 prosentpoeng fra 2021.

FRA VESENTLIGHETS-ANALYSEN



Vårt samfunnsoppdrag står helt sentralt, også i arbeidet med bærekraft. Temaet alkohol og samfunn handler om hvordan varene vi selger, kan påvirke kundene våre. Derfor jobber vi for å

- begrense skadevirkningene av alkohol
- sikre at produktene vi selger, er trygge



ANDEL AV ALLE KUNDER UNDER 25 ÅR BLE SPURT OM LEGITIMASJON I 2022

96,35 %



BESØK PÅ VISLEG.NO

17 500

ANDEL AV KUNDER SOM BLE SPURT OM Å VISE LEGITIMASJON, ELLER SOM VISTE DET UOPPFORDRET I 2022

11,4 %

Vinmonopolets viktigste oppgave er å sikre et ansvarlig salg av alkohol, blant annet gjennom å hindre salg av alkohol til mindreårige. Siden 2007 har medarbeiderne våre spurt alle kunder som antas å være under 25 år, om legitimasjon, og like lenge har vi oppfordret denne kundegruppen til å vise legitimasjon uoppfordret.

Vi benytter «kontrollører» mellom 18 og 25 år for å måle om vi spør yngre kunder om legitimasjon. Dette kaller vi «stille alderskontroll». Resultatet for stille alderskontroll i butikkene var 96,35 prosent i 2022. Dette er en forbedring på 3,12 prosentpoeng fra 2021.

Systematisk arbeid

Fra første måling i 2007, med et resultat på 43 prosent, har vi forbedret resultatene jevnt og trutt. Flere kontroller, stor oppmerksomhet på dette og opplæring av våre butikkmedarbeidere ga et rekordresultat på 95,6 prosent i 2019. Året etter dalte skåren til 91 prosent, og som følge av dette satte vi i gang systematiske forbedringstiltak med blant annet interne kampanjer, filmer, spill og treningskort. Opplæringen, kombinert med flere kontroller og strukturert butikkoppfølging, snudde den negative trenden til et godt sluttresultat i 2022.

Vi følger samme opplegg i 2023 og viderefører målet på «stille alderskontroll» på 95 prosent.

Økning i avvist kjøp

Vi ser en økning i avvist kjøp grunnet alder, beruselse eller mistanke om langing. Utstrakt bruk av vektere gjennom covid-perioden kan ha motvirket langing, og nå er vi tilbake i en normalsituasjon uten vektere. For Vinmonopolets medarbeidere kan det være vanskelig å vite hvordan man skal avvise kunder som er beruset, eller der det er mistanke om kjøp til en mindreårig. De siste årene har vi forbedret de interne rutine og satt i

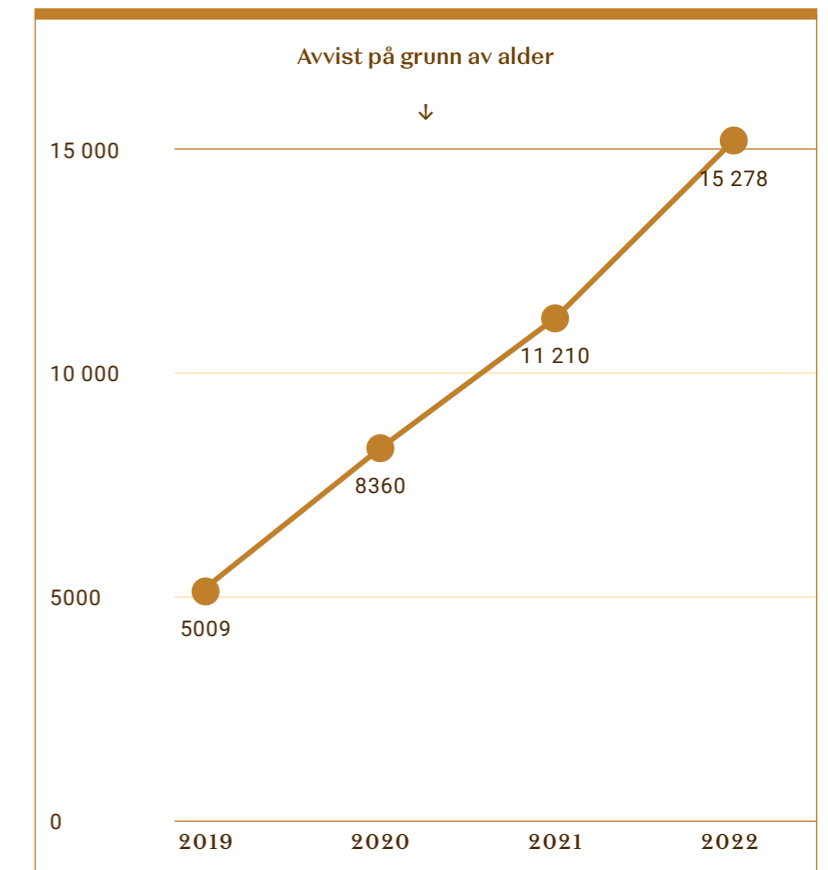
gang opplæringsprogrammer for å gjøre de butikkansatte tryggere i slike situasjoner. Dette kan være en av årsakene til at vi i 2022 avviste flere kunder.

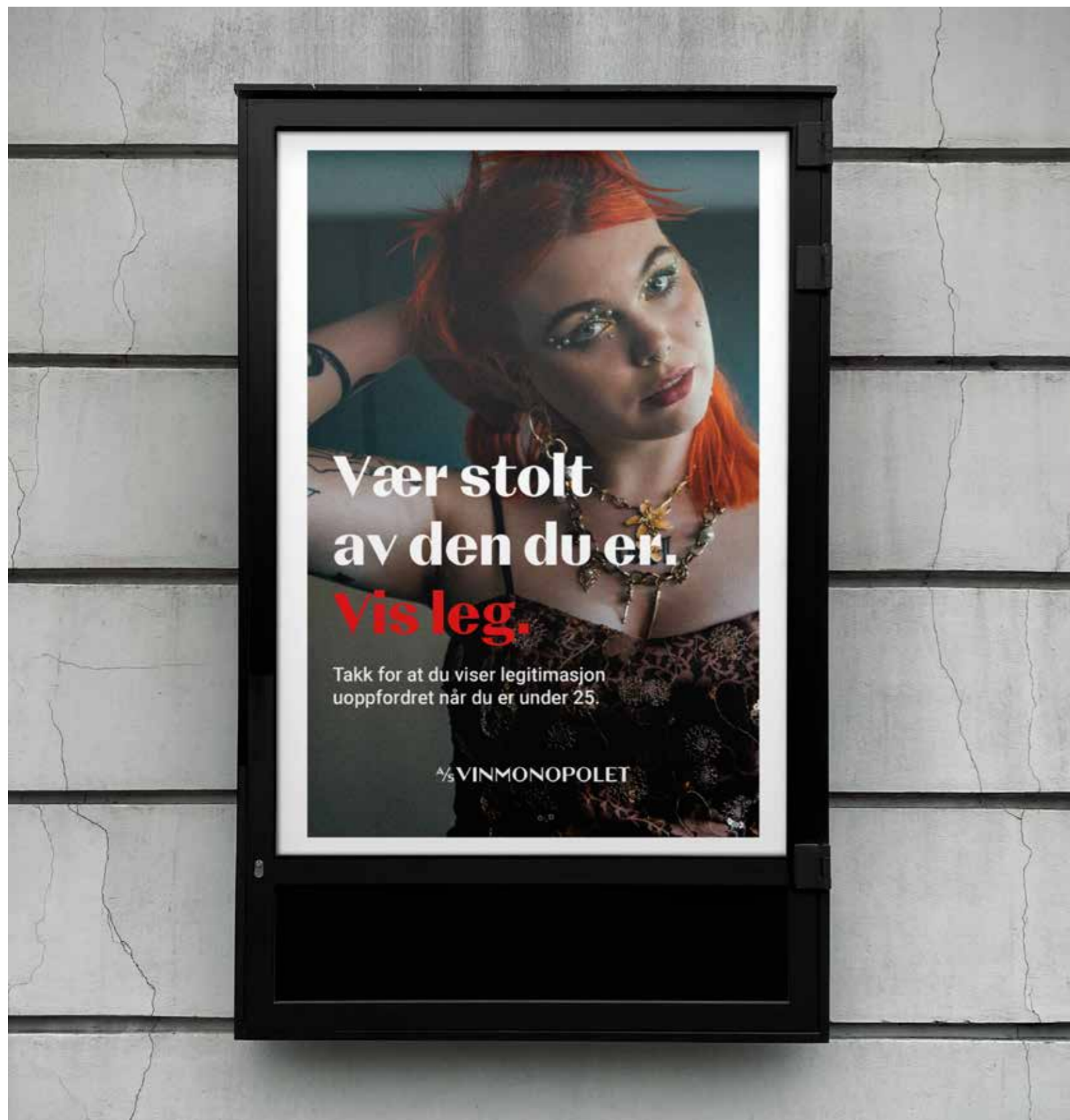
Levering på dør

I februar 2021 stanset Vinmonopolet levering på dør fordi daværende leverandør ikke fulgte Vinmonopolets strenge standard knyttet til ansvarlig salg. I april 2022 startet vi igjen opp tjenesten etter å ha inngått en ny avtale med Bring Home Delivery. Bring Home Delivery har utviklet en ny løsning for ivaretagelse av ansvarlig salg som selskapet har hatt suksess med hos Systembolaget

i Sverige. Løsningen benyttes også ved leveringer for Vinmonopolet, med noen mindre justeringer tilpasset vår driftsmodell.

For ytterligere å sikre at ansvarlig salg ivaretas ved levering på dør, utviklet Vinmonopolet i 2022 e-læring til utleverende personell. E-læringen inneholder casebaserte oppgaver og filmer, som er bygget på de hyppigste utfordringene en sjåfør kan stå overfor i en leveringssituasjon for Vinmonopolet. Sjåføren må bestå en test på slutten av e-læringen for å bli sertifisert for varelevering fra Vinmonopolet. Resultatet på stille alderskontroll for 2022 var 94,4 prosent.





ALDERSKONTROLL



I august 2022 lanserte vi en ny alderskontrollkampanje med hovedbudskapet «Vær stolt av den du er, vis leg». Kampanjen åpnet for refleksjon rundt det å være litt annerledes, samtidig som vi ønsket å bygge selvtillit, trygghet og stolthet over å være den man er.



Utlevering av varer på postkontor

Resultatet på alderskontroll ved utlevering av varer gjennom post i butikk var 67,7 prosent i 2022. Vinmonopolet er i tett dialog med Posten rundt oppfølging og tiltak for å bedre alderskontrollen. En mulighet er obligatorisk aldersregistrering/ID-sjekk for alle våre sendinger, uavhengig av mottakerens alder. Dette er samme rutine som Bring Home Delivery benytter til levering på dør. I fellesskap med Posten har vi laget et e-læringskurs med tilhørende praktiske caser og filmer. Dette er nylig implementert i Postens internopplæring.

Holdningsskapende arbeid

Vinmonopolet gjennomfører årlig alderskontroll- og langingskampanjer for å støtte opp under det viktige arbeidet med ansvarlig salg i butikkene våre. I 2021 ble det laget en ny kampanje, «Vær grei, si nei», som oppfordret målgruppen til å reflektere rundt det å kjøpe alkohol til mindreårige. Kampanjen ble relansert i april i 2022 og var synlig i sosiale medier gjennom hele mai, en tid hvor mange ungdommer prøver alkohol for første gang. Kampanjen fikk bred og god dekning i målgruppen, nærmere halvparten av alle ungdommer har sett den.

I august 2022 lanserte vi en ny alderskontrollkampanje med hovedbudskapet «Vær stolt av den du er, vis leg». Kampanjen åpnet for refleksjon rundt det å være litt annerledes, samtidig som vi ønsket å bygge selvtillit, trygghet og stolthet over å

være den man er. Målet var å få flere i alderen 18 til 25 år til å vise legitimasjon uoppfordret når de handler hos oss. Kampanjen hadde en god spredning i sosiale medier, med i overkant av 1 million eksponeringer på Instagram og Facebook. På Snapchat og TikTok nådde vi i overkant av 1,5 millioner ungdommer, som førte til 17 500 besøk på kampanjesiden vår vis-leg.no. Dette er et meget godt resultat. I evalueringen oppga halvparten at de var blitt mer bevisst på å vise leg etter at de hadde sett kampanjen. 83 prosent av de spurte mente budskapene «Vis leg» og «Vær stolt av den du er» kom godt frem.

I tillegg er det delt ut kjærlighet på pinne til unge mellom 18 og 25 år som uoppfordret viste legitimasjon i butikkene våre. Dette er et tiltak Vinmonopolet begynte med i 2014. Etter en pause under pandemien er tiltaket tilbake. Vi ser det skaper bevissthet og glede rundt alderskontrollen, og det er et fint bilde på omsorgen som ligger bak Vinmonopolets tiltak innenfor ansvarlig salg.

For å øke oppmerksomheten på arbeidet med ansvarlig salg, er det også gjennomført interne kampanjer gjennom året. Det ble laget tre filmer med temaene alderskontroll, langing og beruselse, med tilhørende refleksjonsoppgaver, treningskort og spill. Dette ble gjennomgått på sentrale butikksjefsmøter, i personalmøter i butikk, og ansatte har sett filmene på egen mobil. Alt materiell er tilgjengelig i Polakademiet.

TILBAKEBLIKK ↘

Ansvarelig faghandel siden 1922

1930

Fra svartelister til kjærligheter



I 1930 innførte Vinmonopolet svartelister for å registrere dem som ikke hadde rett til å kjøpe alkohol, og dette systemet levde helt frem til siste del av 1970-årene. Politiet, edruskapskomiteen, fattigvesenet og vergerådet kunne be Vinmonopolet om å svarteliste personer, og listene besto først og fremst av personer som var straffet for alkoholrelaterte lovbrudd. Normalt gjaldt svartelistingen for ett år.

Nasjonale holdningskampanjer
Tidlig i 2000-årene startet vi med våre nasjonale holdningskampanjer med budskap om alderskontroll og langing. De første langingskampanjene hadde som mål å hindre at foreldre kjøpte alkohol til sine mindreårige barn. I 2001 kjøpte mange alkohol til barna, eller ga dem noe hjemmefra når de skulle på fest. «Da vet vi i alle fall hva de drikker», var argumentet. Men kampanjene informerte om at dette ikke var tilfellet. Alkoholen hjemmefra kommer tvert imot på toppen av det de unge får

tak i på annet vis. Kampanjene hadde effekt, og i 2009 viste undersøkelsene en gledelig nedgang i andelen foreldre som kjøpte alkohol til barna sine. Fra 2010 var eldre søsken og venner den viktigste målgruppen fordi denne gruppen nå ble den største leverandøren av alkohol til mindreårige.

Da de første alderskontrollkampanjene ble gjennomført i slutten av 1990-årene, opplevde våre medarbeidere det som vanskelig å spørre alle unge om å vise legitimasjon. Våre holdningskampanjer har derfor lagt vekt på at alle mellom 18 og 25 år skal vise leg uoppfordret. I 2010 var det for første gang flere som viste leg uoppfordret enn de vi måtte spørre om leg.

I 2014 begynte vi å dele ut kjærlighet på pinne til ungdom som viste leg uoppfordret. Dette ble veldig populært, og vi har fortsatt med dette tiltaket. Det gir et fint bilde på omsorgen som ligger bak Vinmonopolets tiltak for å sikre ansvarlig salg.

ALKOHOL OG SAMFUNN

Flere mener Vinmonopolet bidrar til lavere alkoholkonsum

I 2022 mente 53 prosent at Vinmonopolet bidrar til å begrense nordmenns alkoholkonsum. Dette er en økning på fem prosentpoeng i forhold til året før, viser en undersøkelse Opinion har gjort på vegne av Vinmonopolet.

Hvert år spør Vinmonopolet, i samarbeid med en ekstern samarbeidspartner, et representativt utvalg om deres holdninger til Vinmonopolet og norsk alkohopolitikk. Vinmonopolet skal legge til rette for et ansvarlig alkoholkonsum, og målet vårt er at 60 prosent mener at Vinmonopolet bidrar til lavere konsum. I 2022 svarte 53 prosent ja på dette, mot 48 prosent i 2021.

Fremmer drikkekultur

Ansvarelig alkoholkonsum og god drikkekultur er ofte sammenfallende. Derfor fremhever vi mat og drikke i kombinasjon, alkoholfritt, smaksopplevelser og det varefaglige i møter med kundene våre, enten de er i butikk, på nettet, i kundemagasinet Vinbladet eller podkast. Hensikten med kommunikasjonen er å bygge bevissthet rundt varene vi selger, ikke drive mersalg eller markedsføring. Vinmonopolet er til stede i sosiale medier, men med innhold utelukkende knyttet til ansvarlig salg, et begrenset konsum, alderskontroll eller bærekraft. I 2022 hadde vi i tillegg mange saker rundt Vinmonopolets historie. Vi publiserer også praktiske og nøkterne tekster knyttet til nedetid på vinmonopolet.no eller åpningstider på Polet. Vinmonopolet er underlagt alkoholareklameforbudet og vi har ingen kampanjer eller tiltak for å øke salget. Dette, kombinert med alkoholavgifter og begrenset tilgjengelighet, er med på å redusere alkoholkonsumet i Norge.

Alkoholbruk når man er sammen med barn

Julen er barnas høytid og samtidig en tid der voksne gjerne drikker litt mer enn de pleier. I 2021 gjennomførte vi en kampanje med hovedbudskapet «Hvor mye kan du drikke før du ikke lenger er den mammaen, pappaen eller bestemoren du ønsker å være?» Hensikten var å få målgruppen til å reflektere over

eget alkoholkonsum i samvær med barn. Vi gjentok denne kampanjen i desember 2022.

Lokale butikksjefer

I vårt holdningsarbeid er det gjerne butikksjefer rundt omkring i Norge som formidler budskapene i sine lokale medier. Dette er et systematisk arbeid der butikksjefene kurses og følges opp. I 2022 hadde vi svært mange lokale oppslag knyttet til Vinmonopolets rolle som ansvarlig faghandel i 100 år og økt interesse for alkoholfritt. Vinmonopolet samarbeider også med alkoveitorganisasjoner som Av-og-til for å styrke holdningsarbeidet.

Alkoholfritt

En viktig forbrukertrend er knyttet til sunnhet og helse. Stådig flere ønsker måtehold og ser at en reduksjon i alkoholkonsumet kan ha en stor helsegevinst. Dette harmonerer med Vinmonopolets mål om å begrense alkoholkonsum og skader. Vi jobber bevisst med å tilby produkter og veilede om alkoholfritt til ulike matretter og anledninger. I 2022 lanserte vi 30 nye alkoholfrie produkter i vårt basisutvalg. Det ble også gjennomført en intern konkurranse om å lage Polets jubileumsmocktail. Denne fikk mye oppmerksomhet internt, og oppskriftene ble kommunisert på nettsidene våre. Økt fokus og utvalg på Polet kombinert med en generell helse-trend har gitt en dobling i salget av alkoholfritt på Vinmonopolet de siste fem årene. Bare i 2022 økte salget med 12 prosent sammenlignet med året før.



MAT OG VIN



Ansvarelig alkoholkonsum og god drikkekultur er ofte sammenfallende. Derfor fremhever vi mat og drikke i kombinasjon og det varefaglige i møter med kundene våre, enten de er i butikk, på nett, i kundemagasinet Vinbladet eller podkast.



ALKOHOLFRIIT



I en intern konkurranse ble mocktailen «Honey Bee», komponert av medarbeidere på Polet i Arendal, kåret til Polets jubileumsdrikk.

ALKOHOLKONSUM OG SAMFUNNSKOSTNADER



I januar 2022 publiserte Oslo Economics rapporten «Samfunnskostnader ved alkoholbruk». Rapporten slår fast at vinmonopolordningen bidrar med en betydelig økonomisk gevinst for samfunnet i form av reduserte utgifter til helseskader.

Ifølge rapporten er de største samfunnskostnadene forbundet med alkoholbruk relatert til tapt helse og livskvalitet, høyere sykefravær, redusert produktivitet og behandlingkostnader i helse- og omsorgstjenesten. Estimaten fra Oslo Economics viser at samfunnskostnadene ville økt betydelig dersom alkoholkonsumet per innbygger hadde økt. Det er få europeiske land som har samme drikkemønster som Norge, og rapporten viser til at Irland kan gi et godt sammenligningsgrunnlag fordi landet har samme drikkemønster. Innen tapt helse og livskvalitet, hvor samfunnskostnadene er størst, anslår Oslo Economics at kostnadene vil øke fra om lag 70–80 milliarder kroner til om lag om lag 120–140 milliarder dersom Norge fikk et



alkoholkonsum tilsvarende Irland. Et mer risikofylt drikkemønster og økt forbruk tilsvarende Belarus kan innebære en ytterligere økning i samfunnskostnader med 10 prosent, ifølge rapporten fra Oslo Economics.

↓ Alkoholkonsum i Norge sammenlignet med Irland og Belarus (antall liter ren alkohol per innbygger over 15 år)

NORGE

7,1

IRLAND

12,7

BELARUS

11,0

ALKOHOL OG SAMFUNN

Systematisk arbeid med produktkvalitet

Vi jobber systematisk for å sikre at alle produktene vi selger, har riktig kvalitet og er korrekt beskrevet. I 2022 prioriterte vi å analysere plantevernmidler og pesticider i vin, samt bruk av tilsetningsstoffet propylenglykol. I tillegg startet vi et viktig arbeid for å kontrollere geografisk opprinnelse og autentisitet i vin.

Målet er å at sikre at kundene våre får riktig informasjon om produktene de kjøper hos oss, og at innholdet har den kvaliteten man forventer og har betalt for. Vi utfører stikkprøver for å kontrollere at produktene ikke inneholder uønskede kjemiske komponenter, og at innholdet er i overensstemmelse med gjeldende EU-regelverk. Produkter med manglende merking vil normalt bli sperret for salg inntil feilene er rettet opp. For å sikre at vi til enhver tid har oppdatert informasjon om fremmedstoffer, helseeffekter og analysemetodikk er vi representert i OIV (International Organisation of Wine) under kommisjonene for analysemetodikk, og forbrukersikkerhet. Vinmonopolet har i tillegg tett samarbeid med kvalitetsavdelingene i de andre nordiske monopolene for utveksling av informasjon, analyser og varslings ved alvorlig produktfeil.

Plantevernmidler

I 2022 la vi særlig vekt på om det finnes rester av plantevernmidler og pesticider i vinene våre. Mange vinbønder bruker insektmidler og andre kjemikalier for å bli kvitt muggsopp, insekter, og lignende i vinmarken. Vi ønsket å sjekke om det finnes rester av disse kjemikalierene i vinene våre. Dette er kostbare analyser, og det ble tatt 17 prøver av ulike, bestselgende viner, fordelt geografisk. Resultatet fra prøvene viste at samtlige var innenfor regelverket i EU.

Propylenglykol

Propylenglykol er et kjemisk stoff, en fargeløs og tilnærmet luktfri væske, som brukes i relativt stor skala, blant annet i kosmetikk, mat og medisiner. Det kan også tilsettes drikkevarer, spesielt brennevin og ferdigdrinker, for å øke viskositeten og gi en bedre munnfølelse. Internasjonalt opereres det med ulike grenseverdier for bruk av propylenglykol. Produkter på det skandinaviske

markedet følger det europeiske regelverket. I 2022 satte vi i gang et samarbeidsprosjekt med de andre nordiske monopolene for å kartlegge bruk av propylenglykol i ulike produktgrupper. Totalt ble det tatt 39 stikkprøver, hvorav samtlige var innenfor regelverket.

Produktautentisitet

Kjemiske analyser kan hjelpe til å avsløre forfalskninger i vin og brennevin, og analyser kan fastslå om en vin for eksempel kommer fra Piemonte, eller om den er blandet druer fra andre områder. I 2022 ønsket vi å verifisere at vin fra ulike områder i Italia hadde korrekt geografisk identitet. Det kan være lettjente penger for en produsent å fuske med druematerialet i vinen. Heldigvis viste analysene våre at geografisk opprinnelse var riktig angitt.

Korrekt merking

Vi tok ut 1 600 prøver for analyse. Analysene avdekker om merking og beskrivelse av produktet er korrekt, samt at innholdet er i samsvar med gjeldende regelverk. Vi opplever at det er størst avvik på vin og øl, og noe mindre på brennevin. I 2022 fant vi avvik på om lag 10 prosent av prøvene. Dette er det samme som året før. Spesielt ser vi på alkoholinnhold, allergener, volum, sukkerinnhold og tilsetningsstoffer. Det er svært sjelden at det er feil merking av alkoholinnhold. De aller fleste avvik er knyttet til sukkerverdier. Når det er feil, blir informasjonen rettet på nettsidene våre slik at våre kunder får korrekt informasjon. Det skjer svært sjelden at vi stopper et produkt for salg på grunn av feil merking. Vi hadde ingen tilfeller av dette i 2022.

Volum

For å sikre at produkter på kartong eller pose er fylt med korrekt volum,

kontrollerer vi årlig om lag 25 prosent av sortimentet. I 2022 gjennomførte vi stikkprøver på 260 kartonger med vin. Dersom vi finner et produkt som er i grenseland når det gjelder voluminnhold, foretas det en utvidet kontroll. Hvis alle produktene i kontrollen ligger under fyllingsnivået, defineres det som en systematisk underfylling og vi igangsetter tiltak. I 2022 ble det funnet avvik på to vinbokser. Leverandøren ble kontaktet, og det ble gjort tiltak for å sikre korrekt volum.

Reklamasjoner og eksplosjoner

Vi har som mål at ingen skal bli syke etter å ha drukket produkter fra Vinmonopolet, eller bli skadet som følge av produkt eksplosjoner. I 2022 ble det reklamert på 0,07 prosent av produktene. Dette er omtrent det samme som året før. Det er ikke vekstvilkår for sykdomsfremkallende bakterier i alkoholholdig drikke. Eventuell vekst av gjær og melkesyrebakterier kan gi uønsket lukt og smak, men det vil ikke være skadelig å få i seg. Generelt er varene vi selger, stabile og holdbare, og det ble i 2022 ikke registrert sykdom eller personsaker knyttet til produktene våre.

Produkter som eksploderer, kan gi alvorlige personsaker. Det ble registrert 13 eksplosjoner i 2022, men ingen innmeldte skader. Vi følger nøye med på det som meldes inn, for å avdekke eventuelle feil under tapping eller feilproduksjon på flaskene. Dersom vi oppdager feil, sperres produktet umiddelbart for salg. Vi hadde ingen tilfeller av dette i 2022.

VINMONOPOLETS ANALYSER ENDRET EU-REGELVERK



Vi tar jevnlig ut prøver til analyser av OTA (ochratoksin A), kobber, PFAS (fluorerte organiske forbindelser), plantevernmidler og gluten. I 2022 prioriterte vi plantevernmidler og geografisk opprinnelse, mens vi i 2020 og 2021 la vekt på PFAS.

PFAS er organiske forbindelser som inneholder fluor, og brukes blant annet i skismøring, klesindustrien, teflon og impregnering. I 2020 tok Vinmonopolet ut 20 viner fra Veneto til analyse, og resultatene påviste PFAS i samtlige. For å finne ut om forurensingen bare var knyttet til Veneto, utvidet vi kontrollen med 19 prøver fra sentrale vindistrikter i hele Europa. Det ble påvist PFAS i 18 av prøvene. Analysene våre ble sendt til Mattilsynet, og dette har resultert i at vin nå er inkludert i EUs overvåkingsorgan for PFAS. Det er gledelig å se at arbeidet vårt bidrar til forbedringer internasjonalt. Dette bekrefter og viser at Vinmonopolet er en foregangsvirksomhet internasjonalt når det gjelder produktsikkerhet.



PRODUKTKVALITET



Mange vinbønder bruker insektmidler og andre kjemikalier for å bli kvitt muggsopp, insekter, og lignende i vinmarken. I 2022 viste våre analyser at rester av plantevernmidler i vin er innenfor EUs regelverk.

TILBAKEBLIKK ↓

2002

Metanol-dødsfall knyttet til smuglersprit

Høsten 2002 opplevde man over natten et stort antall sykehusinnleggelseser og dødsfall knyttet til metanolforgiftning. Mattilsynets undersøkelser avdekket metanolholdig sprit i utelivet, solgt på originalemballasje som kunne se ut som det var kjøpt på polet. Det viste seg etter hvert at metanolen kom fra en organisert smuglervirksomhet, uten noe tilknytning eller salg gjennom Vinmonopolet. I ettertid

opplevde Vinmonopolet stor og varig vekst i salget av vodka i områder der smuglerbanden hadde operert, nord på Østlandet.

Den tragiske hendelsen førte til at Vinmonopolet sluttet å ta retur av brennevin. I tiden under og etterpå dobbeltsjekk polansatte forseglingen på brennevinflaskene i hyllene. Forbudet mot retur gjelder fremdeles.

Ansvarlig faghandel siden 1922

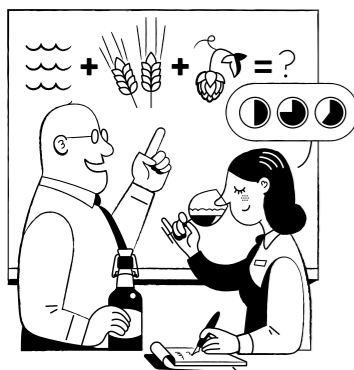
GOD OG INKLUDERENDE ARBEIDSPASS

Kunnskapskultur, trivsel og inkludering

Det er ikke tilfeldig at de som handler hos oss ofte skryter av kompetansen de møter i våre butikker. Vi har gjennom mange år jobbet bevisst for å skape en kunnskapskultur og ta vare på våre medarbeidere. Dette arbeidet fortsetter inn i ny strategi. Vi skal være rå på fag, stolt hver dag og best sammen som lag.



FRA VESENTLIGHETS-ANALYSEN



Motiverte og faglig dyktige ansatte er avgjørende for å være en attraktiv arbeidsplass og for å gi god veiledning til våre kunder. Vi satser derfor spesielt på:

→ Kompetanseutvikling



Motiverte og faglig dyktige medarbeidere er nøkkelen til vårt gode omdømme, og grunnlaget for å bevare vinmonopolordningen. Vi skal være best på kundemøtet og best på ansvarlig salg. Polakademiet ble lansert i 2021 og er vårt læringsunivers. Den består av digitale og fysiske kurs, digitale læringsspill og ulike aktiviteter og digitale læringsspill for alle medarbeidere. Våre medarbeidere bruker Polakademiet som en kunnskapsbank hvor de lett kan finne opplæring som passer sitt kompetansenivå, samt øvrige verktøy de trenger for å skape gode kundeopplevelser. Ved utgangen av 2022 inneholdt Polakademiet 229 læringskurs, hvorav 22 kurs ble utviklet i 2022. Kursene gjennomføres individuelt i ledige stunder.

↓ Polakademiet

GJENNOMSNIITTLIG TID HVER ANSATT BRUKER I POLAKADEMIET PER ÅR

23,2 timer



TOTALT ANTALL TIMER BRUKT PÅ LÆRING I POLAKADEMIET

60 000

↓ Digitale læringsspill



GJENNOMSNIITTLIG SPILLETID PER SPILLER

1,3 timer

TOTALT ANTALL TIMER BRUKT PÅ OPPLÆRING I 2022

61 526,5

Selvstudier

Medarbeidere som har bestått obligatorisk opplæring kan søke på et av våre selvstudier. I 2022 var det mulig å søke på studier innen følgende temaer: WSET nivå 3, øl, musserende vin fra hele verden, Burgund, Australia og New Zealand, mat og drikke og Nord-Amerika. 40 medarbeidere gjennomførte med bestått eksamen. Selvstudie innebærer deltagelse på 18 to-dagers samlinger, studietur og en avsluttende eksamen. I 2022 arrangerte Vinmonopolets opplæringsenhet 13 studieturer, seks reiser for 2022-kullet og syv reiser for 2021-kullet.

Digitale live-smakinger

Under korona lanserte vi et nytt konsept med digitale live-smakinger. Her smaker man sammen med kollegaer mens kursholderen leder smakingen digitalt. Dette ble et populært tiltak under korona, og vi fortsatte i 2022 med fem digitale live-smakinger på henholdsvis whisky, Burgund, musserende og grunnsmaker mat og drikke. Totalt var 1999 medarbeidere med på en digital smaking i fjor.

Vi deler vår kunnskap

Vår bevisste satsing på opplæring har gitt oss svært mange eksperter innen ulike fagfelt. Disse har mulighet til selv å bli kursholdere, både på interne og eksterne kurs. Vinmonopolet har i fem år tilbudt kurs rundt omkring i Norge. Kursene dekker ulike temaer, fra det grunnleggende om vin eller brennevin til utforskning av ulike land og vindistrikter. Deltagerne veiledes gjennom smaking av ulike produkter. Etter en lang pause på grunn av korona, startet de populære kursene opp igjen på slutten av 2022. Fra oktober til desember arrangerte vi 33 kurs med nesten 900 deltakere.

Ledertrening

Ledertreningen kom ordentlig i gang i 2022 og vi har gjennomført flere etterlengtede kurs for våre ledere. Ledertreningen går over fire samlinger på to dager spredt ut over hele året. To grupper med butikksjefer er i gang, samt ledergruppen og distriktssjefene.

Trivsel

I tillegg til å sikre god opplæring og videreutvikling for våre medarbeidere, er vi opptatt av at alle skal trives på jobb. Resultatene fra medarbeiderundersøkelsen (2022) viser at vi har svært engasjerte medarbeidere og et godt arbeidsmiljø. Vi skårer høyt på ledelse og våre medarbeidere uttrykker at de er tilfredse med lederne sine. Resultatene viser også en fremgang på de fleste indekser fra forrige medarbeiderundersøkelse, og vi er stolte over at vår eNPS på 42 viser at vi har en høy andel ambassadører som vil anbefale en jobb i Vinmonopolet. Det er allikevel mulig å forbedre oss, så vi fortsetter å iverksette relevante tiltak for å beholde vår høye medarbeidertilfredshet. For å lykkes med våre mål og strategier er vi helt avhengig av å fortsette å utvikle de medarbeiderne vi har og tiltrekke oss den kompetansen vi trenger fremover.

Våre medarbeidere

Ved utgangen av 2022 var vi 2 014 faste ansatte. I tillegg har vi 37 midlertidig ansatte (23 kvinner og 14 menn). Til sammenligning var det i 2021 1 935 faste ansatte og 121 midlertidig ansatte (77 kvinner og 44 menn). Vi har tradisjonelt hatt få midlertidig ansatte, men gjennom koronapandemien hadde vi en økning i antallet midlertidig ansatte på grunn av økt behov for bemanning i butikkene som følge av økt omsetning og et økt antall kunder. Ved utgangen av 2022 er vi nå tilbake til omtrent samme antall som før pandemien.



Gjennomsnittsalderen i Vinmonopolet er 46,5 år og andelen medarbeidere over 50 år er 46 prosent. Dette er en økning fra 2021 da andelen var 41 prosent.

Heltid- og deltidsansatte

Av andelen ansatte er 668 heltidsansatte og 1346 deltidsansatte. Det er et mål for Vinmonopolet at våre medarbeidere skal ha kontraktstørrelser som i størst mulig grad er i tråd med medarbeiders ønsker, balansert mot eiers forventning om effektiv drift. Flere av de som jobber deltid har uttrykt ønske om å øke størrelsen på deltidskontraktene. I 2018 ble et partssammensatt utvalg deltid (PUD) nedsatt for å se på hvordan vi kan øke størrelsen på deltidskontrakter kombinert med opprettholdelse av effektiv drift. Dette arbeidet fortsetter i 2023.

Nyansettelser i 2022

I 2022 har vi ønsket 85 nye kollegaer velkommen. Dette er 25 flere enn i 2021. Av disse var det 51 kvinner og 34 menn. Antallet nyansettelser i Vinmonopolet varierer fra år til år og beror blant annet på antallet nyåpninger og utvidelser.

Turnover i 2022

Turnover i 2022 endte på 9,34 prosent. Dette er høyere enn tidligere år, og høyest blant våre yngre og eldre medarbeidere. Vi ser at yngre medarbeidere oftere bytter arbeid og at flere medarbeidere er over 60 år slutter i forbindelse med at det går over på avtalefestet pensjon eller alderspensjon. Til sammenligning var turnover i 2021 6,63 prosent.

Vinmonopolet tilbyr seniorkurs i regi av Statens pensjonskasse til medarbeidere som ønsker å gå av med pensjon for å lette overgangen fra arbeidsliv til pensjonisttilværelse.

Likestilling

Arbeidet med likestilling er en viktig del av vår personalpolitikk. Dette gjelder ved rekruttering, kompetanseutvikling, lønnspolitikk og arbeidsvilkår. Vi ønsker en mest mulig jevn fordeling mellom kjønn. Ved utgangen av året var det 65 prosent kvinner og 35 prosent menn i Vinmonopolet. Fordelingen mellom kjønn i lederstillinger er 57 prosent kvinner og 43 prosent menn.

Vi har de seneste årene fått en økt andel kvinnelige ledere, og utviklingen har holdt seg stabil. Til sammenlikning var andelen ledere i

2018, 55 prosent kvinner og 45 prosent menn. Vi ser likevel at vi fortsatt har et potensiale for flere kvinnelige butikk-sjefer. Vinmonopolet deltar i SHE Index hvor vi for 2022 oppnådde en poengindeks på 85 av 100. Her har vi gått ned fra 91 poeng fra i fjor. Noe av årsaken kan være færre kvinner i ledergruppen sammenlignet med året før. Det er rekruttert en ny kvinnelig kjededirektør, og sammensetningen av ledelsen i 2023 er like mange av hvert kjønn. SHE Index måler hvor gode norske selskaper er på kjønnsbalanse, og gjennomføres i samarbeid med rådgivnings- og revisjons-selskapet EY. Poengindeksen viser at vi selv med en liten nedgang fra 2021, har gode resultater knyttet til kjønnsbalanse i selskapet.

Lønnsfastsettelse

Alle våre medarbeidere i butikk har tariff-lønn som sikrer lik lønn mellom kjønn. For utfyllende info om likestilling se likestillings- og diskrimineringsredegjørelse på vinmonopolet.no.

Inkludering og mangfold

Vi har vi et mål om å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell orientering, samt kulturell bakgrunn. Derfor jobber vi aktivt for å ansette mennesker med ulik bakgrunn og fremtidige medarbeidere skal vite at vi setter pris på mangfold. Dette er et uttalt mål i vår rekrutteringsprosess og et fast punkt i alle stillingsutlysninger. Vi opplever imidlertid få søkere fra kulturer der rusmidler generelt, og alkohol spesielt, er mot deres religiøse overbevisning.

Personer med nedsatt funksjonsevne

Arbeid i våre butikker er tidvis fysisk krevende. Vi jobber for å redusere antall medarbeidere som slutter grunnet full uførepensjon og ser viktigheten av at medarbeidere med særskilte behov skal kunne stå lenger i jobb. Det tilrettelegges derfor så langt det er praktisk mulig for denne gruppen medarbeidere.

Praksisstudenter og arbeidstrening

Så langt det lar seg gjøre, etterstreber vi å ta imot praksisstudenter for kortere og lengre perioder, både i butikk og på kjedekontoret. Vi ønsker å bidra med å gi personer som har falt ut av arbeidslivet en mulighet til å få relevant praksis i form av arbeidstrening gjennom NAV. Hos oss får de arbeidserfaring i form av arbeidstrening hvor de får opplæring og en referanse som gjør at de lettere vil kunne komme tilbake til arbeidslivet.

Dette administreres av den enkelte butikk/avdeling.

Yrkesaktivitet etter 50 år

46 prosent av medarbeiderne våre er over 50 år, og gjennomsnittlig ansettelsestid er lang. Dette indikerer at medarbeiderne trives i jobben og at vi tar vare på våre medarbeidere. Ved rekruttering oppfordres alle aldersgrupper til å søke, og 20 prosent av nyansatte i 2022 var over 50 år.

Nærvær og helsefremmende tiltak

Vi ønsker å ha et jobbnærvær som reflekterer at vi er en av Norges beste arbeidsplasser. Sykefraværet var for 2022 totalt 6,71 prosent, hvorav 2,23 prosent var egenmeldt og 4,48 prosent var legegmeldt. Siden 2017 har vi jobbet aktivt med å redusere sykefraværet og øke nærværet. I perioden 2016 – 2019 ble sykefraværet betydelig redusert og vi ser at et systematisk nærværarbeid har effekt. I 2020 ble det derfor iverksatt et forsterket nærværarbeid for å motvirke eventuelle konsekvenser av den ekstra arbeidsbelastningen som følge av pandemien gjennom perioden 2020 – 2022. En egen arbeidsgruppe for nærvær ble etablert og jobber med utvikling og implementering i av forebyggende tiltak og arbeidsmiljøtiltak. Vi jobber også aktivt for å forhindre frafall

fra arbeidslivet hos egne medarbeidere og jobber for at restarbeidsevnen skal brukes i størst mulig grad.

Helse, miljø og sikkerhet (HMS)

Vi er opptatt av at opplevelsen av sikkerhet i butikk skal føles høy for både kunder og medarbeidere. Basert på en økning i antall registrerte trusler mot våre medarbeidere, har det i 2022 blitt gjennomført en risikovurdering spesielt for våre kategori 1-butikker (kun en på jobb). Det er også utført enkeltstående risikovurderinger på spesielt utsatte, større butikker i de store byene, og da spesielt i Oslo. Dette for å se på hvilke tiltak som kan iverksettes for å snu den trenden.

I 2022 ble det endelig igjen mulig for verneombudene å besøke butikkene i sine verneområder fysisk. Dette ble satt pris på både av butikkmedarbeidere og verneombudene selv. Det har også vært jobbet mye med å videreutvikle samarbeidet mellom vernetjenesten og lederne i butikkene det siste året. Det har vært gjennomført flere vellykkede arbeidsmøter, og rollen til våre over 50 verneombud har blitt både forenklet og tydeliggjort.

Arbeidsmiljøutvalget (AMU) gjennomførte fire ordinære og to ekstraordinære AMU-møter i 2022. AMU har som en del av sitt arbeid initiert et forbedringsprosjekt og nedsatt en arbeidsgruppe knyttet til Akan-arbeidet i virksomheten. Arbeidsgruppen skal bidra til fornying

og forbedring av dette arbeidet i bedriften og har valgt å jobbe tett med Akan kompetansesenter. Dette har til nå har resultert i nye retningslinjer for hvordan håndtere rusmiddelbruk og spill i virksomheten.

Antallet HMS-avvik knyttet til uønskede hendelser økte fra ca. 300 til 400 i fjor. Dette indikerer at våre medarbeidere har blitt oppmerksomme på at det er viktig og riktig å skrive avvik som en del av arbeidet med å skape forbedringer ute i butikkene. Med flere registrerte avvik blir det lettere å avdekke trender og sette inn riktige tiltak for å forhindre tilsvarende uønskede hendelser i fremtiden.

Arbeidet med HMS-planlegging og -oppfølging har fungert bedre enn noen gang tidligere, og butikkene har jobbet veldig godt med å gjennomføre de planlagte tiltakene i 2022.

Fagforeningene i Vinmonopolet

For å lykkes med våre mål og ambisjoner legger vi til rette for et godt parts-samarbeid mellom ledelse og fagforeninger, og er opptatt av å utøve tillitsbasert ledelse i alle ledd.

Vinmonopolet har overenskomster med tre fagforeninger. Totalt er 69 prosent av medarbeiderne organisert i fagforening. Foreninger som er representert er Funksjonærklubben i Vinmonopolet (FKV), Akademikerforbundet i Vinmonopolet (AV) og Delta.

VINMONOPOLETS AMBISJON



Vinmonopolet har som ambisjon å være «Rå på fag, stolt hver dag – best sammen som lag».

Vi vet at motiverte og faglig dyktige medarbeidere er avgjørende for å ha et godt omdømme, være en attraktiv arbeidsplass, og for å gi god veiledning til våre kunder. Derfor har vi stort fokus på kompetanseutvikling, likestilling, mangfold og HMS.



TILBAKEBLIKK ▾

1945

Kvinnekamp og likestilling



Ansvarlig faghandel siden 1922

Kvinner var fraværende i Vinmonopolets drift på 1920-, 30- og 40-tallet. Etter hvert begynte kvinner å bli noe mer synlige. De ble imidlertid forhindret i å søke stillinger de var faglig kvalifisert for, og gjerne oppfordret til å jobbe deltid som sekretær, renholder eller kantinearbeider. På 1950- og 60-tallet var det kun menn i ledende stillinger.

Heldigvis er situasjonen annerledes i dag. Vi har flest kvinnelige medarbeidere og både administrerende direktør og styreleder er en kvinne. Fremdeles har vi utfordringer, blant annet har vi mange kvinner i deltidsstillinger. Så vi er ikke helt i mål, meneldigvis har vi – som resten av samfunnet – kommet veldig langt i forhold til arbeidslivet på 1950- og 60-tallet.

GOD FORRETNINGSETIKK

Gode mekanismer hindrer uønsket påvirkning

Vinmonopolordningen har en iboende risiko for korrupsjon, og vi har etablerte mekanismer for å hindre at leverandører påvirker innkjøpene våre. Vinmonopolet behandlet ingen saker om brudd på etiske retningslinjer i 2022.

FRA VESENTLIGHETS-ANALYSEN



Vinmonopolet er en ansvarlig samfunnsaktør. Vi behandler våre leverandører likt, jobber aktivt imot og har nulltoleranse for korrupsjon.



Monopolordningen har en iboende risiko for korrupsjon. Følgene av å ikke være en del av Vinmonopolets utvalg, og den økonomiske fordelene med å være i Vinmonopolets utvalg, er store for produsenter og grossister, noe som skaper risiko for uønsket påvirkning av Vinmonopolets beslutninger.

Forebyggende tiltak

For å redusere risikoen har Vinmonopolet nedfelt klare etiske retningslinjer for våre medarbeidere. Alle ansatte i Vinmonopolet må gjennom en årlig gjennomgang av retningslinjene med dilemmadiskusjoner i etterkant. I fjor, som året før, foretok vi noen tilpasninger av retningslinjene. Det er viktig at de til enhver tid oppleves relevante og aktuelle for våre medarbeidere. Vi behandlet ingen saker om brudd på etiske retningslinjer i 2022.

Vinmonopolets etiske retningslinjer speiles i tilsvarende krav i avtalen med våre leverandører, både hva gjelder forbud mot forhold som kan være egnet til å gi mulighet for uønsket påvirkning, og detaljregulering av møtepunkter. Dette skal sikre etterprøvbarhet og åpenhet, og innebærer konsekvenser ved brudd. Vi opplevde ingen brudd i 2022.

Regler for innkjøp av alkoholholdige drikkevarer

Innkjøpsprosessen for alkoholholdige drikkevarer er regulert i forskrift om Vinmonopolets innkjøp. Forskriften

bestemmer at innkjøp skal skje innenfor alkoholpolitiske rammesvilkår. Likebehandlingsprinsippet er særlig sentralt i Vinmonopolets innkjøpsregler, sammen med forutsigbarhet, konkurranse og etterprøvbarhet.



Lokal liste og spesialutvalg

Vinmonopolets innkjøpsprosesser er utsatt for risiko for uønsket påvirkning, og da særlig de forretningsprosessene som er tilknyttet lokal liste og spesialutvalg, fordi prosessen for disse kjøpene i større grad bygger på vurdering av enkeltpersoner. Lokal liste inneholder produkter butikkene på grunn av lokal etterspørsel selv velger å ta inn i sin butikk. For å unngå forskjellsbehandling og risiko for uønsket påvirkning har vi egne etterprøvbare rutiner for gjennomføring med definerte begrunnelser for slike kjøp som må dokumenteres. Det er en begrensnings av hvor mange produkter hver enkelt butikk kan ta inn på sin lokale liste, og en rutine for dette. For å unngå forskjellsbehandling og uønsket påvirkning har vi også regler om leverandørbesøk i butikk, både i vår

leverandøravtale og i våre etiske retningslinjer, i tillegg til detaljerte regler for prøvesmaking for å begrense mulighetene for uønsket påvirkning.

Spesialutvalget omfatter produkter som kjøpes inn for lansering i spesialbutikker og spesialslipp på nettet. Produkter som skal lanseres i spesialutvalget, må oppfylle en serie vilkår relatert til kvalitet, tilbud og etterspørsel. Vi erkjenner at innkjøpene i spesialutvalget har økt risiko for uønsket påvirkning, og vi har derfor utarbeidet en grundig og detaljert rutine for innkjøp av produkter til spesialutvalget for å demme opp for disse utfordringene.

Klager

Dersom man er uenig i Vinmonopolets beslutning om innkjøp, er det adgang til å få prøvd beslutningen av en uavhengig nemnd oppnevnt av Helse- og omsorgsdepartementet. Nemnda kan oppheve en beslutning om prisfastsettelse, om innkjøp av et produkt eller om stansing av videre innkjøp som ikke er i samsvar med innkjøpsforskriften, og skal ved dette sikre at Vinmonopolet likebehandler tilbydere, leverandører og produkter. Vinmonopolet fikk inn fem klagesaker i 2022. Det foreligger ingen avgjørelse av klagesakene fra 2022 per i dag.

Regler for innkjøp av driftsmidler

Vinmonopolets innkjøp av andre varer enn alkoholholdig drikk gjøres etter

lov om offentlige anskaffelser. Innkjøpene våre baserer seg så langt det lar seg gjøre, på konkurranse, og vi er oppatt av å ivareta hensynet til forutsigbarhet, transparens, likebehandling og etterprøvbarhet i anskaffelsesprosessen.

Klagenemnda for offentlige anskaffelser (KOFA) håndterer klager som gjelder brudd på regelverket for offentlige anskaffelser. Vinmonopolet hadde i 2022 ingen klager til KOFA.

Varslingskanal

Vi ønsker å varsles om kritikkverdige forhold. Vår varslingskanal skal gjøre det enkelt og trygt å varsle om kritikkverdige forhold i Vinmonopolet, både i og utenfor Vinmonopolets organisasjon.

Vinmonopolet har tredjeparts mottak av varsler ved KPMG. Dette sikrer varsler full anonymitet.

Vinmonopolets varslingsråd mottok 26 varsler gjennom varslingskanalen i 2022. Ingen av disse ble vurdert å gjelde korrupsjon. Mange av sakene er interne varsler, og det er satt i gang en revisjon av varslingsrutinen for å legge bedre til rette for håndtering av denne typen varsler.

TILBAKEBLIKK ↓

2005

Påstander om uønsket påvirkning

I januar 2005 fremsatte en tidligere ansatt hos vinimportøren Ekjord påstander om at firmaet hadde drevet med smøring av Vinmonopolets medarbeidere. Saken ble slått opp bredt i landets største medier og fikk stor oppmerksomhet gjennom hele året. Det ble en krevende periode for Vinmonopolets ledelse og medarbeidere, for forholdet til våre leverandører og anseelsen utad.

Vinmonopolet hadde et regelverk for kontakt med leverandører. Regelverket hadde blitt oppdatert i 2002, blant annet i forbindelse med innføring av selvbetjening, og omfattet gaver, arrangementer, vareprøver, generell kontakt, m.m.

For å komme til bunns i påstandene engasjerte Vinmonopolet Erling Grimstad, tidligere assisterende direktør i Økokrim. Etterforskningen avdekket ikke alvorlige tilfeller. En granskingsrapport fra Vin- og brennevinsleverandørenes forening (VBF) bekreftet

Ansvarlig faghandel siden 1922

Grimstads konklusjon. VBF konkluderte med at det ikke hadde vært tilfeller av smøring etter at Vinmonopolets nye regelverk kom i 2002.

Granskingen førte imidlertid til vanskelige samarbeidsforhold internt i Vinmonopolet, blant annet som følge av at etterforskningen hadde gjennomgått ansattes e-poster. Ved slutten av 2005 hadde både styreleder og adm. direktør fratrudd sine stillinger.

Det ble ikke avdekket alvorlige misligheter eller ulovligheter knyttet til Ekjord-saken, men den ga en støkk. Den understreker og eksemplifiserer at likebehandling og åpenhet er ekstra viktig for et nasjonalt monopolselskap.

ANSTENDIG ARBEID

En global pådriver

Vinmonopolet skal være en pådriver for anstendige arbeidsforhold og menneskerettigheter i vår bransje. Arbeidet er spisset innen fire temaer, og vi prioriterer tiltak i land der vi har definert en større risiko. I 2022 var vår oppmerksomhet rettet spesielt mot Italia og Sør-Afrika, samt sukkerindustrien i Mellom-Amerika.

FRA VESENTLIGHETS-ANALYSEN



Vinmonopolet er opptatt av at mennesker i vår leverandørkjede skal jobbe under anstendige forhold. Det er spesielt noen risikoer i vår bransje som vi jobber målrettet med:

- Helse og sikkerhet
- Diskriminering, vold og trakassering
- Tvangsarbeid og utnyttelse av sårbare grupper
- Arbeidernes mulighet til å fremme bekymringer på arbeidsplassen



LES MER OM ...

Nordisk samarbeid knyttet til anstendig arbeid



2022 var et år hvor kravene og forventningene til virksomheters arbeid med etisk handel i leverandørkjeden ble skjerpet. Gjennom Åpenhetsloven ble det lovpålagt for større virksomheter å fremme respekt for menneskerettigheter og anstendig arbeid i sin leverandørkjede, samt å redegjøre for dette arbeidet for allmennheten. I ny eierskapsmelding er krav og forventning til bærekraft i statlig eide selskaper tydeliggjort og forsterket.

Vi vil i dette kapitlet redegjøre for våre aktsomhetsvurderinger jf. § 5 i Åpenhetsloven og vårt arbeid med å sikre menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Vinmonopolet har vurdert at de potensielt mest fremtredende negative konsekvenser er knyttet til vår leverandørkjede og våre forretningspartnere, og legger følgelig dette til grunn i vår redegjørelse.

Sikre anstendig arbeid i vår verdikjede

Vinmonopolet har et strategisk mål å være en pådriver for anstendige arbeidsforhold og respekt for menneskerettigheter i vår leverandørkjede. I dette arbeidet er ILOs kjernekonvensjoner, FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og FN Global Compacts prinsipper grunnleggende. Vinmonopolet er medlem av FN Global Compact, Amfori og Etisk Handel Norge. Alle våre leverandører er forpliktet å følge våre Etiske krav, som er basert på amfori Code of Conduct.

Vår tilnærming til arbeidet

Vi følger OECDs retningslinjer for å kartlegge faktiske – og potensielle brudd på våre Etiske krav. Vi retter særlig oppmerksomhet på å identifisere sårbare grupper som kan være utsatt for menneskerettighetsbrudd, og vi søker å sette i gang egne tiltak for å forebygge og begrense negativ innvirkning. Der hvor vi konstaterer faktiske brudd på menneskerettigheter

og anstendige arbeidsforhold, samarbeider vi med produsentene og grossistene med å sette i gang tiltak.

Vi innhenter informasjon om risiko fra blant annet det britiske selskapet VERISK Maplecroft og revisjonsrapporter fra medlemsorganisasjonen i Amfori.

I 2022 signerte de nordiske alkoholmonopolene en felles Human Rights Due Diligence Roadmap. Det nordiske samarbeidet effektiviserer og styrker arbeidet med risikokartlegging, forebygging og oppfølging i våre leverandørkjeder.

Prioriteringer i 2022

Sentralt for våre vurderinger i 2022 har vært Oxfams rapport (2021) om risiko for menneskerettighetsbrudd i den italienske vinindustrien, Fairfood Internationals rapport (2015) om helsefarlige arbeidsforhold i sukkerindustrien i Mellom-Amerika og vår egen rapport fra Sør-Afrika (2017), som blant annet avdekket verbal trakassering som en utfordring i den sør-afrikanske vinindustrien. Ved vurdering av kontrolltiltak ser vi på produsentenes egne aktsomhetsvurderinger og om de er tilknyttet sertifiseringer som minst dekker våre Etiske krav.

I nært samarbeid med vår innkjøpsavdeling ser vi på krav i anbud på nye produkter som et viktig virkemiddel til å sette fokus på anstendige arbeidsforhold internasjonalt. Vi har i 2022 både etterspurt produkter som er Sertifisert etisk og stilt strenge vilkår knyttet til ett eller flere av temaene i våre Etiske krav.

Vi legger vekt på å kommunisere med berørte interessenter og rettighetshavere i vår kartlegging av risiko, og vi søker å være en aktiv veileder og støttepartner for leverandørene og grossistene i deres aktsomhetsvurderinger og utbedringsarbeid. I 2022 har vi hatt særlig fokus på å bygge kompetanse hos våre grossister, for å øke deres forutsetning for å gjennomføre egne aktsomhetsvurderinger.

VÅRE ETISKE KRAV



Vinmonopolets Etiske krav er en del av våre generelle innkjøpsbetingelser og plikter alle aktører til å ta ansvar.

Våre leverandører er norske grossistbedrifter og det er dem Vinmonopolet har en avtale med. Grossistene skal passe på at deres

leverandører og underleverandører følger våre Etiske krav.

Vinmonopolet legger Amfori BSCI Code of Conduct til grunn som våre etiske krav. De bygger på FNs og andre internasjonale konvensjoner om menneskerettigheter. Alle de nordiske polene bruker Amfori code of conduct i sine innkjøpsbetingelser.



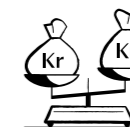
Beskyttelse av miljøet



Ingen diskriminering



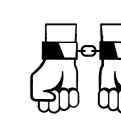
Beskyttelse av unge arbeidstakere



Etisk forretningsadferd



Rettferdig lønn



Fravær av tvangsarbeid



Fravær av barnarbeid



Forsvarlige arbeidstider



Ansvarlige ansettelsesforhold



Ivaretagelse av helse og sikkerhet



Fagforeningsfrihet og forhandlingsfrihet

Mest frem-tredende risikoer i vår leverandørkjede

Mange av våre leverandører er del av jordbrukssektoren som tradisjonelt har vært forbundet med utfordringer knyttet til menneskerettigheter og arbeidsforhold. Flere av disse utfordringene er globale, for eksempel utnyttelse av sesong- og migrantarbeidere og diskriminering, men vi er også stilt overfor utfordringer av mer regional karakter. Her følger en vurdering av de fire mest fremtredende risikoene i vår leverandørkjede og hvilke tiltak vi har gjennomført for å adressere disse i 2022.

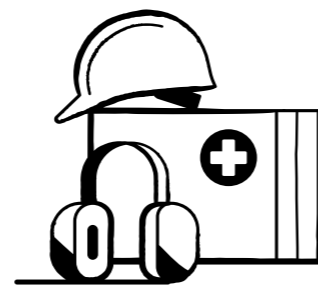
↓ Helse og sikkerhet

Alle skal ha rett til en arbeidsplass hvor deres helse og sikkerhet er ivaretatt. Et aktivt samarbeid mellom ledelse og arbeidstakere er avgjørende for å utvikle og implementere systemer for å oppdage, vurdere, forhindre og reagere på potensielle trusler mot arbeidernes helse og sikkerhet. Temaet kommer høyt opp på våre risikovurderinger og vi har i 2022 derfor gjennomført flere tiltak.

Ivaretagelse av helse og sikkerhet er ett av våre Etske krav og blir følgelig monitorert i samtlige revisjoner. I 2022 rullet vi ut nye «Multi-tier Audits», som i større grad er tilpasset jordbrukssektoren og blant annet rettet direkte mot HMS-rutiner. Eventuelle avvik blir fulgt opp gjennom handlingsplaner og oppfølgingsrevisjoner, i tett dialog med grossistene og produsentene. Gjennom programmet Arbeiderens stemme spør vi arbeiderne direkte om ivaretagelse av helse og sikkerhet på deres arbeidsplass. Der vi registrerer utfordringer jobber vi aktivt med produsenten og grossisten med å utbedre forholdene.

Sukkerindustrien

Vinmonopolet rettet også i 2022 en spesiell oppmerksomhet mot utfordringene i sukkerindustrien i Mellom-Amerika, hvor det tidligere er blitt påvist sammenheng mellom Heat Stress og tøffe arbeidsforhold i sterk sol og høy temperatur, og med manglende tilgang



til drikkevann og sanitærfasiliteter. Det anslås at over 20 000 mennesker i Mellom-Amerika er døde av nyresykdommen CKDu det siste ti-året, som igjen kan relateres til heat stress. På verdensbasis er tallet enda høyere.

Etter å ha gjennomført en omfattende webinarserie for romprodusenter de to foregående årene, valgte vi i 2022 å dedikere tre webinarer til sertifiseringsorganisasjonen Bonsucro og deres medlemsbedrifter, for derved å bidra til å fremme anstendig arbeidsforhold i større deler av industrien. Webinarene fokuserer på hvordan man med enkle grep kan forebygge heat stress gjennom å styre hyppigheten og lengden på arbeidernes pauser, organisering av pause-ene med flyttbare telt som gir ly mot den sterke sola, og anbefalt mengde drikkevann. Totalt deltok 107 representanter fra både myndigheter, sukkermøller og sivilsamfunn på webinarne.

Cuba og Jamaica

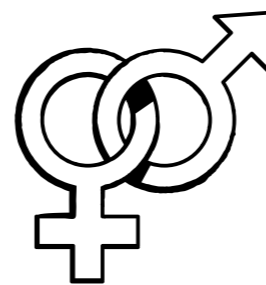
I 2022 startet vi et Water, Rest, Shade & Sanitation implementeringsprogram for romprodusenter fra Cuba og Jamaica. Gjennom programmet får produsentene aktiv veiledning i konkrete tiltak som kan forhindre heat stress. Vi besøkte i 2022 produsenter på Jamaica for å styrke dialogen med sukkerindustrien og rulle ut implementeringsprogrammet. Besøkene avdekket behov for ytterligere HMS-/verneutstyr. Dette ble inkludert i implementeringsprogrammet.

Parallelt gjennomførte vi revisjoner for å kartlegge etterlevelse av våre Etske krav. Produsentene har jobbet med å forbedre forhold som tidligere er avdekket gjennom revisjoner, og vi følger opp dette med oppfølgingsrevisjoner i 2023. Vinmonopolet har fått tilbakemelding fra sentrale aktører i industrien at vi har bidratt til en positiv utvikling av sukkerindustrien på Cuba. Når det gjelder Jamaica erfarer Vinmonopolet mindre grad av modenhet knyttet til fokus på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, noe vi ser kan skyldes liten involvering fra andre internasjonale aktører. Vi har derfor måttet bruke mye ressurser på å motivere – og å legge forholdene til rette for våre tiltak.

De aller fleste som jobber i vår verdikjede har anstendige arbeidsforhold. Her er en gruppe kvinnelige arbeidere på en vingård i Sør-Afrika.



↓ Diskriminering, vold og trakassering



Diskriminering basert på kjønn, rase, sosial bakgrunn, etnisk og nasjonal opprinnelse eller medlemskap i fagforeninger skal ikke forekomme, og ingen arbeidere skal utsettes for umenneskelig og nedverdiggende behandling, vold eller trakassering. Dårlig kommunikasjon mellom ledere og arbeidere, og hvor det enkelte steder også forekommer vold og verbal trakassering, er en utfordring vi har avdekket i vinindustrien i Sør-Afrika og som vi har jobbet aktivt med å adressere de senere årene.

Dialog og kurs

Utfordringene ble først observert gjennom et omfattende inspeksjonsprogram Vinmonopolet gjennomførte hos sørafrikanske produsenter og underleverandører i 2017. I etterkant har vi gjennom dialog med sentrale interessenter søkt å avdekke bakenforliggende årsaker til utfordringene knyttet til trakassering. I 2019 satte vi i gang et kursprogram som retter seg mot både ledelse og arbeidere på vinfarmen. Kursene gjennomføres av vår

sørafrikanske samarbeidspartner Procare, og adresserer utfordringer knyttet til kommunikasjon, verbal trakassering og vold i nære relasjoner (særlig mot kvinner). I 2022 har vi gjennomført 29 kurs over fire moduler hvor mer enn 550 arbeidere og ledere har deltatt. Som de tre foregående årene har kursene fått svært gode tilbakemeldinger. Deltakerne mener kursene danner en konstruktiv plattform for videre engasjement på farmene. Noen produsenter ser så store positive effekter disse kursene har på arbeidsmiljøet og relasjonen mellom ansatte og ledere, at de har valgt å videreføre jobben Vinmonopolet har satt i gang med egne kurs gjennom Procare.

Verbal trakassering

Til tross for dette viser resultatene fra «arbeideres stemme» programmet i Sør-Afrika at 24 prosent opplever verbal trakassering. Dette viser at verbal trakassering fortsatt er en stor utfordring i sørafrikansk vinindustri som vi vil måtte jobbe aktivt med også i tiden fremover.

Gjennom våre samarbeidspartnere gjennomføres kurs, blant annet for å styrke relasjoner mellom arbeidere og deres ledere. Her fra Mendoza i Argentina.



KRAV TIL ANSTENDIG ARBEIDSVILKÅR I VÅRE OFFENTLIGE ANSKAFFELSER



Vinmonopolet er en stor innkjøper også av varer og tjenester vi bruker til å drifte butikkene våre. Ved slike innkjøp følger vi lov og forskrift om offentlige anskaffelser.

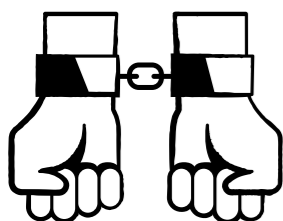
Vinmonopolet har utviklet en egen prosessbeskrivelse for risikovurdering og oppfølging av leverandører av driftsmidler og tjenester og stiller sosiale og miljømessige krav i våre anbud der det er relevant. Vi jobber tverrfaglig og sørger for at relevante fagpersoner er involvert, både ved konkurranseutforming og i oppfølging av våre krav.

I 2022 har vi stilt krav til anstendige arbeidsforhold i 45 av 81 anbud. Kravene omfattet DFØ og Etsk Handel Norges «Kontraktsvilkår for ivaretagelse av grunnleggende menneskerettigheter i leverandørkjeden», og særskilte krav til lønns- og arbeidsvilkår. Dette gjelder blant annet flere alkoholfrie produkter, sval- og kjøleskap, renholdstjenester, elektrotjenester og ombygging av flere butikker.

I tillegg har vi i 2022 utarbeidet en ny rutine for ivaretagelse av påseplikten. Det innebærer at vi nå i alle Vinmonopolets kontrakter informerer om at «arbeidstakere minst skal ha de lønns- og arbeidsvilkår som følger av allmenngjøringsforskrifter, og at dette kan følges opp gjennom innhenting av dokumentasjon på arbeidstakeres lønns- og arbeidsvilkår».

På slutten av året gjennomførte vi en revisjon av lønns og arbeidsvilkår for de som leverer varer kjøpt via nettbutikken hjem til kundene. Dokumentasjonsgjennomgang og intervjuer med flere sjåfører viste at lønns- og arbeidsvilkår var i tråd med arbeidsmiljøloven, gjeldene tariffavtaler og Vinmonopolets etiske kontraktskrav.

↓ Tvangsarbeid – utnyttelse av sårbare grupper



Tvangsarbeid og trafficking med utnyttelse av sårbare grupper er et globalt problem, særlig knyttet til rekruttering av migrantarbeidere i jordbrukssektoren. Temaet kommer høyt opp på våre risikovurderinger, og i 2021 påpekte Oxfam en særskilt risiko for tvangsarbeid i den italienske vinindustrien grunnet rekruttering av migrantarbeidere. Vi har stort søkelys på dette temaet i de landene hvor risikoen anses å være høyest, og vi har i 2022 gjennomført flere tiltak for å øke bevisstheten om utfordringene hos våre grossister og leverandører under vårt program Ansvarlig rekruttering.

Krav om ansvarlig rekruttering

Fravær av tvangsarbeid er ett av våre Etske krav, og leverandører som rekrutterer migrantarbeidere plikter å vise særlig aktsomhet. For å sette fokus på dette temaet løftet vi i 2022 kravet om ansvarlig rekruttering ved anbud på nye produkter fra Italia, inkludert strenge krav til dokumentasjon og oppfølging.

Stronger together

Vinmonopolet er Business Partner med den britiske organisasjonen Stronger Together og deres program i Sør-Afrika. I

2021 utviklet Stronger Together også et spesialprogram for Vinmonopolet i Italia som vi videreførte i 2022. Stronger Together bistår selskaper med å adressere risikoen for moderne slaveri, spesielt tvangsarbeid, menneskehandel og annen skjult tredjeparts utnyttelse av arbeidere i sin leverandørkjede gjennom veiledning, opplæring og ulike type verktøy. Stronger Together er en viktig partner for Vinmonopolet i vårt arbeid med å forebygge tvangsarbeid og utnyttelse av sårbare grupper – særlig i Sør-Afrika og Italia.

I 2022 har om lag 50 deltakere fra våre leverandører eller underleverandører i Sør-Afrika, samt arbeidere og fagforeningsrepresentanter deltatt på Stronger Together sine webinarer om ansvarlig rekruttering. Programmene er åpne også for andre deler av jordbrukssektoren og en samlet evaluering viser at 97 prosent av deltakerne mener programmet har økt deres innsikt rundt tvangsarbeid og hvilken risiko dette representerer for virksomheten. Vi har også gjennomført webinarer om ansvarlig rekruttering for våre norske grossister.

I Italia har Stronger Together gjennomført webinarer for produsenter som leverer varer til Vinmonopolet. I forkant gjennomførte vi to webinarer for våre norske grossister med totalt 43 deltagere.

Et stort flertall av grossistene mener webinarne gir en økt bevissthet rundt tvangsarbeid og ansvarlig rekruttering. Videre oppgir grossistene at de vil ha økt fokus på ansvarlig rekruttering og anstendige arbeidsforhold i sin dialog med italienske produsenter i fremtiden.

Vi gjennomførte i tillegg fem webinarer for de nordiske monopolenes felles leverandører og underleverandører. Webinarne gikk over to moduler med henholdsvis 89 og 33 deltakere. Det ble ikke foretatt detaljert evaluering, men overordnet ga deltakerne veldig gode tilbakemeldinger.

Arbeidernes stemme

I 2022 rullet vi ut programmet Arbeidernes stemme for 21 produsenter og underleverandører i Italia. Gjennom programmet har produsentene fått direkte tilbakemeldinger om arbeidsforhold fra sine ansatte, og har kunnet gjennomføre tiltak for å bedre forholdene der dette har vært påkrevd. Vinmonopolet har hatt tett dialog med produsentene og grossistene i dette arbeidet.

I Norge har vi i 2022 fortsatt å støtte Gartnerforbundets kurs om ansvarlig rekruttering i jordbrukssektoren og oppfordret våre norske produsenter til å delta på kursene.

Ansvarlig faghandel siden 1922

De nordiske monopolene i Norge, Sverige, Finland, Island og Færøyene har i stor grad felles leverandørkjeder og er samlet en av verdens største innkjøpere av alkoholholdig drikke. I 2008 gikk monopolene sammen og bestemte seg for å jobbe for å bedre arbeidsforholdene til menneskene i vår leverandørkjede. Det begynte med arbeidsmøter, studieturer til vinproduserende land og ulike former for egenrapportering. Etter hvert ble

alle monopolene medlem av amfori, vi stiller felles krav til alle produsenter og samarbeider om oppfølging i form av revisjoner og ulike typer opplæringsprogrammer. Samarbeidet ble ytterligere forsterket gjennom undertegnelsen av et felles veikart for ivaretagelse av menneskerettigheter i 2022. De nordiske monopolene har samlet en betydelig innkjøpermakt og kan virkelig gjøre en forskjell globalt.

TILBAKEBLIKK ↘

2008

Nordisk samarbeid om forbedring av arbeidsvilkår

↓ Arbeidernes mulighet til å fremme bekymringer



Arbeidernes mulighet til å involvere seg i forhold som vedrører arbeidsmiljøet og muligheten til å si fra om uønskede forhold på arbeidsplassen er sentrale prinsipper i våre Etske krav. Konkret skal alle arbeidere bli gjort oppmerksomme på deres rettigheter og plikter og alle leverandører skal respektere de ansattes fagforeningsfrihet og etablere klageordninger. Til tross for dette ser vi at mangel på varslingsystemer, manglende respekt for fagforeninger og diskriminering av fagforeningsmedlemmer, makt-ubalanse mellom ledelse og arbeidere og frykt for represalier enkelte steder utgjør en risiko for at de ansattes mulighet til å involvere seg i forhold som har betydning for deres arbeidssituasjon er hindret eller begrenset – enten direkte eller indirekte.

I 2022 satte vi derfor søkelys på krav til fagforeningsfrihet ved anbud på nye produkter fra Sør-Afrika og USA. Dette måtte dokumenteres og ble fulgt opp gjennom programmet Arbeidernes stemme. Vi søker også å kartlegge arbeidernes opplevelse av fagforeningsfrihet, om de opplever noen form for diskriminering på bakgrunn av medlemskap av fagforeninger og hvorvidt arbeidsgiver følger opp forhold som arbeidere tar opp med arbeidsgiver gjennom programmet Arbeidernes stemme, som vi i 2022 rullet ut i Sør-Afrika og Italia. Der tilbakemeldingene viser at arbeidernes mulighet til fremme bekymringer er hindret eller mangelfulle, jobber vi sammen med produsenten og grossisten i å gjennomføre tiltak for å utbedre forholdet.

Fremover

Åpenhetsloven og ny amfori Code of Conduct som trer i kraft i 2023 stiller nye og strengere krav til oss. Vi hilser dette velkommen og møter dette med konkrete tiltak.

Viktigheten av å kommunisere med interessenter og berørte rettighetshavere påpekes i Åpenhetsloven og for første gang omtales en lønn å leve av i definisjonen av anstendige arbeidsforhold. Ifølge FN er det veldokumentert at kvinner og jenter er særlig utsatt for negativ påvirkning på menneskerettigheter og arbeidsforhold og møter samtidig barrierer i muligheten til gjenoppretting. ILO (International Labour Organisation) retter søkelyset på både myndigheters og selskapers ansvar knyttet til ansvarlig rekruttering for å unngå menneskehandel og tvangsarbeid, og amfori knytter dette særlig opp mot migrantarbeidere som gruppe. I ny amfori Code of Conduct rettes det en særlig oppmerksomhet mot disse sårbare gruppene som potensielt

særlig utsatt for menneskerettighetsbrudd. Både Åpenhetsloven og våre etiske krav legger vekt på at prosessen med aktsomhetsvurderinger skal være i tråd med FNs veiledende prinsipper og OECDs rammeverk.

Bedre oversikt

Retten enhver har gjennom Åpenhetsloven til å søke informasjon om hvordan vi utfører aktsomhetsvurderinger og håndterer faktiske og potensielle negative konsekvenser på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, stiller større krav til at vi har oversikt over risikobildet, våre leverandørkjeder og leverandørenes etterlevelse av vår Code of Conduct. Vi vil i 2023 derfor innføre systemer som gir

oss bedre oversikt over dette. Vi vil i tiden fremover også vektlegge å utvikle enda mer robuste programmer for å identifisere vesentlige risikoområder i vår leverandørkjede, bygge relasjoner med samarbeidspartnere som kan bistå oss å heve kompetansen til våre grossister og leverandører for å være i forkant av disse risikoene, og fremme sporbarhet og transparens i vår leverandørkjede. Videre vil vi legge vekt på å kommunisere med interessenter og berørte rettighetshavere, både med tanke på å identifisere sårbare grupper og vesentlige risikoer, og i gjennomføring av gjenopprettende tiltak der vi konstaterer brudd på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Sammen med de andre nordiske alkoholmonopolene vil vi videreføre arbeidet som ble startet i 2022 med utarbeidelse av en felles Living Wage Roadmap for vår leverandørkjede.

Libanon, Spania og USA

I 2023 vil vi utvide vår innsikt om risikobildet i tre produsentland vi har begrenset risikoinformasjon om knyttet til vår industri: Libanon, Spania og USA. Tiltaket er avledet av The Nordic Alcohol Monopolies Human Rights Due Diligence Roadmap, og de nordiske monopolene deler på ansvaret med å gjennomføre denne kartleggingen. Vinmonopolet har ansvar for Libanon. Det er et spesifikt mål å inkludere berørte rettighetshavere i alle tre rapportene – særlig knyttet til de to mest sårbare gruppene; kvinner og migrantarbeidere.

VEIEN VIDERE ↓

Strategiske mål

En ansvarlig aktør og en pådriver for anstendig arbeidsforhold og respekt for menneskerettigheter i vår leverandørkjede.

KPI
Andel vesentlige risikoer i leverandørkjeden som er adressert med oppfølgingsprogram innen 6 mnd. etter risikoen er kartlagt.

MÅL 2023

100%

MÅL 2030

100%

KPI
Andel kartlagte brudd på vår Code of Conduct som er utbedret innen 12 mnd.

MÅL 2023

100%

MÅL 2030

100%

SMARTE MILJØ- OG KLIMALØSNINGER

En viktig satsning for Vinmonopolet

I 2022 har vi opprettholdt fokus på å få flere av våre produkter over på lettere emballasje, både ved å stille krav til nye produkter og utrede mulighetene for å stille krav til eksisterende sortiment. Vi har videreutviklet klimaregnskapet vårt med flere nye kilder og adressert klima- og miljøforhold i vår verdikjede blant annet gjennom krav til miljøsertifisert produksjon.

FRA VESENTLIGHETS-ANALYSEN



Vinmonopolet har som mål å redusere våre klimagassutslipp med 55 % innen 2030. Det vil kreve mye av oss. De områdene vi har størst mulighet til å utgjøre en forskjell på, er

- biomangfold
- klimagassutslipp
- materialbruk
- vannforbruk



Med ny strategi har Vinmonopolet hevet ambisjonene på klima og miljø. Vi skal redusere klimautslippene våre med 55 prosent innen 2030. Våre desidert største klima- og miljøpåvirkninger skjer utenfor vår egen virksomhet, nærmere bestemt i dyrking av råvarene, produksjonsprosessen, produksjon av emballasjen, og transport av produktene vi selger. Vi skal være en foregangs- virksomhet i arbeidet med klima og miljø. Vi skal redusere våre egne utslipp og være en sterk pådriver for å redusere utslippene i vår verdikjede. Dette arbeidet bygger på FNs bærekraftsmål nr. 13, kampen mot klimaendringer og konsekvensene av disse, samt mål nr. 12, ansvarlig forbruk og produksjon. En viktig forutsetning for at vi skal nå målene våre, ligger i bærekraftsmål nr. 17, samarbeid for å nå målene. Et godt samarbeid på klima- og miljøområdet med våre medlemsorganisasjoner, de andre nordiske alkoholmonopolene og med bransjen for øvrig er en nøkkelfaktor for å skape endringer innenfor de rammene vi har som en monopolvirksomhet.

På de neste sidene kan du lese hvordan Vinmonopolet jobber for å redusere klimagassutslipp og bidra til ivaretagelse av natur i den globale drikkevarereproduksjonen.

FELLES VEIKART



7. april 2022 var en merkedag for de nordiske monopolene. Den dagen signerte administrerenddirektør for svenske Systembolaget, finske Alko, islandske Vinbudin, færøyske Rusan og norske Vinmonopolet et felles, forpliktende veikart for å redusere klima- og miljøavtrykket i vår verdikjede. Målet er å halvere det totale klimagassutslippet fra monopolene innen 2030, samt å minimere de negative miljøkonsekvensene.

Veikartet tydeliggjør hvilke tiltak som må til og skal sørge for en raskere omstilling i verdens drikkevarereindustri.

1/3 VINMONOPOLET



VINBUDIN | ÁTVR



RÚSDREKKASÖLA
LANDSINS

TILBAKEBLIKK ↘

Ansvarlig faghandel siden 1922

2009

Tidlig ute med miljøfyrtårn

Da Vinmonopolet startet arbeidet med klima- og miljøtiltak i 2008, var det viktig for oss å begynne med oss selv. Vi ønsket å rydde i eget hus før vi introduserte tiltak og startet arbeidet med klima- og miljøforbedringer i verdikjeden. Første pol som ble Miljøfyrtårnsertifisert i 2009 var Krokstadelva utenfor Drammen. Vinmonopolet var blant de aller første kjedene i Norge som sertifiserte alle sine butikker. Siden dette har vi jobbet kontinuerlig med forbedringer for å gjøre driften av våre butikker mest mulig miljøeffektiv.

Klima

Vinverden er i endring på grunn av global oppvarming. Effektivisering av materialbruk og tiltak som fører til at klimagassutslippene minker er høyt prioriterte satsningsområder for Vinmonopolet.

Klimagassutslipp

Jordbruksnæringen, som vi er en del av, står for en betydelig del av de globale klimagassutslippene. For alkoholholdig drikke spesielt er det bruken av energi og drivstoff og produksjon av innsatsfaktorer som gjødsel, sprøytemidler og plantevern som utgjør de største utslippene i dyrknings- og produksjonsfasen. Produksjon av emballasje er den største enkeltkilden for klimagassutslipp (32 % for vin). Transporten utgjør under 5 prosent av utslippene.

Lettere emballasje – vår største klimasatsing

Produktene vi selger, står for rundt 90 prosent av våre totale utslipp. En studie gjennomført av de nordiske alkoholmonopolene, viser at 32 prosent av CO₂-utslippene til vin er knyttet til produksjonen av produktemballasje alene. Jo lettere emballasjen er, dess mindre materialer og energi går med i prosessen for å lage den. Derfor jobber vi systematisk med å få flere produkter over på lettere glassflasker men volumprodukter over på andre emballasjetypen som plastflaske med pant, aluminiumsboks, kartong eller pouch.

KLIMA OG MILJØ I EGEN VIRKSOMHET



Vi jobber aktivt med å redusere energibruk, sikre ombruk og gjenvinning av driftsmidler, samt optimalisere avfallshåndteringen i våre butikker. Hver butikk har en egen miljøplan, der de setter seg konkrete miljømål for sin butikk og et digitalt miljøoppfølgingsystem gir løpende status. Vi er stolte av at samtlige butikker er sertifisert som Miljøfyrtårn. 12 bærekraftskonsulenter, en butikksjef fra hvert distrikt, følger opp og bistår miljøarbeidet og miljøfyrtårnsertifiseringene i butikkene. På denne måten har vi skapt et stort engasjement rundt klima- og miljøarbeidet i Vinmonopolet, helt fra strategisk nivå til den enkelte medarbeider i butikk.



VEIEN VIDERE ↓

Strategiske mål

Redusere klimagassutslipp i henhold til nasjonale mål, redusere miljøbelastningen i egen virksomhet og være en pådriver for reduksjon av klimautslipp og miljøbelastning i verdikjeden.

KPI
Totalt tonn CO₂ scope 1, 2 og 3.

MÅL 2023 (TONN CO₂)

99 530

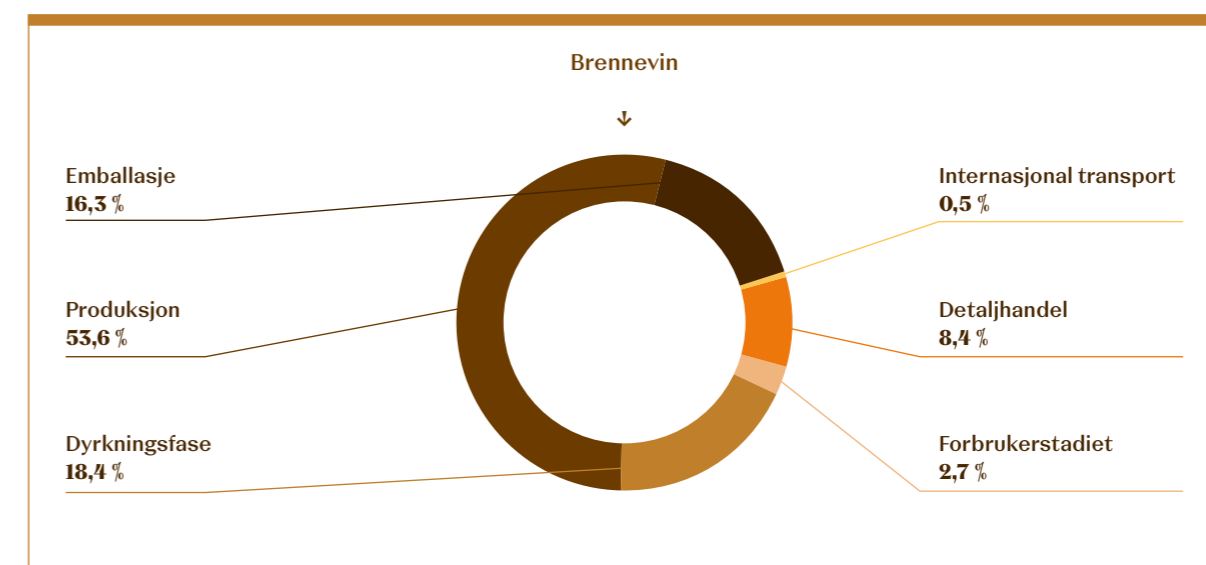
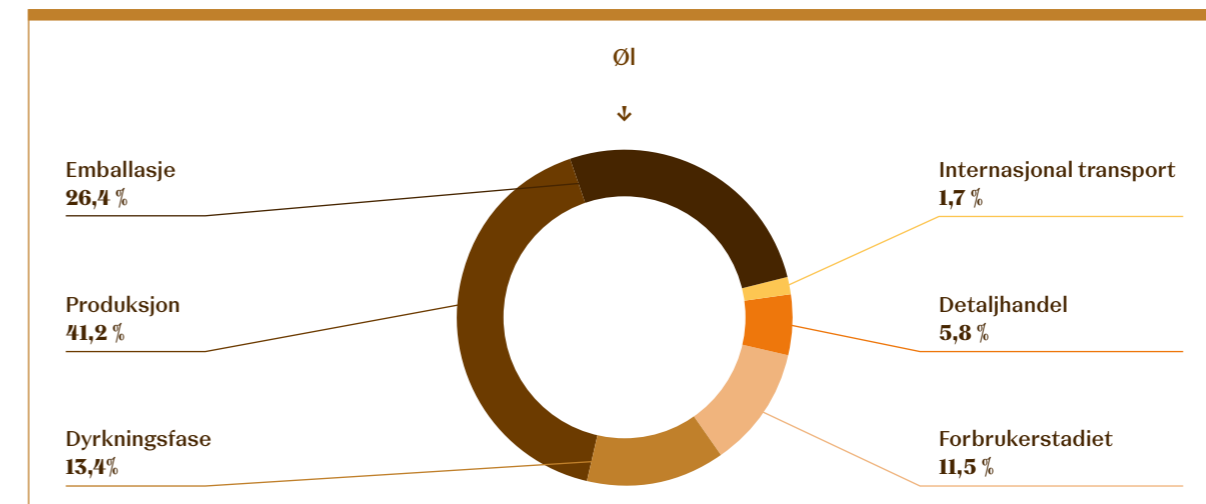
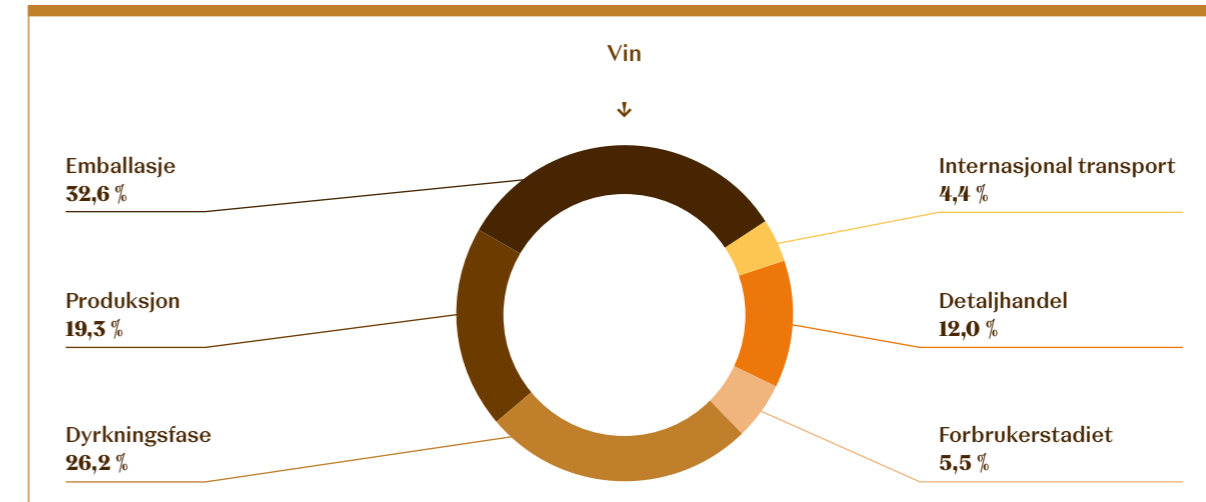
MÅL 2030 (TONN CO₂)

58 104



Klimafotavtrykk fra vugge til grav

Totalt sett kommer den største andelen av utslippene våre fra emballasjeproduksjon. Dette fordeler seg ulikt mellom produktkategoriene, som i hovedsak skyldes ulike produksjonsmetoder. Ølproduksjon og destillering av brennevin er mer energikrevende enn produksjon av vin, som igjen gir en annen utslippsprofil. Sammenlignet med vin blir øl i større grad tappet på klimasmart emballasje med pant, og emballasjen bidrar derfor til en lavere andel utslipp.



Salgstrender

Under pandemien i 2020 og 2021 økte salget av bag-in-boks vin betraktelig. I 2022 var vi tilbake til mer normale salgstrender igjen og bag-in-boks andelen av salget var nede på under 40 prosent for første gang siden 2005. Siden 2020 har andel av salget av glassflasker vært svakt økende. Øvrige klimasmarte emballasjetyper øker noe i salg, men har fortsatt lave andeler av totalen.

Svakvin er den desidert største varegruppen på Vinmonopolet. For denne varegruppen ser vi et økende klimautslipp pr liter salg de siste tre årene, fordi flere har kjøpt vin på glassflasker, spesielt musserende, og færre har kjøpt vin på kartong. Glass har som kjent høyere klimautslipp pr liter enn kartong.

Brennevin er vår nest største varegruppe og i 2022 har vi hatt en nedgang i klimautslipp pr liter som følge av overgang fra glassflasker til plast (PET) og lettere glassflasker på flere av våre produkter. Totalt sett klarte vi ikke å bli mer klimaeffektive per solgte liter i 2022.

Pant på polet

Salget av produkter med pantbar emballasje har vært sterkt økende etter at vi i 2019 begynte å stille krav til nye produkter i plast (PET) og aluminiumsbokser. I 2022 valgte flere av leverandørene våre å innføre pant på produkter i eksisterende sortiment. Totalt ble det solgt 7,7 millioner enheter med pant i 2022, som utgjør en økning på 8,7 prosent fra året før.

Dessverre viser returstatistikken at ikke alle har fått med seg at mange av produktene på polet kan pantes. Ølbøkserne har en returgrad på cirka 90 prosent, mens vin- og brennevinsflasker ligger på cirka 65 prosent. Dette er ikke bra nok og langt under målet vårt om 100 prosent returgrad på alle pantbare produkter. Vi jobber derfor videre med å øke returgraden gjennom flere kommunikasjonsiltak og merking i butikk.

Materialbruk

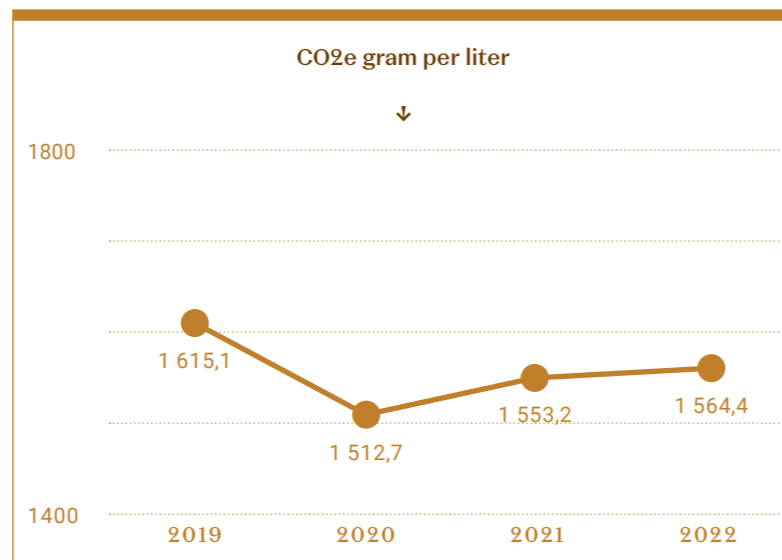
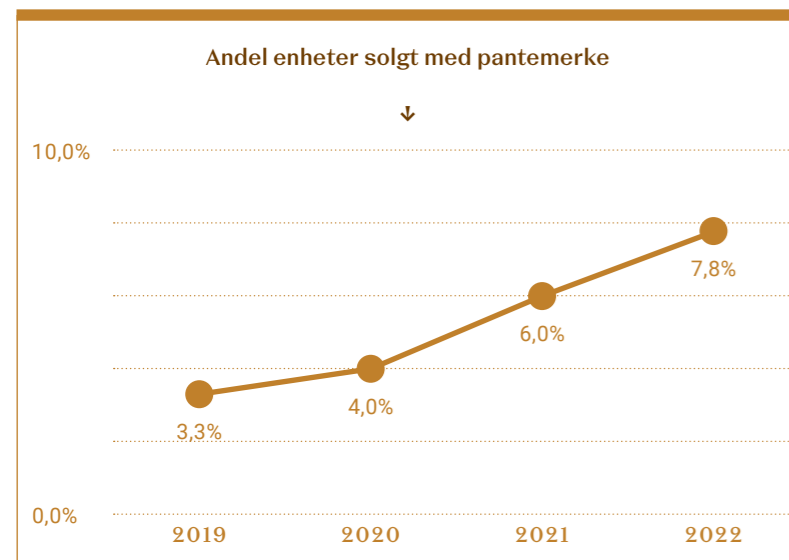
Emballasjen på produktene vi selger representerer våre desidert største materialstrømmer. I tillegg kommer en mindre mengde materialbruk knyttet til emballasje (D-pak). Det er et satsningsområde å få ned materialbruken gjennom lavere emballasjevekt på produktene vi selger, men også å sørge for sikulære materialstrømmer (materialgjenvinnbar emballasje), pant og ombruk av pappesker ved å tilby disse gratis til våre kunder som et alternativ til plastbæreposer.

Vi har begynt å etterspørre bruk av resirkulert plast i nye plastflasker, resirkulerbare emballasjetyper (kartong og pouch) og krav til avfallsmerking på emballasje for å bidra til mer riktig materialsortering og gjenvinning etter at produktene er konsumert.

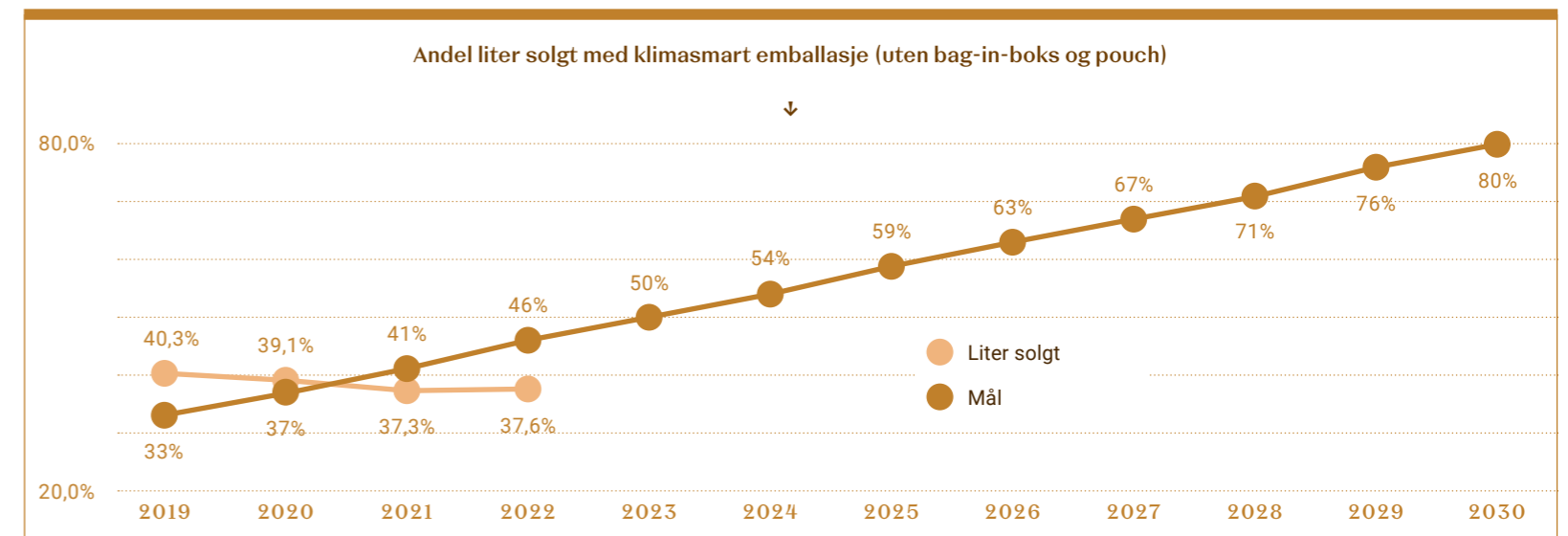
Vinmonopolet etterspør ny og klimatilpasset emballasje

Vinmonopolet ønsker å utfordre vinbransjen til å tenke nytt rundt emballasje. I 2022 etterspurte vi 100% resirkulerbare bag-in-boks på noen av våre nye lanseringer. Ved å kreve fjerning av all sort plast i både tappetut og håndtak, i tillegg til en innerpose laget av gjennomsiktig plast uten aluminium, kan hele produktemballasjen resirkuleres. Vi satte også krav til at nye produkter på PET-flaske skulle bestå av minst 50 % gjenvunnet plast. Målet vårt på sikt er at all emballasje skal bestå av høye andeler resirkulert materiale og i tillegg enkelt skal kunne materialgjenvines.

Gjennom krav til nye produkter adresserer vi det nordiske veikartet for klima og miljø i praksis. Disse endringene, som ofte er umerkbare for kundene våre, vil samlet sett utgjøre store klima og miljøforbedringer. Endringene skjer først i produktene rettet mot det nordiske markedet, men vi ser at de relativt raskt i stor grad blir adoptert i de globale markedene.



Produktemballasje er vår viktigste satsningsområde for å redusere utslipp i vår verdikjede.



TCFD

Klimarisiko for Vinmonopolet og vår verdikjede

I 2021 gjennomførte vi sammen med PwC en større klimarisikooanalyse basert på anbefalinger fra Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Global oppvarming medfører hyppigere ekstremvær og andre fysiske klimaendringer, og tvinger fram en omstilling som påvirker alle verdikjeder og bransjer. Vinverdenen er intet unntak. For bedre å forstå hvordan vinindustrien og Vinmonopolet selv er eksponert for klimarisiko, analyserte vi både fysisk klimarisiko og overgangsrisiko. Vinmonopolets rammevilkår og plass i verdikjeden gjør at vår eksponering for klimarelaterte risikoer og muligheter først og fremst er indirekte gjennom våre leverandører.

Fysisk klimarisiko

Med fysisk risiko menes risiko knyttet til konsekvensene av fysiske endringer i miljøet. På et globalt nivå er vinverdenen generelt meget utsatt for fysisk klimarisiko. Det anslås potensielle tap av vinproduksjonsområder så høyt som 85 prosent, hvis produksjonsmetodene forblir uendret. Produksjon i varme land er spesielt eksponert. Italia og Spania er betydelig utsatt selv i et scenario med

lavere utslipp (2 °C oppvarming). I motsetning kan land som Tyskland, New Zealand og nordvestregionen i USA faktisk få økt mulighetsrom ved økte temperaturer, hovedsakelig innenfor scenariet med 2 °C oppvarming.



Overgangsrisiko

Overgangsrisiko er risiko knyttet til konsekvensene av klimapolitikken og den teknologiske utviklingen ved overgang til et lavutslippssamfunn. I vår analyse, der vi forsøkte å ta hensyn til hele vår verdikjede, identifiserte vi tre vesentlige risikoer og tre særlig vesentlige muligheter. Konsekvensen for hver risiko og mulighet ble vurdert i lys av våre fire mest relevante konsekvensområder:

- Vinmonopolets evne til å oppnå egne klimamål
- Vinmonopolets evne til å rekruttere og beholde fornøyde medarbeidere
- samfunnets tilfredshet og politisk støtte for Vinmonopolets mandat
- Vinmonopolets finansielle lønnsomhet

I lys av disse fire konsekvensområdene identifiserte vi seks vesentlige risikoer og muligheter. Disse er presentert i tabellen under.

I 2022 har Vinmonopolet utarbeidet en ny selskapsstrategi. Bærekraft er nå en sentral del av strategien, med forsterkede ambisjoner spesielt på klima- og miljøsidene. Dette gjenspeiles i målet om å redusere våre klimagassutslipp med 55 prosent innen 2030. I tillegg er klimarisiko nå tatt opp som en del av selskapsstrategien. Dette er i tråd med forventningene i eierikapsmeldingen «Et grønnere og mer aktivt statlig eierskap». Det forventes at statlig eide selskaper identifiserer og håndterer risiko og muligheter knyttet til klima og integrerer dette i selskapsstrategien.

Utover dette har det ikke vært vesentlige endringer i 2022 som påvirker Vinmonopolets klimarisikooanalyse.



LES MER OM ...
Klimarapporten «Vin i en varmere verden»



VESENTLIGE RISIKOER	KONSEKVENS	SANNSYNLIGHET (TREND)	TIDSHORISONT
Begrenset tilgang til produkter på grunn av ekstremvær	Middels	Høy (økende)	2022–2030
Karbondiol eller EUS CBAM	Middels	Høy (stabil)	2026–2030
Statlige krrav til utslippsreduksjoner	Middels	Høy (stabil)	2025–2030

VESENTLIGE MULIGHETER	KONSEKVENS	SANNSYNLIGHET (TREND)	TIDSHORISONT
Økende CO ₂ -priser på fossile råvarer	Middels	Høy (stabil)	2022–2030
Endret etterspørsel etter klimavennlige produkter og produksjonsmetoder	Middels	Høy (stabil)	2022–2030
Statlige krav til utslippsreduksjoner	Middels	Høy (stabil)	2025–2030

Natur og miljøforhold

Ivaretagelse av natur har kommet høyere opp på den globale bærekraftsagendaen det siste året. Forringelse av naturens økosystemer og tap av artsmangfold kan få svært store negative konsekvenser.



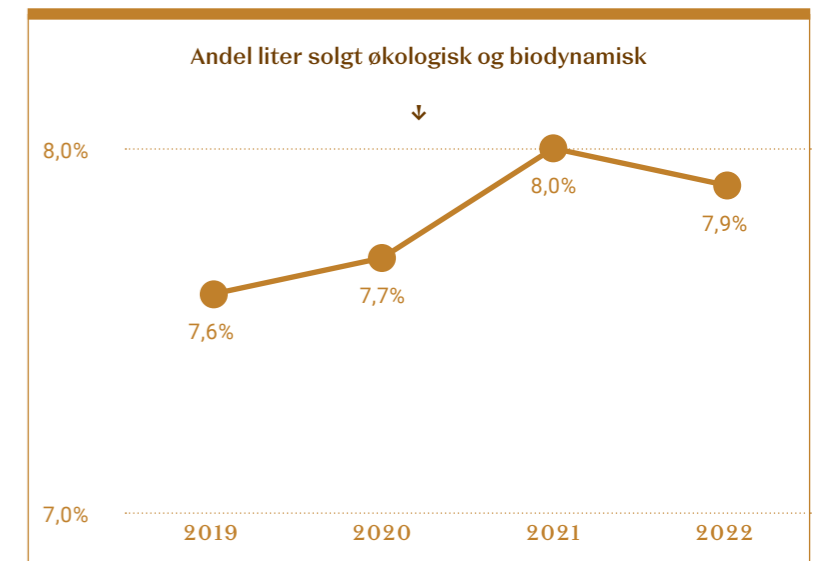
Vinmonopolet er en del av jordbrukssektoren og vi påvirker derfor naturmangfoldet og økosystemene i områdene der råvarene som inngår i våre produkter dyrkes og produseres. I ny eierskapsmelding er det klare føringer på at statlig eide selskaper skal prioritere arbeid for å redusere egen negative påvirkning og øke positiv påvirkning på naturmangfold og økosystemer, og rapportere om måloppnåelse. Vi har ikke kommet dit at vi er i stand til å rapportere på måloppnåelsen riktig ennå. Vi velger likevel å inkludere dette i årets rapport da dette vil bli vektlagt i tiden som kommer.

Biomangfold

Biologisk mangfold og sunt jordsmonn er avgjørende for fruktbar matproduksjon. Jordbruk truer det biologiske mangfoldet gjennom monokultur, intensiv arealbruk, luft-, jord- og vannforurensning, arealendringer, avskoging, jorderosjon m.m. Vinmonopolet kan bidra til å redusere tap av biologisk mangfold og økt jordhelse ved å stille krav til produktene vi kjøper inn. Dette kan for eksempel være økologiske og biodynamiske sertifiserte produkter, eller andre sertifiseringsordninger som inngår i kategorien «miljøsertifisert produksjon».

Diskusjon om økologiske og biodynamiske produkter i et bærekraftperspektiv

I 2022 konkluderte vi diskusjonen om hvorvidt økologiske og biodynamiske produkter skulle være en del av vår definisjon av bærekraft, altså om øko/bio er ansett som et bærekraftselement ved våre produkter. Konklusjonen, basert på en felles studie om biomangfold utført av de nordiske alkoholmonopolene, er at økologisk og biodynamisk dyrking og produksjon har positive effekter på økosystemene og artsmangfoldet i vinmarken. Økologisk og biodynamisk sertifiserte produkter er dermed et egnet virkemiddel i arbeidet med biomangfold som ble identifisert som et nytt tema i vår vesentlighetsanalyse i 2021. Det er viktig å understreke at Vinmonopolet erkjenner de mulige negative konsekvensene ved økologisk og biodynamisk produksjon, da lavere produksjonsvolumer kan by på utfordringer knyttet til høyere klimautslipp per liter produsert vare. Vi arbeider videre med dette, blant annet i lanseringsplaner, opplæring til ansatte og øvrig kommunikasjon.

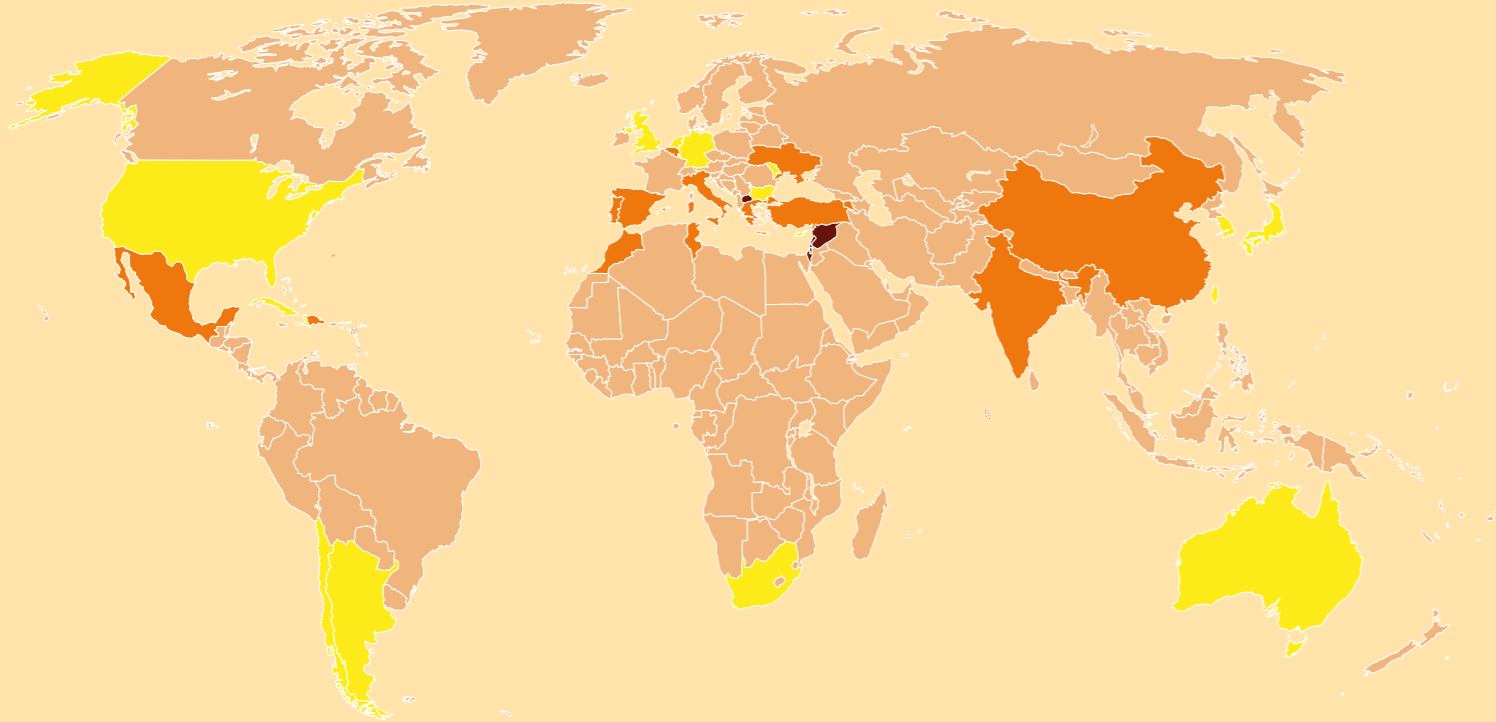


VANNMANGEL

En økende risiko i vinverden

Illustrasjonen viser hvilke land som har størst risiko for vannmangel. Bare land med produkter på Polet er inkludert i risikokartet.

Kilde: Basert på data fra Verisk Maplecroft

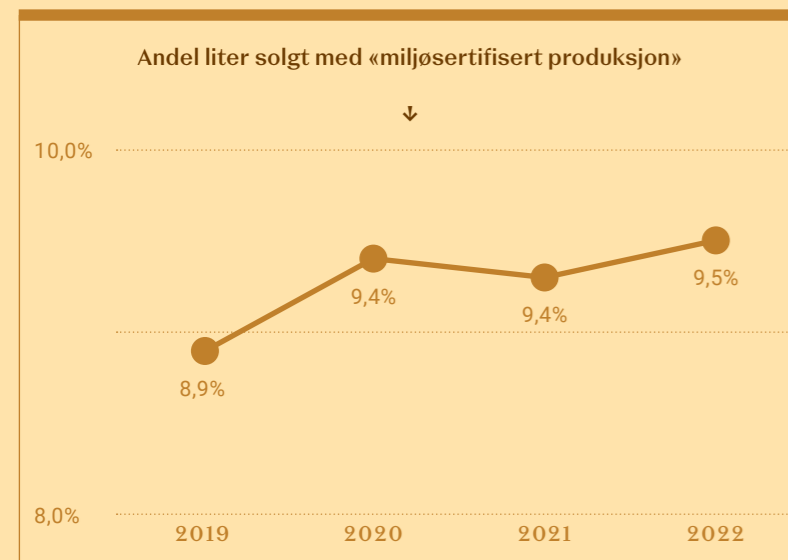


Vannforbruk og avrenning

Forbruket av vann i vinproduksjon har stor innvirkning på økosystemene der råvarene dyrkes og kan påvirke tilgangen til ferskvann i særlig vannutsatte områder. Jordbrukssektoren står for ca. 70 prosent av det globale vannforbruket (GRI 303: Water and Effluents 2018). I råvareproduksjon brukes vann først og fremst til å vanne avlingene, i forbindelse med plantevern og gjødsling, og til rengjøring av produksjonsutstyr. Det er særlig i lavtliggende vinområder nær ekvator at vannmangel er en vesentlig risiko. Ettersom

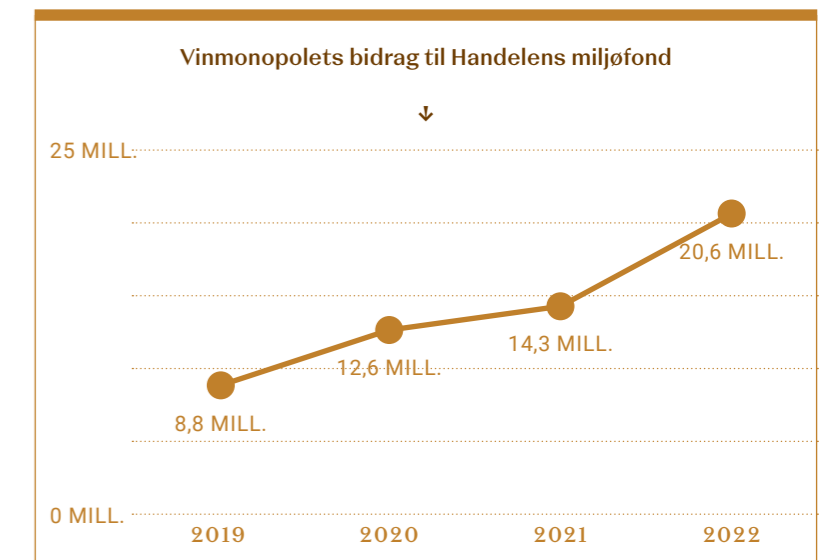
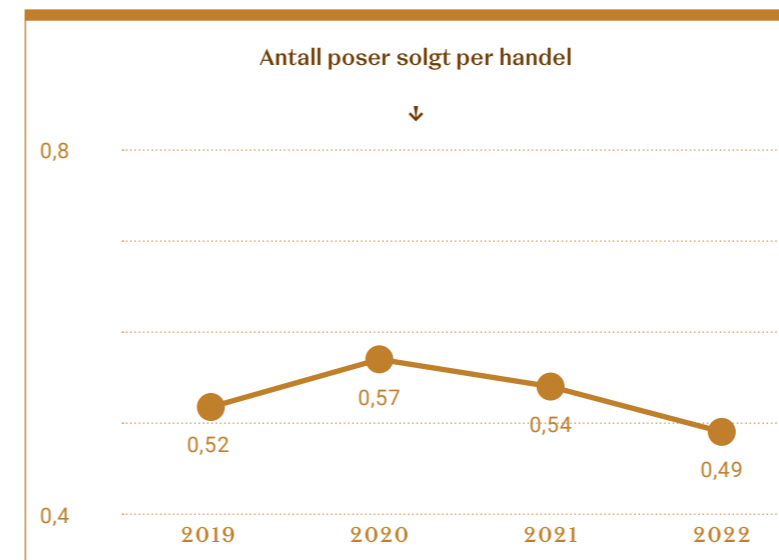
Vinmonopolet selger produkter fra disse områdene, har vi en indirekte påvirkning på – og er direkte påvirket av denne risikoen. Klimaendringene vil i tråd med vår analyse forsterke vannmangelen ytterligere i disse områdene i årene som kommer. Utfordringer knyttet til biologisk mangfold og vannmangel er tatt tak i ved å stille krav til miljøsertifisert produksjon i nye lanseringer i 2022. Dette innebærer at vi etterspør produkter med sertifiseringsordninger som legger stor vekt på miljø i både dyrkings- og produksjonsprosessen, inkludert redusert vannforbruk.

LAND	VANNRISIKO	ANDEL AV SALG
Rødt nivå ●		
Libanon	0,64	0,36 %
Oransje nivå ●		
Mexico	4,66	0,11 %
Belgia	3,19	0,32 %
Hellas	3,20	0,17 %
Italia	3,22	22,65 %
Portugal	3,40	4,19 %
Spania	3,19	8,15 %
Gult nivå ●		
Sør-Afrika	5,23	1,58 %
Argentina	6,81	1,13 %
Chile	5,32	5,85 %
Cuba	6,00	0,05 %
USA	5,53	5,17 %
Japan	6,87	0,08 %
Tyskland	6,77	8,03 %
Nederland	5,98	0,25 %
Storbritannia	7,11	0,05 %
Australia	5,34	4,83 %



Handelens Miljøfond

Vinmonopolet har vært medlem i Handelens Miljøfond siden oppstarten i 2018. Alle medlemmene betaler en kontingent på 1 krone per innkjøpte plastbærepose til fondet. Siden oppstart i 2018 har Handelens Miljøfond støttet omlag 600 prosjekter for å løse plastens miljøproblemer. I 2022 delte fondet ut 381 millioner kroner på 124 kvalifiserte miljøprosjekter innen blant annet frivillig rydding og forebyggende tiltak, sirkulære løsninger og redusert plastbruk og teknologi for renere hav. Vinmonopolet betalte i 2022 inn medlemskontingent til fondet tilsvarende 20,7 mil.kr. I 2022 solgte Vinmonopolet 19,8 mill. plastposer, som tilsvarer 0,49 poser per kunde per handel. Som medlem av Handelens Miljøfond deler vi deres målsetting om å redusere plastposeforbruket med 70 prosent innen 2025.



MILJØ- OG KLIMAKRAV I VINMONOPOLETS OFFENTLIGE ANSKAFFELSER



Vinmonopolet er en stor innkjøper også av varer og tjenester vi bruker til å drifte butikkene våre. Ved slike innkjøp følger vi regelverket i lov om offentlige anskaffelser.

Vinmonopolet har utviklet en egen prosessbeskrivelse for risikovurdering og oppfølging av leverandører av driftsmidler og tjenester og stiller sosiale og miljømessige krav i våre anbud der det er relevant. Kravene til bærekraft tilpasses hvert enkelt anbud. Vi jobber tverrfaglig og sørger for at relevante fagpersoner er involvert, både ved konkurranseutforming og i oppfølging av våre krav.

Det ble gjennomført 81 konkurranser i 2022 og i 11 av disse ble det vurdert relevant å stille særskilte krav til klima eller miljø. Vi har etterspurt svanemerkede varer og tjenester, ISO 14001-sertifiserte varer, krav til utslippsfri transport, optimalisering av avfallshåndtering og klimarapportering. Dette gjaldt blant annet for innkjøp av renholdstjenester, sval- og kjøleskap, gulvmatter, pappresser, leasing av biler, samt elektrotjenester.



BÆREKRAFTIG FORBRUKERADFERD

Enkle, mer bærekraftige valg på polet

Vi skal gjøre det enkelt å gjøre mer bærekraftige valg på polet. For å få til dette er tre faktorer viktige: Flere må vektlegge bærekraft når de handler, medarbeiderne må gi enda bedre kundeveiledning innen bærekraft, og vi må tilby et bredt utvalg av mer bærekraftige produkter. I 2022 fortsatte vi arbeidet med bærekraft i internopplæring, kundekommunikasjon og produktutvalg.

FRA VESENTLIGHETS-ANALYSEN



Vi ønsker å legge til rette for at kundene kan ta mer bærekraftige valg når de handler hos oss. Derfor jobber vi for å sikre god opplæring av egne ansatte om bærekraft, kommunisere tydelig i kanalene våre og ha et relevant utvalg av produkter med bærekraftselementer i sortimentet vårt.



Opplæring

Vi har som mål at bærekraft skal bli en integrert og naturlig del av kundemøtet. Noen av kundene våre er mest opptatt av klima og miljø, mens andre vektlegger anstendig arbeid. Vårt mål er å veilede kundene på best mulig måte innenfor deres preferanser.

I 2022 ble bærekraft en del av det vi i Vinmonopolet kaller «det beste kundemøtet». Det betyr at våre medarbeidere i større grad skal vektlegge bærekraft i kartleggingen av kundenes behov. For å styrke medarbeiderne i dette arbeidet lanserte vi i 2022 e-kurset «Bærekraft i kundemøtet». Kurset ble gjennomført av 84 prosent av alle medarbeidere. E-kurset «Hylleforkanter og merking» gjorde medarbeiderne bedre rustet til å veilede kunden gjennom Vinmonopolets merkeordninger. 70 prosent av medarbeiderne våre gjennomførte dette kurset i 2022. Utover dette lanserte vi nye læringskort om bærekraft som ble brukt som en del av opplæringen. Hver enkelt butikk har også gjennomført personalmøter med bærekraft som tema i året som har gått. I mai 2023 samles alle Vinmonopolets butikksjefer til et todagers møte med hovedtema

bærekraft. Samlingen skal gjøre butikksjefene, og alle Vinmonopolets medarbeidere, tryggere på egen rolle knyttet til satsingen på bærekraft som en integrert og naturlig del av kundemøtet.

Bærekraftskonsulenter

Vinmonopolets butikkmedarbeidere er viktige ressurser for å nå målet vårt om å være en forgangsvirksomhet for bærekraft. Det er medarbeiderne som står nærmest utfordringene, men også løsningene. For å gi dem bedre støtte og for å samle gode innspill har vi laget en ordning med en intern bærekraftskonsulent i hvert av våre 12 distrikter. Bærekraftskonsulentene har et særskilt ansvar for å hjelpe kollegaer i sitt distrikt med spørsmål om bærekraft og bistand knyttet til utvikling og utrulling av bærekraftsopplæring.



LANSERINGER I VÅRT BASISUTVALG SOM HADDE MINST ETT KRAV RELATERT TIL BÆREKRAFT I 2022

47,5 %

115 av 242 lanseringer.



PRODUKTER MED ET BÆREKRAFTSELEMENT

56 %

31. desember 2022 hadde vi 1615 produkter i basisutvalget vårt.

HVA ER ET BÆREKRAFTIG PRODUKT?



Ingen produkter på Vinmonopolet er hundre prosent bærekraftige. Et produkt kan imidlertid ha ett eller flere bærekraftige elementer. Tre faktorer er sentrale for å vurdere dette:

- **Emballasjevekt:** Er emballasjen lettere enn konvensjonell emballasje?
- **Produksjon:** Er natur- og miljøforhold systematisk ivarettatt i produksjonen?
- **Etikk:** Er etisk handel og produksjon systematisk ivarettatt produksjonen?

Er svaret ja på et av disse spørsmålene, og det er i henhold til våre krav, har produktet et element av bærekraft. Disse produktene merkes på butikkhyllen og ved filtrering i nettbutikken med Vinmonopolets egne bærekraftsymboler. Symbolene våre kan du lese mer om på neste side.



Kommunikasjon

Undersøkelser viser at forbrukerne både trenger og ønsker mer informasjon om hvordan de kan gjøre mer bærekraftige valg i hverdagen.

I 2022 fortsatte arbeidet med å fortelle omverdenen hvordan Vinmonopolet jobber med bærekraft, og hvordan folk kan gjøre mer bærekraftige valg når de handler hos oss. Vi omstrukturerte og oppdaterte innhold om bærekraft på vinmonopolet.no, der informasjon om åpenhetsloven ble prioritert. Bærekraft var tema i kundemagasinet Vinbladet, blant annet med artikler om etisk produksjon av rom, lettere emballasje og klimaendringenes betydning for vinproduksjon i fremtiden.

Vinmonopolet er omfattet av alkoholreklameforbudet. Det betyr at handlingsrommet vårt for kommunikasjon er begrenset, spesielt i sosiale medier. I 2022 var det særlig tre temaer som ble vektlagt i vårt kommunikasjonsarbeid: problemstillinger knyttet til bruk av migrantarbeidere i italiensk vinindustri, klimasmart emballasje og den nye åpenhetsloven.

Migrantarbeidere i Italia

Vår risikovurdering viser at det er utfordringer knyttet til rekruttering av migrantarbeidere i italiensk vinindustri. I forbindelse med en nyhetslansering av vin fra Piemonte i mars 2022 ønsket vi å formidle hvordan Vinmonopolet jobber for å sikre ansvarlig rekruttering i italiensk vinindustri. Dette gjorde vi gjennom media og i egne interne og eksterne kanaler. Innlegget «Nordmenn elsker Italia» skapte spesielt stort engasjement på LinkedIn, hvor det oppnådde om lag 25 000 visninger.

Kampanje om klimasmart emballasje

Våren 2022 hadde vi en kampanje for å opplyse om klimasmart emballasje på polet. Hensikten med kampanjen var å gjøre folk oppmerksomme på at det er vekten av emballasjen som har størst påvirkning på klimaet. Internt ble det lagt ut syv ulike innlegg om temaet på

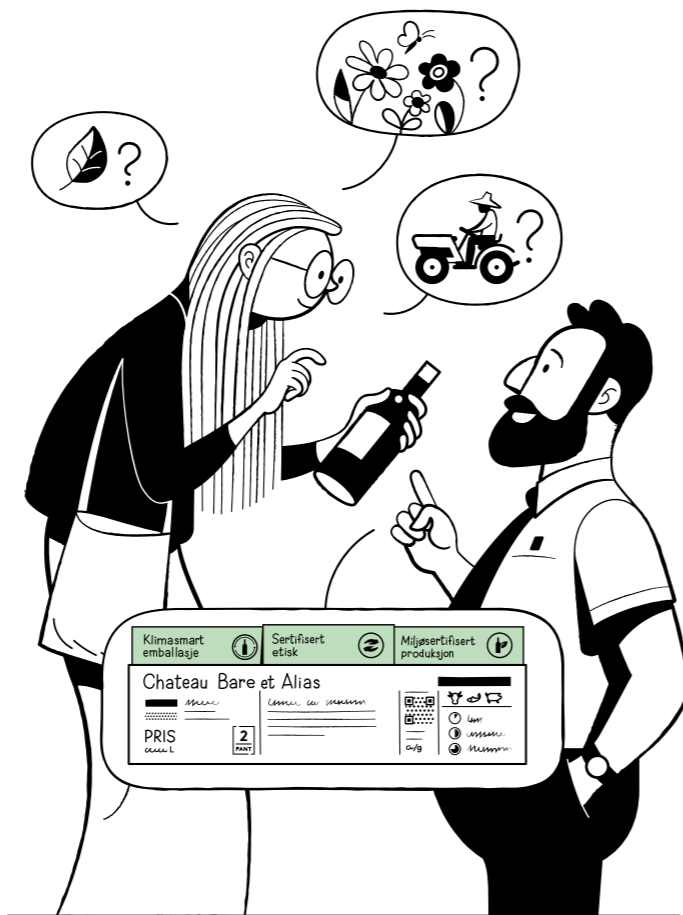
Workplace i kampanjeperioden i mars og april 2022. Eksternt var kampanjen synlig med plakater i butikkene våre, gjennom en artikkel på vinmonopolet.no og i innlegg i sosiale medier (Facebook og LinkedIn). Kampanjen oppnådde god dekning i kanalene våre.

Romindustrien

I juni ville vi å formidle at Vinmonopolet ønsker åpenhetsloven velkommen. Vi valgte å aktualisere tematikken med et eksempel knyttet til arbeidsforhold i romindustrien i Mellom-Amerika. Romindustrien har en rekke ledd fra råvareproduksjon via foredling av sukker og melasse til destillering, modning og tapping. Vinmonopolet har gjennom sin oppfølging av leverandørkjeden ledet an for å få til endring i bransjen. Problemstillingen ble belyst i en artikkel i kundemagasinet Vinbladet og fulgt opp med innlegg i sosiale medier og internt.

Grønnvasking

Flere av leverandørene våre merker, eller har ønske om å merke, produktene



med ulike symboler som skal si noe om de miljømessige egenskapene ved produktene. Merking av produkter med ulike miljøsymboler reiser spørsmål relatert til både alkoholreklameforbudet og markedsføringsloven. Vi så derfor et behov for å tydeliggjøre hvilke merker som er i henhold til regelverket, og hva som faller utenfor, og som vi ikke kan akseptere. Kort oppsummert dreier

dette seg om at påstander om bærekraft må kunne dokumenteres, forklare, være relevante og sees i sammenheng med resten av markedet.

I 2022 utarbeidet Vinmonopolet en veileder om bruk av bærekraftspåstander på produktemballasje, for å gjøre det enklere for leverandørene våre å unngå grønnvasking av produkter vi selger.

Produktutvalg

En av Vinmonopolets viktigste oppgaver er å sørge for å dekke faktisk og forventet etterspørsel etter produkter.

Vår innkjøpsprosess er omfattende og grundig, og målet er at vi til enhver tid skal ha et produktutvalg som møter etterspørselen i Norge. Utvalget er dynamisk med lansering av nye produkter seks ganger i året. Produkter som ikke selger tilstrekkelig, går ut av sortimentet etter ett år. Derfor er etterspørsel etter produkter med bærekraftselementer avgjørende for Vinmonopolets produktportefølje, og hva kunden kjøper, er med på å avgjøre utvalget av produkter på Vinmonopolet.

Merking

Produkter som har ett eller flere elementer av bærekraft merkes på butikkhyllene og i nettbutikken, slik at det blir lettere for kunden å navigere seg frem til et bærekraftig produkt.

Utvalg

Vi jobber også med å sikre at vi har et godt og bredt utvalg av produkter med bærekraftselementer. Dette gjør vi først og fremst gjennom å stille krav til bærekraftselementer ved alle nye produkter vi lanserer. Når det gjelder å sikre anstendig arbeid, ber vi i 2023 om sertifiserte produkter fra internasjonale og lokale merkeordninger med mål om å begrense risikoen for menneskerettighetsbrudd i leverandørkjeden. Vinmonopolet krever også at vin vi

kjøper inn fra Sør-Afrika, er produsert med fri organiseringsrett for arbeiderne. I Italia stiller vi et særskilt krav om ansvarlig rekruttering og anstendige arbeidsforhold.

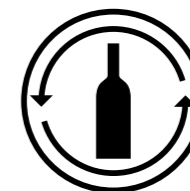
Klimasmart emballasje

For å ivareta utvalget av produkter på klimasmart emballasje har vi tatt flere grep. Vi stiller krav til at alle vin som selges til under 150 kroner skal være på klimasmart emballasje. Videre har flere av våre lanseringer krav om lettvektsflasker, PET, pouch og/eller Bag-in-Box. Vi stiller også krav om både Bag-in-Box og pouch som kan resirkuleres, samt PET-flasker som inneholder en høy andel av resirkulerbart materiale og kan pantes. Lanseringsplanen spesifiserer også krav til miljøsertifisert produksjon, dvs. produkter som er produsert i henhold til strenge miljøkrav.

Vi oppfordrer alltid leverandører til å levere produkter i klimasmart forpakning der det er mulig. Videre oppfordrer vi om at alle produkter skal merkes i henhold til den nordiske merkeordningen for avfallssortering der det er mulig – både nye lanseringer og eksisterende produkter. Vinmonopolet jobber også med å utrede mulighetene for å stille krav til varene som allerede er en del av vårt eksisterende sortiment, og på den måten bidra til at utvalget vårt av bærekraftige produkter blir større.

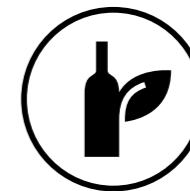
Produkter i basissortimentet vårt		
BÆREKRAFTELEMENT	ANTALL	PROSENT
Klimasmart emballasje*	597	37
Miljøsertifisert produksjon	131	8
Sertifisert etisk	16	1
Sertifisert økologisk	149	10
Biodynamisk	10	0,6
TOTALT	903	56

VINMONOPOLETS BÆREKRAFTSSYMBOLER



Klimasmart emballasje

Produkter med emballasje som veier under 420 gram per 0,75 liter, merkes med klimasmart emballasje fordi emballasjen gir et lavere klimautslipp.



Miljøsertifisert produksjon

Produkter som er produsert med betydelig vekt på miljø og ivaretagelse av naturforhold, for eksempel bruk av sprøytemidler, gjødsel og vann, samt vern av biologisk mangfold, merkes med «miljøsertifisert produksjon». Produktene må være sertifisert av en ekstern tredjepart og på nettsidene våre oppdaterer vi listen over hvilke sertifiseringsordninger som kvalifiserer for merkingen.



Sertifisert etisk

Vi stiller krav til alle leverandører om at produkter vi kjøper inn skal være produsert under anstendige arbeidsforhold. Produkter sertifisert av Fair Trade eller Fair for Life stiller ekstra høye krav til etisk produksjon, for eksempel økte lønninger og bedre arbeidsbetingelser som gjør det mulig å investere i produksjon og lokalsamfunn. Produkter med disse merkeordningene, merkes med «Sertifisert etisk».



Økologisk og biodynamisk

Økologisk vin er laget på druer som er dyrket uten syntetiske sprøytemidler og kunstgjødsel. Producenten følger strengere regler for tilsetninger, for eksempel av svovel. Økologisk vin er sertifisert av Debio, som er en offentlig godkjent kontrollinstans. Biodynamisk vin er også økologisk, men følger noe strengere regler.



Biodynamisk

Biodynamisk vin er også økologisk, men følger noe strengere regler. Biodynamisk vin er sertifisert av Biodyvin eller Demeter. Biodynamiske produkter er merket på etiketten og på hylla i butikkene våre og gjennom filtrering i nettbutikken.

VEIEN VIDERE ↓

Strategiske mål

Vi overgår kundenes forventninger på relevante, innovative miljø- og klimasmarte produkter og løsninger.

KPI
Andel nye lanseringer i basis-sortimentet med minst ett bærekraftelement.

MÅL 2030
100%

DEL 3

Årsregnskap og styrets beretning

Årsberetning	78
Styret	82
Årsregnskap	84
Noter	88
Revisors beretning	98



100 år

og kompetanse. Gjennom slike aktiviteter kan Vinmonopolet bidra til gode arbeidsforhold i hele leverandørkjeden.

I 2022 har vi arbeidet videre med forhold i sukkerindustrien i Mellom-Amerika. Det er gjennomført webinarer om ivaretagelse av arbeidernes helse og sikkerhet på sukkerrørsplantasjene, vi har hatt revisjoner på Cuba og Jamaica, og har deltatt på produsentbesøk i Jamaica. Videre har vi arbeidet med temaet «diskriminering, vold og trakassering», som er en utfordring i vinindustrien i Sør-Afrika. Her er det holdt kurs for å bedre dårlig kommunikasjon mellom ledere og arbeidere. For å motvirke moderne slaveri, tvangsarbeid og utnyttelse av sårbare grupper har vi gjennomført kurs for produsenter både i Sør-Afrika og Italia. Utover dette har vi stilt særskilte krav til fagforeningsfrihet ved anbud på nye produkter fra Sør-Afrika og USA og arbeidet videre med prosjektet «Arbeidernes stemme». Til sammen deltok over 794 personer på Vinmonopolets kurs i 2022.

Åpenhetsloven trådte i kraft 1 juli 2022. Vinmonopolet har siden den tid blitt trukket frem som et godt eksempel på hvordan virksomheter bør jobbe med aktsomhetsvurderinger i leverandørkjeden. Vi har deltatt på flere seminarer, podcaster og presentasjoner om den nye loven.

Vinmonopolets redegjørelse for aktsomhetsvurderinger jf. Åpenhetslovens §§ 4 og 5 fremgår av årsrapportens kapittel Anstendig arbeid på side 70.

Klima og miljø

Vinmonopolets største klima og miljøpåvirkninger er utenfor selskapets direkte virksomhet, nærmere bestemt i dyrkingen av råvarene,

produksjonsprosessene, emballasjen samt transporten av produktene som selges.

Vinmonopolets klimamål ble i 2022 ytterlig hevet, i henhold til myndighetenes krav. Innen 2030 skal vi redusere klimagassutslippene med 55 prosent fra 2018-nivå. Dette følges opp årlig gjennom Vinmonopolets klimarapportering. I tillegg rapporteres klimagassutslipp knyttet til emballasje som styringsparameter hver måned, samt at hver enkelt butikk setter egne mål for andel klimasmarte produkter.

Hele 43 prosent av CO2-utslippene til vin - fra vugge til grav - er knyttet til produktemballasje alene. Produksjon og transport av tunge glassflasker krever spesielt mye energi. Vi arbeider derfor systematisk med å få flere av produktene våre over på lettere emballasje, da det er emballasjevekten som har mest å si for klimafotavtrykket. I 2022 har vi fått flere produkter over på lettere emballasje, solgt betydelig flere produkter med pant og etterspurt nye og mer bærekraftige emballasjetyper i markedet.

Global oppvarming medfører hyppigere ekstremvær og andre fysiske klimaendringer, og tvinger fram en omstilling som påvirker alle verdikjeder og bransjer. Vinverden er ingen unntak. For bedre å forstå hvordan vinindustrien og Vinmonopolet selv er eksponert for klimarisiko, gjennomførte vi i 2021 en omfattende analyse av både fysisk klimarisiko og overgangsrisiko i tråd med TCFD anbefalingene. Denne er oppdatert med små justeringer i 2022.

De nordiske monopolene har lenge samarbeidet om tiltak innen bærekraft. I 2022 signerte svenske Systembolaget, finske Alko, islandske Vinbudin, færøyske Rusan og Vinmonopolet to viktige dokumenter. «The Human Rights Due

Diligence Roadmap» er en forpliktende plan for hvordan de nordiske alkoholmonopolene skal styrke respekten for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i de nordiske monopolenes verdikjede. På samme måte er «Environmental Roadmap» et veikart for å redusere klima- og miljøavtrykket i vår samlede verdikjede.

Se mer om tiltak innen ytre miljø i kapitlet Smarte Miljø og klimaløsninger på side 58.

Framtidsutsikter

Vinmonopolet var 100 år i 2022, og samtidig var selskapets daværende strategiperiode over. Styret retter nå oppmerksomheten mot utvikling av selskapet for framtiden, og vedtok i desember en ny strategi for selskapet, som setter mål for Vinmonopolets virke den kommende tiden.

Kundemøtet, gjennom å være en faghandel i verdensklasse, bærekraft, ved å være en foregangsvirksomhet på området, samt ansatte, gjennom økt trivsel, er tre hovedområder som styret er spesielt oppmerksomme på, og som også reflekterer den nye strategien. Dette vil få betydning for selskapets organisering og prioriteringer i tiden framover.

Styret vil, sammen med administrasjonen, ha stor oppmerksomhet på det som påvirker forbruksvaner og forventninger til Vinmonopolet framover. Omsetningen er i endring som følge av endrede handlemønstre etter pandemien. Hvordan dette vil påvirke selskapet vil ha stor oppmerksomhet i styret i tiden som kommer.

Styret ønsker å takke alle ansatte for den innsatsen hver og en har bidratt med gjennom det store jubileumsåret i Vinmonopolets historie.

Oslo, 27. april 2022

Åsne Havnelid
styreleder

Sverre Helno
nestleder

Trine Marit Stensen
styremedlem

Solveig Løhaugen
styremedlem

Øyvind Winther
styremedlem

Lars Jacob Tynes Pedersen
styremedlem

Helge Storvik
styremedlem

Åse Engesæth
styremedlem

Alf Ole Berglund
styremedlem

Elisabeth Hunter
adm. direktør

Ansatte	2022	2021
Antall ansatte, totalt	2014	1 935
Antall ansatte butikk	1821	1751
Antall ansatte kjedekontor	193	184
Antall årsverk	1236	1 299
Endring i årsverk fra året før	63	81
Heltid	668	727
Deltid	1346	1208

Sykefravær	2022	2021
Totalt sykefravær	6,71	6,57
Egenmeldt fravær	2,23	1,73
Legemeldt fravær	4,48	4,84

Likestilling (kjønnsfordeling i prosent)	2022		2021	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Heltid	54	46	54	46
Deltid	71	29	73	27
Butikksjefer	58	42	57	43
Alle ledere	57	43	57	43
Ledergruppe	29	71	43	57
Styret	44	56	44	56
TOTALT I VINMONOPOLET	65	35	66	34

Butikketableringer	2022	2021
Antall butikker	344	339
Antall nye butikker	5	2
Kommuner med Vinmonopol	231	230
Prosentvis andel av befolkningen som bor i en kommune med Vinmonopol eller nærmere enn 30 km til nærmeste vinmonopolbutikk	97,8	97,8

Styret

Styreleder Åsne Havelid

Administrerende direktør Norsk Tipping.

Tidl. generalsekretær Norges Røde Kors, adm.dir. Ski-VM 2011, vice president SAS Cabin operation, nestleder Olympiatoppen, rektor Norges Toppidrettsgymnas
Tillitsvern: Nestleder NRK, styreleder VM 2025, Spekter



Nestleder Sverre Helno

Administrerende direktør Møller Bil

Utdanning: siviløkonom BI
Tillitsvern: Member of Advisory Board Tryg forsikring



Ansattes representant Helge Storvik

Butikksjef Vinmonopolet Sogndal og leder for Funksjonærklubben i Vinmonopolet

Utdanning: cand.mag. UiB



Styremedlem Trine Stensen

Leder Blå Kors. Har tidligere hatt lederstillinger innen innen helse, rus og varehandel.

Utdanning: M.Sc. i organisasjonspsykologi og ledelse Portsmouth University, UK
Tillitsvern: Sentralstyret hovedorganisasjonen Virke, styreleder i selskaper i Blå Kors Norge.



Styremedlem Solveig Løhaugen

Advokat. Har arbeidet i ulike posisjoner i Kristiansand kommune, m.a. som assisterende rådmann.

Utdanning: cand.jur. UiB
Tillitsvern: styremedlem UiA og Agder kollektivtrafikk



Ansattes representant Alf Ole Berglund

Butikksjef Vinmonopolet Hammerfest og leder for Akademikerforbundet i Vinmonopolet

Utdanning: bedriftsøkonomi Finnmark Distrikthøgskole



Styremedlem Øyvind Winther

Administrerende direktør i Apotek 1 Gruppen AS

Utdannelse: Handelsøkonom/MBA NHH



Styremedlem Lars Jacob Tynes Pedersen

Førsteamanuensis og leder av Centre for Ethics and Economics ved Norges Handelshøgskule

Forsker, underviser og gir råd til bedrifter innenfor tema som bærekraft, forretningsmodelldesign og strategisk innovasjon

Utdanning: doktorgrad i økonomi og administrasjon NHH



Ansattes representant Åse Engesæth

Butikksjef Vinmonopolet Sotra og nestleder for Funksjonærklubben i Vinmonopolet Vest

Utdanning: handelsskole, kurs i bedriftsøkonomi ved NKI



Resultat

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2022	2021
Driftsinntekter			
Salgsinntekter	2	18 439	21 701
Andre inntekter		18	13
SUM DRIFTSINTEKTER		18 457	21 714
Driftskostnader			
Vareforbruk		16 098	18 973
Lønnskostnad	3	1 472	1 512
Av- og nedskrivinger på varige driftsmidler	4	75	79
Andre driftskostnader	3	523	527
SUM DRIFTSKOSTNADER		18 168	21 091
DRIFTSRESULTAT		288	623
Finansinntekter og finanskostnader			
Finansinntekter	5, 6	37	20
SUM FINANSRESULTAT		37	20
RESULTAT FØR SKATT		326	643
Skattekostnad	7	72	142
ÅRETS RESULTAT	8	254	501
Avsatt til			
Til overskuddsandel og utbytte		127	401
Til annen egenkapital		127	100
SUM		254	501

Balanse

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2022	2021
Eiendeler			
Lisenser og programvare	4	46	46
Utsatt skattefordel	7	230	270
Varige driftsmidler	4	233	242
Obligasjoner og aksjer	9	1	1
ANLEGGSMIDLER		510	559
Lager av varer og annen beholdning	10	1 296	1 319
Kundefordringer		29	5
Andre kortsiktige fordringer	11	65	64
Finansielle plasseringer	6	360	365
Kontanter, bankinnskudd	6,12	2 493	3 101
OMLØPSMIDLER		4 244	4 854
SUM EIENDELER		4 753	5 413

Oslo, 27. april 2022



Åsne Havnelid
styreleder



Sverre Helno
nestleder



Trine Marit Stensen
styremedlem



Solveig Løhaugen
styremedlem



Øyvind Winther
styremedlem



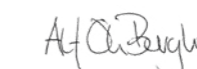
Lars Jacob Tynes Pedersen
styremedlem



Helge Storvik
styremedlem



Åse Engesæth
styremedlem



Alf Ole Berglund
styremedlem



Elisabeth Hunter
adm. direktør

Balanse

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2022	2021
Gjeld og egenkapital			
Innskutt kapital			
Aksjekapital		-	-
Opptjent kapital			
Annen egenkapital		889	665
EGENKAPITAL	8	889	665
Pensjonsforpliktelser	13	1 064	1 259
LANGSIKTIG GJELD		1 064	1 259
Leverandørgjeld		2 172	2 488
Betalbar skatt	7	60	138
Skyldig offentlige avgifter		191	207
Overskuddsandel og utbytte	8	127	401
Annen kortsiktig gjeld	14	251	256
KORTSIKTIG GJELD		2 801	3 489
SUM GJELD OG EGENKAPITAL		4 753	5 413

Kontantstrømoppstilling

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2022	2021
Likvider tilført fra virksomheten			
Tilført fra årets virksomhet *)		-208	255
Endring leverandører		-316	128
Endring i lager, debitorer		-1	100
Endring andre kortsiktige poster		-21	4
NETTO LIKVIDITETSEDRING FRA VIRKSOMHETEN		-546	488
Likvider brukt på investeringer			
Investeringer i varige driftsmidler	4	-66	-63
Salg av varige driftsmidler			
NETTO LIKVIDITETSEDRING FRA INVESTERINGER		-66	-63
Likvider fra finansiering			
Endring andre langsiktige fordringer		-	-
NETTO LIKVIDITETSEDRING FRA FINANSIERING		-	-
Netto endring i likvider gjennom året		-612	425
Likvider 1.1.		3 466	3 041
LIKVIDER 31.12.		2 854	3 466
Spesifikasjon likvider 31.12.			
Konter		58	68
Bankinnskudd		2 435	3 032
Finansielle plasseringer		360	365
SUM LIKVIDER		2 854	3 466
Resultat før skatt		326	643
Tap ved avgang, driftsmidler		0	1
Ordinære av- og nedskrivninger	4	75	79
Betalbar skatt (vinmonopolavgift)	7	-138	-147
Forskjell mellom kostnadsført pensjon og inn-/utbetalinger		-70	-33
Overskuddsandel		-401	-286
*) TILFØRT FRA ÅRETS VIRKSOMHET		-208	255

Noter

Note

1

Prinsippnote

1.0 Sammen drag av de viktigste regnskapsprinsippene

AS Vinmonopolet er underlagt lov om Aktieselskapet Vinmonopolet (vinmonopolloven) og avlegger årsregnskap i samsvar med regnskapsloven av 1998 og god regnskapsskikk i Norge.

1.1 Driftsinntekter

Salgsinntektene er presentert inklusive alle avgifter, fratrukket merverdiavgift. Inntekter fra salg av varer resultatføres når levering har funnet sted.

1.2 Klassifisering og vurdering av balanseposter

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter poster som forfaller til betaling innen ett år etter anskaffelsestidspunktet, samt poster som knytter seg til varekretslopet. Øvrige poster er klassifisert som anleggsmidler/langsiktig gjeld. Omløpsmidler vurderes til det 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 og vareforbruk

Varebeholdningens verdi blir beregnet etter prinsippet om glidende gjennomsnitt og fluktueringer i takt med prisjusteringer. Vareforbruket i resultatregnskapet er fastsatt til verdien av varekjøp, justert for beholdningsendringer.

Alkoholavgift inngår i vareforbruket.

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 o.l. som leveres sammen med maskinvare. Behandlingen for øvrig er lik med varige driftsmidler. Investeringer i butikklokaler 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 salgs- og bokført verdi, og er presentert netto under øvrige driftskostnader. Gevinst ved salg av anleggsmidler er presentert under andre inntekter.

1.7 Skatt

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

1.8 Pensjonsforpliktelser

Vinmonopolets ansatte er tilknyttet en ytelsesbasert pensjonsordning gjennom Statens pensjonskasse (SPK). Selskapet har også avtalefestet førtidspensjon (AFP). Videre har selskapet en pensjonsavtale finansiert over drift knyttet til tidligere administrerende direktør. Vinmonopolet følger Norsk Regnskapsstandard 6A, som gir regnskapspliktige mulighet til å anvende rammeverket i International Accounting Standard 19 (IFRS). Pensjonsordningen i SPK er ikke fondsbasert. Det blir simulert en avkastning for pensjonsmidlene tilsvarende langsiktige statsobligasjoner (90 % av midlene) og Statens pensjonsfond utland (10 % av midlene). Utbetalingen av pensjonene er garantert av staten (pensjonsloven § 1).

Selskapets pensjonsforpliktelser beregnes som den diskonterte verdien av de fremtidige pensjonsytelsene som anses påløpt på balansedagen. Det forutsettes at arbeidstakerne opparbeider sine pensjonsrettigheter lineært over den yrkesaktive perioden. Pensjonsmidlene er vurdert til virkelig verdi og fratrukket i netto pensjonsforpliktelse i balansen. Eventuell overfinansiering balanseføres i den grad overfinansieringen kan utnyttes eller tilbakebetales. Endringer i forpliktelsen og pensjonsmidlene som skyldes endringer i og avvik mot beregningsforutsetningene (estimatendringer), føres direkte mot egenkapitalen. Effekten av planendringer føres mot resultatet. 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.

Ordningen med avtalefestet førtidspensjon (AFP) innebærer at ansatte kan gå av med pensjon ved fylte 62 år eller senere. Ved fylte 67 år går arbeidstakere over på normal pensjon. Det betales ordinær premie til ordningen 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.

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. Vinmonopolet har ikke leieavtaler som anses å være finansielle.

1.10 Kontantstrømpstilling

Kontantstrømpstillingen er utarbeidet etter den indirekte metoden. Kontanter og kontantekvivalenter omfatter kontanter, bank og finansielle plasseringer.

1.11 Tilknyttet selskap

Investering i tilknyttede selskaper vurderes etter de generelle vurderingsreglene (kostmetoden) i selskapsregnskapet.

Note

2

Salgsinntekter

FORDELING HOVEDVAREGRUPPER (TALL I 1000 KRONER)	2022	2021
Svakvin	11 897 788	14 114 595
Sterkvin	118 597	141 009
Brennevin	5 814 465	6 776 376
Øl	408 595	490 771
Alkoholfritt	77 493	66 023
Andre salgsvare	121 961	111 855
SUM	18 438 899	21 700 627

Alkoholavgifter utgjør 8 804,1 millioner kroner av salgsinntekter og varekostnader (10 495,2 millioner kroner i 2021)

Note

3

Lønnskostnader og ytelser, godtgjørelse til ledende personer og revisor

TALL I 1000 KRONER	2022	2021
Lønn	1 133 492	1 187 376
Arbeidsgiveravgift	146 666	152 770
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	146 501	144 605
Innleid arbeidskraft	45 244	27 520
Andre godtgjørelser		
Andre personalkostnader		
SUM	1 471 903	1 512 271

Gjennomsnittlig antall årsverk	1 236	1 299
Antall fast ansatte per 31.12.	2014	1935
Herav		
Heltidsansatte	668	727
Deltidsansatte	1346	1208

Ytelser til ledende personer:

REGNSKAPSÅR (TALL I 1000 KRONER)	LØNN	PENSJONSOPP- TJENING	ANDRE YTELSE	SAMLET GODT- GJØRELSE
Elisabeth Hunter, administrerende direktør				
2022	2 727	373	214	3 314
2021	2 695	330	213	3 237
Bjørn-Egil Ekhaugen, direktør for økonomi				
2022	1 715	396	165	2 276
2021	1 661	373	159	2 194
Lars Thorenfeldt, direktør for strategi og digitalisering				
2022	1 607	339	162	2 109
2021	1 558	298	157	2 012
Simen Helly-Hansen, direktør for kategori og innkjøp fra 01.12.22				
2022	170	25	13	208
2021	-	-	-	-
Hege Aamotsmo, direktør for organisasjon og HR fra 1.11.22				
2022	426	191	38	655
2021	-	-	-	-
Halvor Bing Lorentzen, direktør for samfunnsansvar og samfunnskontakt				
2022	1 607	320	163	2 091
2021	1 557	272	159	1 989
Linda Frid Andresen, direktør for kjededrift og utvikling til 31.10.22				
2022	1 684	374	137	2 195
2021	2 055	417	158	2 630
Elisabeth Ramstad, direktør for organisasjon og HR til 30.06.22				
2022	1 628	366	79	2 074
2021	1 597	303	157	2 058
Geir Mosether, direktør for kategori og innkjøp til 31.03.2022				
2022	674	52	40	766
2021	1 713	288	157	2 159
Joralf Sætran, konst. direktør for kjededrift og utvikling fra 01.11.22				
2022	287	49	29	365
2021	-	-	-	-
Rune Wikström-Johansen, konst. direktør for organisasjon og HR 01.07-31.10.22				
2022	369	64	57	489
2021	-	-	-	-

Revisor (godtgjørelse til revisor er fordelt på følgende):

TALL I 1000 KRONER	2022	2021
Lovpålagt revisjon	780	700
Andre attestasjonstjenester	136	0
Skatterådgivning	74	0
Annen bistand	53	215
SUM	1 043	915

Beløpene er eksklusiv merverdiavgift

Note

4

Anleggsnote

TALL I 1000 KRONER	LISENSER OG PROGRAMVARE	IT-UTSTYR/ KONTORUTSTYR	TRANSPORT- MIDLER	INVENTAR	FORRETNINGS- BYGG
Anskaffelseskost 01.01.	280 898	168 149	3 168	651 269	13 046
Tilgang	18 334	12 115	270	26 579	0
Avgang	-65 443	-63 935	-130	-812	0
ANSKAFFELSESKOST 31.12.	233 788	116 328	3 308	677 036	13 046
Akkumulert avskrivning 01.01.	234 904	147 182	1 905	482 599	9 596
Årets avskrivning	18 510	11 769	223	36 617	189
Avgang	-65 444	-63 935	-130	-786	0
AKKUMULERT AVSKRIVNING 31.12.	187 970	95 016	1 998	518 429	9 785
Bokført verdi 01.01.2022.	45 993	20 967	1 263	168 670	3 450
BOKFØRT VERDI 31.12.2022.	45 818	21 312	1 309	158 607	3 261
TALL I 1000 KRONER	LEIDE LOKALER	TOMTER	KUNST	TOTALT	
Anskaffelseskost 01.01	202 528	4 119	1 136	1 324 312	
Tilgang	8 544	0	0	65 842	
Avgang	-253	0	0	-130 573	
ANSKAFFELSESKOST 31.12	210 819	4 119	1 136	1 259 581	
Akkumulert avskrivning 01.01	159 667			1 035 854	
Årets avskrivning	8 108			75 417	
Avgang	-179			-130 475	
AKKUMULERT AVSKRIVNING 31.12	167 596			980 796	
Bokført verdi 01.01.2022	42 861	4 119	1 136	288 459	
BOKFØRT VERDI 31.12.2022	43 223	4 119	1 136	278 785	

Note

5

Finansposter

TALL I 1000 KRONER	2022	2021
Finansinntekter		
Avkastning obligasjoner og sertifikater	-4 364	-1 037
Annen renteinntekt	41 652	21 186
Annen finansinntekt	39	34
SUM FINANSINTEKTER	37 326	20 183
Finanskostnader		
Annen rentekostnad	85	65
Annen finanskostnad	50	60
SUM FINANSKOSTNADER	135	124

Note

6

Finansielle plasseringer

Vinmonopolets finansielle plasseringer består av følgende:

TALL I 1000 KRONER	KOSTPRIS	MARKEDSVERDI	BOKFØRT VERDI
Høyrenteinnskudd	850 000	896 985	896 985
Obligasjoner og sertifikater	367 464	360 232	360 232
SUM	1 217 464	1 257 217	1 257 217

Investeringer i obligasjoner og sertifikater består av norske obligasjoner og sertifikater innenfor stats-, industri- og finanssektoren.

Plasseringene hadde ved utgangen av 2022 en kreditturasjon på 3,47 år. Faktisk netto avkastning fratrukket forvaltningshonorar har i 2022 vært -4,61

millioner kroner, tilsvarende -1,2% i 2021.

Investeringene, som gjennomføres gjennom en ekstern forvalter, inngår i en handelsportefølje med henblikk på videre salg og er vurdert til markedsverdi.

Høyrenteinnskudd er regnskapsført som kontanter/bankinnskudd.

Note

7

Skatt

Midlertidige forskjeller som inngår i grunnlaget for utsatt skatt / utsatt skattefordel.

TALL I 1000 KRONER	2022	2021
Varige driftsmidler	28 022	32 195
Skattefunn	-20	-61
Fordringer	-300	-300
Varelager	-2 700	-3 000
Pensjonsforpliktelse	-1 063 766	-1 258 715
Gevinst og tapskonto	3 562	4 452
Andre forskjeller	-10 859	-
GRUNNLAG FOR UTSATT SKATT / SKATTEFORDEL I BALANSEN	-1 046 061	-1 225 429
Utsatt skatt / skattefordel i regnskapet	-230 133	-269 594

Grunnlag for skattekostnad, endring i utsatt skatt og betalbar skatt		
Resultat før skattekostnad	325 594	642 769
Permanente forskjeller	2 092	956
Grunnlag for årets skattekostnad	327 686	643 726
Endring i forskjeller som inngår i grunnlag for utsatt skatt / skattefordel	-55 174	-18 090
SKATTEPLIKTIG INNTEKT (GRUNNLAG FOR BETALBAR SKATT I BALANSEN)	272 512	625 636

Fordeling av skattekostnaden		
Sum betalbar skatt	59 953	137 640
Endring i utsatt skatt / skattefordel	12 138	3 980
SKATTEKOSTNAD (22 PROSENT AV GRUNNLAG FOR ÅRETS SKATTEKOSTNAD)	72 091	141 620

Avstemning av årets skattekostnad		
Regnskapsmessig resultat for skattekostnad	325 594	642 769
Beregnet skatt 22 %	71 631	141 409
Skattekostnad i resultatregnskapet	72 091	141 620
DIFFERANSE	-460	-210

Differanse består av følgende:

22 % AV PERMANENTE FORSKJELLER	460	210
---------------------------------------	------------	------------

Betalbar skatt i balansen		
Betalbar skatt i skattekostnaden	59 953	137 640
BETALBAR SKATT I BALANSEN	59 953	137 640

Note

8

Egenkapital

TALL I 1000 KRONER	AKSJE-KAPITAL	ANNEN EGEN-KAPITAL	ESTIMATAVVIK PENSJONER	SUM
Egenkapital 31.12.2021	50	2 193 141	-1 528 131	665 060
Årets resultat		253 503		253 503
Årets endring estimatavvik			96 871	96 871
Overskuddsandel		-126 753		-126 753
EGENKAPITAL 31.12.2022	50	2 319 891	-1 431 259	888 682

Note

9

Langsiktige fordringer og aksjer

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

TALL I 1000 KRONER	2022	2021
Obligasjons- og pantelån	283	283
Aksjer	327	327
SUM	610	610

Vinmonopolet eier 22,7 % i Sirkel Materialgjenvinning AS og Sirkel Glass AS. Sirkel Materialgjenvinning AS og Sirkel Glass AS har forretningsadressen Haslevangen 14 i Oslo. Selskapenes foreløpige regnskap for 2022 viser et resultat før skatt på

henholdsvis 14,5 millioner kroner (Sirkel Materialgjenvinning AS) og 20,6 millioner kroner (Sirkel Glass AS). Sum egenkapital viser 148,4 millioner kroner for Sirkel Materialgjenvinning AS og 64,4 millioner kroner for Sirkel Glass AS.

Note

10

Varebeholdning

TALL I 1000 KRONER	2022	2021
Varelager i butikk	1 277 988	1 301 476
Varelager fjernhandel	18 508	20 241
SUM VARELAGER	1 296 496	1 321 717
Ukurans	-2 700	-3 000

Vinmonopolets varebeholdning fordeles over 344 butikker og et eget lager som håndterer utsendelser for fjernhandelskanalen. Verdien av varebeholdningen vises i tabellen ovenfor.

Note

11

Andre kortsiktige fordringer

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

TALL I 1000 KRONER	2022	2021
Forskuddsbetalte kostnader	63 306	62 791
Andre kortsiktige fordringer	1 196	1 559
SUM ANDRE KORTSIKTIGE FORDRINGER	64 502	64 350

Note

12

Bankinnskudd

Innestående midler på skattetrekkkonto (bundne midler) er på kr 499 962 494. Bankbeholdningen er plassert på konsernkontosystem i Sparebanken Midt-Norge.

Note

13

Pensjonsforpliktelser

Vinmonopolet har pensjonsordninger som omfatter i alt 2710 personer, en økning på 461 personer fra 2021. Ordningene gir rett til definerte fremtidige ytelser. Disse er i hovedsak avhengige av antall opptjeningsår, lønnsnivå ved oppnådd pensjonsalder og størrelsen på ytelsene fra folketrygden.

Vinmonopolets pensjonsordninger er organisert gjennom Statens pensjonskasse. I tillegg til den kollektive pensjonsordningen har tidligere administrerende direktør tilleggspensjon som finansieres over drift. Selskapets pensjonsordninger tilfredsstiller kravene i lov om obligatorisk tjenestepensjon.

Ved beregning av årets netto pensjonskostnad legges foregående års forutsetninger til grunn. De aktuariemessige forutsetningene er basert på vanlige forutsetninger innen forsikring når det gjelder demografiske forhold.

TALL I 1000 KRONER	2022	2021
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	123 764	129 600
Rentekostnad av pensjonsforpliktelsen	59 273	45 880
Avkastning på pensjonsmidler	-40 255	-33 665
Resultatført estimatavvik	170	135
Risikopremie/administrasjon	3 081	3 119
Periodisert arbeidsgiveravgift	15 285	15 524
Medlemsandel trukket	-19 890	-20 821
NETTO PENSJONSKOSTNAD	141 429	139 773
Påløpte pensjonsforpliktelser (DBO) per 31.12.	-3 171 918	-3 167 353
Pensjonsmidler (til markedsverdi) per 31.12.	2 239 288	2 063 866
PÅLØPTE PENSJONSFORPLIKTELSE PER 31.12. EKSKL. AGA	-932 630	-1 103 487
Arbeidsgiveravgift	-131 135	-155 228
PÅLØPTE PENSJONSFORPLIKTELSE PER 31.12. INKL. AGA	-1 063 766	-1 258 715
NETTO BALANSEFØRT PENSJONSFORPLIKTELSE PER 31.12. INKL. AGA	-1 063 766	-1 258 715

ØKONOMISKE FORUTSETNINGER	2022	2021
Diskonteringsrente	3,00 %	1,90 %
Forventet avkastning på pensjonsmidler	3,00 %	1,90 %
Forventet lønnsvekst	3,50 %	2,75 %
Forventet G-regulering	3,25 %	2,50 %
Pensjonsregulering	2,60 %	1,75 %
Årlig uttakstilbøyelighet – AFP (62–67 år)	6,00 %	6,00 %
Frivillig avgang	6% under 50 år og 2% over 50 år	

Note

14

Annen kortsiktig gjeld

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

TALL I 1000 KRONER	2022	2021
Gavekort	75 457	69 117
Uopptjent inntekt	4 509	4 898
Skyldig lønn og feriepenger	170 155	182 246
SUM ANNEN KORTSIKTIG GJELD	250 121	256 261

Note

15

Aksjekapital

Selskapets aksjekapital består av 100 aksjer à 500 kroner. Samtlige aksjer eies av staten ved Helse- og omsorgsdepartementet.

Note

16

Overskuddsandel

Det er beregnet 50 prosent overskuddsandel av resultat etter skatt for 2022. 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 8.

Note

17

Leieforpliktelser

TALL I 1000 KRONER	2026	2025	2024	2023
	168 974	177 291	184 675	194 107

Antall leieavtaler for leie av butikklokaler er 340. Ved leie av butikklokaler er det vanlig å inngå 15-årskontrakter som er delt inn i 3 eller 4 leieperioder.

Note

18

Nordpolet

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

RESULTAT (TALL I 1000 KRONER)	2022	2021
Salgsinntekter	30 773	29 696
Vareforbruk	19 107	18 321
Ordinære avskrivninger	296	182
Andre driftskostnader	4 823	4 528
Driftsresultat	6 547	6 666
Finansposter	69	–
Årets resultat	6 616	6 666
Disponering av resultat:		
Til Longyearbyen lokalstyre	6 616	6 666

BALANSE PER 31.12 (TALL I 1000 KRONER)	2022	2021
Anleggsmidler	1 231	1 184
Omløpsmidler	11 716	12 374
Eiendeler	12 947	13 557
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	7 427	7 817
Langsiktig gjeld	1 140	1 360
Gjeld og egenkapital	12 947	13 557

Note

19

Hendelser etter balansedato

Det har etter balansedagen ikke inntruffet hendelser av vesentlig betydning for det avlagte årsregnskapet.

Note

20

Transaksjoner med nærstående parter

AS Vinmonopolet er et særlovsselskap heleiet av Helse- og omsorgsdepartementet (HOD). HOD og andre virksomheter eiet helt eller delvis av HOD er definert som nærstående til AS Vinmonopolet. Det foreligger ingen vesentlige transaksjoner med HOD eller andre virksomheter eiet av HOD.

Selskapet har transaksjoner med andre selskaper, helt eller delvis eiet av staten gjennom andre departementer, som en naturlig del av selskapets drift. Alle transaksjoner prises til markedsmessige vilkår.

Kontrollkomiteens innstilling

Kontrollkomiteen har gjennomgått det avsluttede og reviderte årsoppgjør samt revisjonsberetningen. Kontrollkomiteen har ingen merknader til styrets forslag til disposisjon av overskuddet på kr. 254 mill. og anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2022.

Oslo, 11. mai 2023
Øystein Østraat
Anders Amundsen
Sonja Sjøli

Bedriftsforsamlingens uttalelse

I samsvar med styrets vedtak av 27. april 2023 og kontrollkomiteens innstilling, anbefaler Bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2022 fastsettes. Likeledes anbefaler Bedriftsforsamlingen at årsberetningen godkjennes.

Oslo, 25. mai 2023

Revisors beretning



Til Helse- og omsorgsdepartementet

Uavhengig revisors beretning

Konklusjon

Vi har revidert årsregnskapet for Aktieselskapet Vinmonopolet som består av balanse per 31. desember 2022, resultat og kontantstrømpstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter til årsregnskapet, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening

- oppfyller årsregnskapet gjeldende lovkrav, og
- gir årsregnskapet et rettviseende bilde av selskapets finansielle stilling per 31. desember 2022, 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 International Standards on Auditing (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet nedenfor under *Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet*. Vi er uavhengige av selskapet i samsvar med kravene i relevante lover og forskrifter i Norge og International Code of Ethics for Professional Accountants (inkludert internasjonale uavhengighetsstandarder) utstedt av International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA-reglene), og vi har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Innhentet revisjonsbevis er etter vår vurdering tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Øvrig informasjon

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlige for informasjonen i årsberetningen og annen øvrig informasjon som er publisert sammen med årsregnskapet. Øvrig informasjon omfatter informasjon i årsrapporten bortsett fra årsregnskapet og den tilhørende revisjonsberetningen. Vår konklusjon om årsregnskapet ovenfor dekker verken informasjonen i årsberetningen eller annen øvrig informasjon.

I forbindelse med revisjonen av årsregnskapet er det vår oppgave å lese årsberetningen og annen øvrig informasjon. Formålet er å vurdere hvorvidt det foreligger vesentlig inkonsistens mellom årsberetningen, annen øvrig informasjon og årsregnskapet og den kunnskap vi har opparbeidet oss under revisjonen av årsregnskapet, eller hvorvidt informasjon i årsberetningen og annen øvrig informasjon ellers fremstår som vesentlig feil. Vi har plikt til å rapportere dersom årsberetningen eller annen øvrig informasjon fremstår som vesentlig feil. Vi har ingenting å rapportere i så henseende.

Basert på kunnskapen vi har opparbeidet oss i revisjonen, mener vi at årsberetningen

- er konsistent med årsregnskapet og
- inneholder de opplysninger som skal gis i henhold til gjeldende lovkrav.



Ledelsens ansvar for årsregnskapet

Ledelsen er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og 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 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 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. Betyggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon er å anse som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke de økonomiske beslutningene som brukerne foretar på grunnlag av årsregnskapet.

For videre beskrivelse av revisors oppgaver og plikter vises det til:
<https://revisorforeningen.no/revisjonsberetninger>

Oslo, 27. april 2023
PricewaterhouseCoopers AS

Marius Thorsrud
Statsautorisert revisor

Nøkkeltall

SALG I 1 000 LITER	2022	2021
Svakvin	78 805	96 721
Sterkvin	523	640
Brennevin	13 600	16 075
Øl *)	3 463	4 161
Alkoholfritt *)	937	836
*) Tidligere definert som «øvrige produkter»		
SUM	97 328	118 433

Inntekter og resultater (millioner kroner)		
Driftsinntekter	18 457	21 714
Driftsresultat	288	623
RESULTAT FØR SKATT	326	643

Kapital		
Total kapital i millioner kroner	4 753	5 413
Egenkapital i millioner kroner	889	665
EGENKAPITALANDEL I PROSENT	19	12

Lønnsomhet		
Dekningsgrad 1)	13	13
Resultatgrad 2)	2	3
Avkastning på sysselsatt kapital 3)	42	84

Likviditet		
Likviditetsgrad 4)	1	1

Personale		
Antall fast ansatte pr. 31.12.	2014	2178
Herav		
Heltidsansatte	668	723
Deltidsansatte	1346	1455
ANTALL ÅRSVERK	1236	1362

ANTALL BUTIKKER PR. 31.12.	344	339
-----------------------------------	------------	------------

1) Salgsinntekter – varekost / salgsinntekter

2) Resultat før skatt / salgsinntekter

3) Resultat før finanskostnader / gjennomsnittlig gjeld og rentebærende gjeld

4) Omløpsmidler – varelager / kortsiktig gjeld

DEL 4

Vedlegg

In English	104
Vår bærekraftsstrategi	106
GRI-indeks	108
Våre styrende dokumenter	115
Salget i 2022	116



100 år

This is Vinmonopolet

Vinmonopolet's mission is to limit the harmful effects of alcohol on society.

Vinmonopolet has the exclusive right to sell spirits, wine and strong ale to consumers and is a wholly state-owned limited liability company subject to the oversight of the Norwegian Ministry of Health and Care Services.

Through responsible sales, limited availability and the absence of marketing, Vinmonopolet contributes to alcohol consumption in Norway being lower than it would have otherwise been.

Lower alcohol consumption

According to figures from the World Health Organization (WHO), the average alcohol consumption of Norwegians over 15 years of age is 7.5 litres of pure alcohol per year, whereas in Denmark, for example, this figure is 10.4 litres annually per resident over 15 years of age. The average in Europe is 9.8 litres, according to the WHO Global Status Report on Alcohol and Health (2018). This shows that Norwegian alcohol policy and the monopoly system work as intended.

Contributes to good drinking culture

Over the course of its 100-year history, Vinmonopolet has gradually influenced the Norwegian drinking culture and, today, Norwegians are increasingly interested in alcohol for food, flavour and the academic and cultural aspects surrounding alcoholic beverages. Norwegians are also increasingly visiting Vinmonopolet to find non-alcoholic beverages that are also academically exciting and that can be enjoyed with food.

Responsible sales

Vinmonopolet is subject to a ban on alcohol advertising, has no sales campaigns and does not encourage additional sales. If you envision a shopping experience at Vinmonopolet, you are

unlikely to imagine large posters with sales campaigns or staff members trying to sell you more than you need. We are interested in flavour, service and subject matter – not the highest possible sales and earnings. This, in conjunction with preventing the sale of alcohol to minors and intoxicated persons, are the most important aspects of Vinmonopolet.

State's ownership and role

At the same time, it is of fundamental importance that Vinmonopolet is run in an efficient and profitable manner. Vinmonopolet's operations are regulated by an annual assignment letter from the Norwegian Ministry of Health and Care Services, where the profit share to the State is determined.

Over time, the profit share in most years has been 50 per cent of net profits after tax. In 2021, the profit share was 80 per cent of net profits after tax. In 2022, 50 per cent of net profits will be paid in profit share to the State; NOK 127 million, in total. In general, the alcoholic beverage tax amounts to 52 per cent of the sales price of an ordinary bottle of wine with an alcohol content of 13 per cent. Vinmonopolet's gross margin amounts to 12-13 per cent.

Vinmonopolet has a transparent and low gross margin with a ceiling of NOK 110 per bottle. The alcoholic beverage tax is calculated based on the alcohol content. Therefore, more expensive wine is relatively affordable in Norway and spirits are relatively expensive.

Dependent on public support

In order to maintain the monopoly system, it is crucial that the public is satisfied with Vinmonopolet. Therefore, it is particularly important for us to have a high level of service and knowledge among our staff members, a broad and relevant product selection and well-run

shops with relatively good availability. At the same time as we are working to limit the harmful effects of alcohol, our most important mandate is to create good shopping experiences for everyone visiting Vinmonopolet. Vinmonopolet has 2,014 employees who are always working in accordance with our social mission and objective of being a world class specialist retailer.

Broad product selection

Vinmonopolet's product selection is among the largest in the world. Through the monopoly system, we ensure a product selection that covers various preferences in terms of flavour, style, price and other variables. We seek to have the best selection in the world, with a high degree of diversity.

Our shops

Our shops are divided into six categories and the selection in each shop varies from approximately 200 products in the smallest category 1 shops to more than 4,000 products in the biggest category 6 shops. However, the entirety of Vinmonopolet's product selection is available for order and pick-up at any Vinmonopolet branch. Thereby, everyone in Norway has equal access to approximately 35,000 products. We also have 22 specialised shops for wine, beer and/or spirits.

The specialised shops launch and carry internationally sought-after high-quality products, in addition to Vinmonopolet's ordinary selection.

Regulated availability

Regulated availability is an important instrument in Norwegian alcohol policy and Vinmonopolet's business hours are determined by the Norwegian Parliament (Stortinget). Alcohol research shows that limited availability is an

effective means of limiting the harmful effects of alcohol on society. Vinmonopolet is permitted to be open between the hours of 09:00-18:00 on weekdays and from 09:00-16:00 on Saturdays. We are closed on all public holidays, in addition to 17 May (Constitution Day) and Christmas Eve. Business hours and selection among our 344 shops vary according to local demand and shopping patterns. It is a prerequisite for operations that each branch of Vinmonopolet covers its own costs and, therefore, certain shops are only open when customers tend to shop, i.e., nearing the weekend.

↓ Highlights 2022



NUMBER OF SHOPS

344 ↗

We have opened 5 new shops.



NUMBER OF FULL-TIME EQUIVALENTS

1,236 ↘

63 fewer than in 2021.



NUMBER OF PRODUCTS

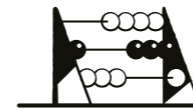
34,406 ↗

4,033 more than in 2021.

NUMBER OF WHOESALERS

719 ↗

50 more than in 2021.



OPERATING RESULT (NOK)

288m ↘

Decrease of 54 per cent compared to 2021.

LITRES SOLD (MILLION)

97,3 ↘

Decrease of 18 per cent compared to 2021.

AGE VERIFICATION

96,35% ↗

3.12 per cent progress compared to 2021.

GREENHOUSE GAS EMISSIONS

157 812 ↘

Decrease of 17,3 % compared to 2021.

Key figures

SALES 1 000 LITER	2022	2021
Table wine	78 805	96 721
Fortified wine	523	640
Spirits	13 600	16 075
Beer *)	3 463	4 161
Alcohol free *)	937	836
*) Formerly defined as "other products"		
TOTAL	97 328	118 433

Revenue and results (million NOK)		
Operating revenues	18 457	21 714
Operating profit	288	623
NET PROFIT BEFORE TAX	326	643

Capital		
Assets (million NOK)	4 753	5 413
Shareholder's equity (million NOK)	889	665
EQUITY TO ASSET RATIO (%)	19	12

Profitability (%)		
Dekningsgrad - coverage 1)	13	13
Operating margin 2)	2	3
Return on capital employed 3)	42	84

Liquidity		
Current ratio 4)	1	1

Employees		
Total permanent employees at 31 december	2 014	2 178
Of which		
Full time	668	723
Part time	1 346	1 455
EQUIVALENT FULL TIME EMPLOYEES	1 236	1 362

RETAIL OUTLETS AT 31 DECEMBER	344	339
--------------------------------------	------------	------------

Fra Vinmonopolets bærekrafts-strategi 2018–2022

Alkohol og samfunn

MÅL 2022	DELMÅL	RESULTAT 2021	RESULTAT 2022
Vi selger alkohol med ansvar.	95 % av kunder mellom 18 og 25 skal bli spurt om å vise legitimasjon	93,2 % i denne kundegruppen ble spurt om å vise legitimasjon	96,4 % av kundene i aldersgruppen ble spurt om legitimasjon.
Vi legger til rette for et ansvarlig alkoholkonsum.	60 % mener Vinmonopolet bidrar til å begrense alkoholkonsumet iht. vår kunde- og opinionsundersøkelse	Vår kunde- og opinionsundersøkelse viser at 48 % mener Vinmonopolet bidrar til å begrense alkoholkonsumet.	53 % av kundene våre mener Vinmonopolet bidrar til å begrense alkoholkonsumet.
Varene vi selger, er trygge.	Ingen rapporterte tilfeller av sykdom etter å ha drukket produkter kjøpt på Vinmonopolet	Ingen rapporterte tilfeller	Ingen rapporterte tilfeller
Varene vi selger, er trygge.	Ingen skader relatert til produkter med overtrykk	Ingen rapporterte tilfeller	Ingen rapporterte tilfeller

God forretningsetikk

MÅL 2022	DELMÅL	RESULTAT 2021	RESULTAT 2022
Likebehandlingsprinsippet ivaretas i alle ledd i organisasjonen	Ingen brudd på rutinene og retningslinjene som skal sikre likebehandling i alle ledd	Ingen rapporterte tilfeller	Ingen rapporterte tilfeller
Vi har nulltoleranse for korrupsjon og misligheter	Ingen tilfeller av korrupsjon eller misligheter i vår virksomhet (varslingsrådet)	Ingen tilfeller avdekket	Ingen rapporterte tilfeller

Bærekraftig forbrukeradferd

MÅL 2022	DELMÅL	RESULTAT 2021	RESULTAT 2022
De butikkansatte legger til rette for at kundene skal kunne ta bærekraftige valg.	Innarbeide bærekraft i Vinmonopolets serviceprogram «Det beste kundemøtet» og utvikle opplæringsmateriell	Opplæringsmateriell i form av e-læringskurs om bærekraft og merking i butikk ble lansert	Kurset «Det beste kundemøtet» ble gjennomført av 84 % av våre medarbeidere i 2022. Kuset «Hylleforkanter og merking» ble gjennomført av 70 % av våre medarbeidere i 2022.
Vi har tydelig og lett tilgjengelig informasjon om bærekraft i alle kanaler.	Produkter med bærekraftselementer er merket tydelig i butikk og på nett.	Merking innen bærekraft lansert: «sertifisert etisk», «miljøsertifisert produksjon» og «klimasmart emballasje», både i butikk og på nett.	Merking lansert i 2021. I 2022 ble det blsluttet at produkter sertifisert som økologisk og biodynamisk også inngår i vår bærekraftsdefinisjon, pga. positive effekter på biomangfoldet i dyrkingsfasen.

Smarte klima og miljøløsninger

MÅL 2022	DELMÅL	RESULTAT 2021	RESULTAT 2022
Vi skal redusere produktemballasjens klimafotavtrykk betydelig.	20 % reduksjon i produktemballasjens klimafotavtrykk	Klimafotavtrykket til produktemballasjen har økt med 44 % siden 2018.	Klimafotavtrykket til produktemballasjen har økt med 18 % siden 2018.
Vi ligger i front på miljøsmart drift av egen virksomhet.	100 % av våre butikker og kjedekontoret er sertifisert som miljøfyrtårn.	Samtlige 341 butikker er miljøfyrtårnsertifisert, som tilsvarer 100 %.	Samtlige 344 butikker er miljøfyrtårnsertifisert, som tilsvarer 100 %

Anstendig arbeid

MÅL 2022	DELMÅL	RESULTAT 2021	RESULTAT 2022
Alle arbeidere i vår leverandørkjede har arbeidsforhold som er i tråd med ILO-konvensjonene og UN Guiding Principles.	100 % av identifiserte brudd på våre etiske retningslinjer skal rettes opp	Pandemien har gjort det vanskelig for oss å nå våre mål om etterlevelse av etiske retningslinjer i leverandørkjeden. Fysiske besøk og revisjoner hos produsenter og underleverandører har vi måttet utsette pga. smittesituasjonen og lokale restriksjoner. Vi har derfor gjort det vi kan via digitale løsninger, som videomøter med produsenter og webinarer/e-kurs for arbeidere.	88 % av identifiserte brudd på våre etiske retningslinjer ble rettet opp.
Alle arbeidere i vår leverandørkjede har arbeidsforhold som er i tråd med ILO-konvensjonene og UN Guiding Principles.	Samtlige avsluttende revisjoner som gjennomføres, skal være bestått.	Ingen revisjonen gjennomført i 2021 pga. pandemien	13 av 16 revisjoner ble bestått i 2022, noe som tilsvarer 81,3 %

En god og inkluderende arbeidsplass

MÅL 2022	DELMÅL	RESULTAT 2021	RESULTAT 2022
Vinmonopolet skal ha et relevant mangfold i organisasjonen.	Sikre en balansert kjønnsfordeling i ledende stillinger – oppnå 90 poeng på SHE Index	She Index 2021: 89 poeng.	SHE index 2022: 85 poeng
Vinmonopolet er en lærende organisasjon med kompetente medarbeidere.	Etablere Polakademiet – vårt kompetansesenter for opplæring og utvikling av medarbeidere.	Polakademiet ble etablert i 2021.	Polakademiet er godt etablert i 2022 som vårt læringsunivers.

GRI-indeks

INDIKATOR NUMMER	NAVN PÅ INDIKATOR	INFORMASJON OG REFERANSE	UTELATELSER OG KOMMENTARER
GRI 2: Generelle opplysninger			
Generell informasjon om selskapet			
2-1	Detaljer om selskapet	AS VINMONOPOLET Foretaksregisteret NO 817 209 882 MVA	
		Statlig aksjeselskap underlagt Helse- og omsorgsdepartementet.	
		Kjedekontor: Dronning Eufemias gate 11 Postboks 6953, St. Olavs plass, 0130 OSLO	
		Norge	
2-2	Datterselskaper inkludert rapporteringen	Vinmonopolet AS og 344 butikker	
		Integrert bærekrafts- og årsrapport. Nordpolet konsolideres ikke inn.	
		Mer om Eierstyring og selskaspleidelse i AS Vinmonopolet her: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskaspleidelse	
2-3	Rapporteringsperiode, tidsintervall og kontaktpunkt	Årsrapport (Års- og bærekraftsrapport for perioden 01.01.2022 - 31.12.2022)	
		Samme for finansiell- og bærekraftsrapportering	
		26.mai.23	
		sara.g.hauge@vinmonopolet.no	
2-4	Vesentlige endringer fra forrige rapportering (2021)	Det er gjort endringer i beregninger av utslipp i klimaregnskapet, dette gjelder for flere kilder som fjernvarme, kjølemidler, avfall, hotellovernattinger og produktrelaterte utslipp har blitt lagt til. Samtlige endringer er tilbakeregnet til referanseåret 2018. Vi har også laget en metoderapport som tydeliggjør hvordan klimaregnskapet er beregnet, denne er tilgjengelig på Vinmonopolets nettsider.	
2-5	Ekstern verifisering av bærekraftsrapporten	GRI indeks har blitt attestert av ekstern revisor siden 2019 ihht ISAE 3000 og har blitt innarbeidet som en rutine siden. Revisors beretning finnes på s. 113–114	
		Om rapporten, s. 3. Uavhengig uttalelse vedrørende Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering av bærekraft, s. 113–114	
Aktiviteter og ansatte			
2-6	Aktiviteter, verdikjede og forretningsrelasjoner	Varehandel. Del av jordbrukssektoren.	
		Nøkkeltall leverandørkjeden per 31.12.23: Grossiter - 719 Produsenter - 818 Land - 87 Aktive produkter - 34 406	
		Våre samarbeidspartnere s. 38	
		Ingen signifikante endringer	
2-7	Ansatte	Tabell side 50 "Heltids- og deltidsansatte", kapittel God om inkluderende arbeidsplass	
		Ved utgangen av 2022 var vi 2014 faste ansatte.	
		I/A	
		Turnover i 2022 side 50, kapittel God om inkluderende arbeidsplass	
2-8	Arbeidere som ikke er ansatte		Informasjon utilgjengelig/ Ufullstendig
			Vi har ikke utarbeidet en oversikt over dette punktet. Dette er per i dag ikke inkludert i arbeidet med å hente frem tall for ansatte. Vi vurderer ikke dette som relevant for Vinmonopolet da det er veldig få personer som er leid inn (som f.eks. konsulenter).

INDIKATOR NUMMER	NAVN PÅ INDIKATOR	INFORMASJON OG REFERANSE	UTELATELSER OG KOMMENTARER
Styring			
2-9	Foretaksstyring - struktur og sammensetning	Ledergruppe og organisasjonskart s. 26 Styret s. 82–83	Eierstyring og selskaspleidelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskaspleidelse
2-10	Nominasjon og valg av øverste styringsorgan	Eierstyring og selskaspleidelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskaspleidelse	
2-11	Styreleders rolle i selskapet	Daglig leder er ikke representert i styret.	
2-12	Konsernledelsens rolle i bærekraftsarbeidet	En foregangsvirksomhet på bærekraft, s. 30	
			I Vinmonopolets oppdragsbrev står det at styret skal evaluere seg selv og at Helse og omsorgsdepartementet skal få tilsendt evalueringen. I tillegg bedriver Bedriftsforsamlingen kontroll av styrets arbeid.
2-13	Delegering av ansvar i bærekraftsarbeidet	En foregangsvirksomhet på bærekraft, s. 30-31	
2-14	Styrets rolle i bærekraftsrapporteringen	Styret signerer Styrets beretning hvor det refereres til bærekraftsdelen av rapporten. De signerer også redjørelsen for åpenhetsloven, samt selskapstrategien som inneholder mål på bærekraft.	
2-15	Interessekonflikter	Varslingskanal s. 53, kapittel God forretningsetikk	Eierstyring og selskaspleidelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskaspleidelse
			Våre styrende dokumenter s. 115: Etiske retningslinjer Vinmonopolloven
2-16	Kommunikasjon av kritiske forhold til øverste ledelse	Eierstyring og selskaspleidelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskaspleidelse	
			Varslingskanal, s. 53, Kapittel God forretningsetikk
2-17	Erklæring fra øverste ledelse	En foregangsvirksomhet på bærekraft, s. 30-31	
2-18	Evaluering av arbeidet til øverste ledelse	Lederlønnrapport, offentliggjøres på Vinmonopolets nettsider	Styrende dokumenter, s. 115: Vinmonopolets oppdragsbrev
			Eierstyring og selskaspleidelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskaspleidelse
2-19	Retningslinjer for godtgjørelser	Lederlønnrapport, offentliggjøres på Vinmonopolets nettsider	
2-20	Prosess for å avklare godtgjørelser	Dette er Vinmonopolet, s. 5.	Styrende dokumenter s. 115: Oppdragsbrevet
2-21	Årlig kompensasjonsratio	Selskapets ansatte fikk et lønnstillegg på 3,70 % i 2022. For ansatte i ledende stillinger var lønnstillegget tilsvarende.	Lederlønnrapport, offentliggjøres på Vinmonopolets nettsider
			Lederlønnrapport, offentliggjøres på Vinmonopolets nettsider
Strategi, retningslinjer og prosesser			
2-22	Strategisk retning bærekraft	Administrerende direktør har ordet s. 8–9 Selskapstrategi s. 24–25	
2-23	Forpliktende retningslinjer	Våre styrende dokumenter s. 115: Code of Conduct Grossistavtalen Arbeidsmiljøloven Etiske retningslinjer for ansatte i Vinmonopolet Reglement for Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet	Eierstyring og selskaspleidelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskaspleidelse
2-24	Forankring av retningslinjer	En foregangsvirksomhet på bærekraft, s. 30–31 Styrende dokumenter s. 115: Code of Conduct Grossistavtalen Reglement for Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet	

INDIKATOR NUMMER	NAVN PÅ INDIKATOR	INFORMASJON OG REFERANSE	UTELATELSER OG KOMMENTARER
2-25	Prosess for å gjenopprette negative konsekvenser	Natur og miljøforhold s. 69, kapittel Smarte miljø- og klimaløsninger Vår tilnærming til arbeidet, s. 65. Kapittel Anstendig arbeid.	Kapittel God forretningsetikk, s. 52–53 Våre samarbeidspartnere, s. 38. Vinmonopolets varslingskanal https://www.vinmonopolet.no/varslingskanal Vinmonopolets varslingskanal: https://www.vinmonopolet.no/varslingskanal Det foreligger per nå ingen formalisert systematikk for evaluering av varslingskanalen.
2-26	Varslingskanaler	Det foreligger per nå ingen formalisert systematikk for evaluering av varslingskanalen.	
2-27	Overholdelse av lover og regler	Kapittel God forretningsetikk, s. 52–53	
2-28	Medlemskap i organisasjoner	Våre samarbeidspartnere, s. 38	
Vinmonopolets interesser			
2-29	Tilnærming til interessegrupper	Våre interesser, s. 36 Interessentdialog, s. 37	
2-30	Tariffavtaler	Alle ansatte er dekket av tariffavtaler og kollektive forhandlinger. I/A - se kommentar over	
GRI 3: Vesentlige temaer			
3-1	Prosess for å definere våre vesentlige tema	En foregangsvirksomhet på bærekraft, s. 30-31 Vår vesentlighetsanalyse, s. 32-33 Våre bærekraftsmål, s. 34 - 35 Alkohol og samfunn, s. 40 Produktsikkerhet, s. 46 God og inkluderende arbeidsplass, s. 48 God forretningsetikk, s. 52 Anstendig arbeid, s. 54 Smarte miljø- og klimaløsninger, s. 60 Bærekraftig forbrukeradferd, s. 72	
		Vår vesentlighetsanalyse, s. 32-33 Våre interesser, s. 36. Interessentdialog, s. 37	
3-2	Liste over vesentlig tema	Vår vesentlighetsanalyse s. 32-33	
Alkohol og samfunn: Begrense skadevirkningene av alkohol & Produktsikkerhet			
3-3	Håndtering av vesentlige tema	Alkohol og samfunn, s. 40 - 47 Våre styrende dokumenter, s. 115 Monopolordningen, alkoholloven Rekordbra resultater på alderskontroll, s. 40 - 41, kapittel Alkohol og samfunn Flere mener Vinmonopolet bidrar til lavere alkoholkonsum, s. 44 -45, kapittel Alkohol og samfunn Systematisk arbeid med produktkvalitet, s. 46-47 kapittel Alkohol og samfunn Flere mener Vinmonopolet bidrar til lavere alkoholkonsum, s. 44 -45, kapittel Alkohol og samfunn Systematisk arbeid med produktkvalitet, s. 46-47 kapittel Alkohol og samfunn En foregangsvirksomhet på bærekraft, s. 30-31 Våre interesser, s. 36. Interessentdialog, s. 37	
Egendefinert	Vi selger alkohol med ansvar	Rekordbra resultater på alderskontroll, s.40 - 41, kapittel Alkohol og samfunn	
Egendefinert	Vi legger til rette for et ansvarlig alkoholkonsum	Flere mener Vinmonopolet bidrar til lavere alkoholkonsum, s. 44 -45, kapittel Alkohol og samfunn	
416-1	Vurdering av helse- og sikkerhetspåvirkning fra våre varer og tjenester	Systematisk arbeid med produktkvalitet, s. 46–47 kapittel Alkohol og samfunn	
416-2	Brudd på regler og standarder for helse og sikkerhet for våre produkter og tjenester	Ingen rapporterte tilfeller	
God og inkluderende arbeidsplass			

INDIKATOR NUMMER	NAVN PÅ INDIKATOR	INFORMASJON OG REFERANSE	UTELATELSER OG KOMMENTARER
3-3	Håndtering av vesentlige tema	Kunnskapskultur, trivsel og inkludering, s. 48–51, kapittel God og inkluderende arbeidsplass Trivsel, s. 49., kapittel God og inkluderende arbeidsplass Evaluering av kurs og kompetanseutvikling: Kursene evalueres og revideres jevnlig, men evalueringen er ikke formalisert og systematisert.	
404-1	Gjennomsnittlig antall timer organisert opplæring per år per ansatt	Polakademiet, s. 49, kapittel God og inkluderende arbeidsplass Informasjon er ikke delt opp i kjønn eller ansatt kategori, men dette er ikke relevant for Vinmonoplets E-læringer	
404-2	Programmer for kompetanseutvikling og støtte til omstilling	Kunnskapskultur, trivsel og inkludering, s. 48–49, kapittel God og inkluderende arbeidsplass Interessentdialog, s. 37	
			Punkt b) er ikke relevant gitt svært lav turnover
God forretningsetikk			
3-3	Håndtering av vesentlige tema	Gode mekanismer hindrer uønsket påvirkning, s. 52–53, kapittel God forretningsetikk Interessentdialog, s. 37	
205-3	Bekreftede korrupsjonshendelser og iverksatte tiltak	Gode mekanismer hindrer uønsket påvirkning, s. 52–53, kapittel God forretningsetikk	
206-1	Juridiske reaksjoner på antikompetitiv adferd, mistillit og monopolpraksis	Ingen tilfeller i 2022	
Anstendig arbeid i leverandørkjeden			
3-3	Håndtering av vesentlige tema	En global pådriver, s. 54–55, kapittel Anstendig arbeid: Vi følger OECDs retningslinjer for å kartlegge faktiske – og potensielle brudd på våre Etske krav.Vinmonopolet er medlem av FN Global Compact, Amfori og Etsk Handel Norge. Alle våre leverandører er forpliktet å følge våre Etske krav, som er basert på Amfori Code of Conduct. Vår tilnærming til arbeidet, s. 55, kapittel Anstendig arbeid Prioriteringer i 2022, s. 55, kapittel Anstendig arbeid En global pådriver, s. 54–55, kapittel Anstendig arbeid Interessentdialog, s. 37	
403-7	Forebygging og redusering av helse- og sikkerhetspåvirkninger på arbeidsplass direkte knyttet til forretningsforhold/ leverandørkjeden	Mest frem tredende risikoen i vår leverandørkjede, s. 56–59, kapittel Anstendig arbeid Helse og sikkerhet, s. 56	
407-1	Arbeidstakerrettigheter i leverandørkjeden: Leverandører med risiko for brudd på rett til fri fagorganisering og forhandlingsrett	Arbeideres mulighet til å fremme bekymringer, s 69. kapittel Anstendig arbeid	
409-1	Tvunget arbeid i leverandørkjeden:	Tvangsarbeid – utnyttelse av sårbare grupper, s. 58 , kapittel Anstendig arbeid	
Smarte miljø- og klimaløsninger			
3-3	Håndtering av vesentlige tema	En viktig satsning for Vinmonopolet, s. 60 –61, kapittel Samarte miljø- og klimaløsninger Kapittel Samarte miljø- og klimaløsninger, s. 60–71 - Pant på Polet - Vinmonopolet etterspør nye og klimatilpasset emballasje - Diskusjon om økologiske og biodynamiske produkter i et bærekraftperspektiv - Handelens Miljøfond Kapittel Samarte miljø- og klimaløsninger, s. 60–71: - Klimaregnskap - Materialbruk - Tabell Andel klimasmart emballasje vs. Mål Interessentdialog, s. 37	

INDIKATOR NUMMER	NAVN PÅ INDIKATOR	INFORMASJON OG REFERANSE	UTELATELSER OG KOMMENTARER
301-1	Materialbruk	Klimaregnskap s. 66–67, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no	Utelatelse på I. og II da vi har ikke data tilgjengelig. Men vi har data på at av vår totalte materialvekt av solgte produkter (39713 tonn) så er 37843 tonn laget av materiale som kan gjenvinnes.
303-1	Vannforbruk og avrenning		Utelatt i år.Vi har som mål å jobbe videre med dette i tiden fremvoer
304-2	Påvirkning på biomagfold i verdikjeden		Utelatt i år.Vi har som mål å jobbe videre med dette i tiden fremvoer
305-1	Direkte klimagassutslipp (scope 1)	Klimaregnskap s. 66–67, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no	
		Referanseår 2018. Grunnen til at dette brukes som basisår er at 2018 samsvarer tett med utslippene i 1990 som Norge har som referanse for sine nasjonal mål, samt at 2018 er det første året vi har fullstendig tall for. Vinmonopolet spiller de nasjonale målene om 55% klimakutt innen 2030 sammenlignet med 1990-nivå.	
305-2	Indirekte klimagassutslipp (scope 2)	Klimaregnskap s. 66–67, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no se kommentar over om referanseår.	
305-3	Andre indirekte klimagassutslipp (scope 3)	Klimaregnskap s. 66–67, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no se kommentar over om referanseår.	
305-5	Reduksjon av klimagassutslipp	Klimaregnskap s. 66–67, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no se kommentar over om referanseår.	Vinmonopolet har hatt reduksjon i totale klimagassutslipp på 18%, men det har vært en økning på 0,7% i klimagassutslipp per liter solgt.
306-3	Avfall	Klimaregnskap s. 66–67, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no	
Bærekraftig forbrukeradferd			
3-3	Håndtering av vesentlige tema	Enkle, mer bærekraftige valg på Polet, s. 72–75. Kapittel Bærekraftig forbrukeradferd	
Egendefinert	Kundeveiledning, informasjon og produktutvalg innen bærekraft	Kapittel Bærekraftig forbrukeradferd Opplæring, s. 73 Kommunikasjon, s. 74 Produktutvalg, s. 75	
FP2	Verifiserte innkjøp	Produkter i vårt basis sortiment, s. 75. Kapittel Bærekraftig forbrukeradferd	

Revisors beretning: Bærekraft



Til styret i Aktieselskapet Vinmonopolet

Uavhengig uttalelse vedrørende Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering av bærekraft

Vi har kontrollert om Aktieselskapet Vinmonopolet har utarbeidet GRI-indeks for 2022, samt kontrollert målinger og beregninger av nøkkeltall for bærekraft (rapportering av bærekraft) per 31. desember 2022. Vårt attestasjonsoppdrag er utført for å gi moderat grad av sikkerhet.

Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks for 2022 er en oversikt over hvilke bærekraftstemaer selskapet anser som vesentlig for deres virksomhet og hvilke resultatsindikatorer de bruker for å måle og rapportere resultater knyttet til bærekraft, sammen med en henvisning til hvor informasjonen om bærekraft er rapportert. Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks for 2022 er tilgjengelig og inngår i årsrapporten for 2022. Vi har kontrollert om Aktieselskapet Vinmonopolet har utarbeidet en GRI-indeks for 2022 og om obligatorisk 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 Vinmonopolet måler og følger opp. Nøkkeltall for bærekraft for 2022 er tilgjengelige i Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks 2022 definert som «Egendefinert indikator», samt i vedlegget «Fra Vinmonopolets bærekraftstrategi 2018-2022» i årsrapporten for 2022. Aktieselskapet Vinmonopolet har definert nøkkeltallene i GRI-indeks 2022 og i vedlegg «Fra Vinmonopolets bærekraftstrategi 2018-2022» under «Delmål» (kriterier). Vi har undersøkt om nøkkeltallene er beregnet, estimert og rapportert i henhold til gjeldende kriterier.

Ledelsens ansvar

Ledelsen er ansvarlig for Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering av bærekraft og for at det er utarbeidet i overensstemmelse med kriterier som beskrevet over. Ansvaret omfatter å utforme, implementere og vedlikeholde en intern kontroll som sikrer at Aktieselskapet Vinmonopolet utarbeider en GRI-indeks og måler og følger opp nøkkeltall for bærekraft.

Vår uavhengighet og kvalitetskontroll

Vi er uavhengige av selskapet slik det kreves i lov, forskrift og International Code of Ethics for Professional Accountants (inkludert internasjonale uavhengighetsstandarder) utstedt av the International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA-reglene), og vi har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Vi anvender ISQM 1 [NORSK] – Kvalitetsstyring for revisjonsforetak som utfører revisjon og forenklet revisorkontroll av regnskaper, eller 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 avgi en uttalelse som gir moderat grad av sikkerhet om Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering av bærekraft basert på handlinger vi har utført og bevis vi har innhentet.

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

Våre styrende dokumenter

De forskjellige delene av Vinmonopolets virksomhet reguleres av en rekke styrende dokumenter utover alminnelig norsk rett. Disse definerer regler for alkoholsalg, vareinnkjøp, anstendig arbeid i leverandørkjeden, miljø- og klimatiltak og arbeidsmiljø.

- **Alkoholforskriften**
<https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2005-06-08-538>
- **Alkoholloven**
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1989-06-02-27>
- **Amfori BSCI Code of Conduct**
<https://www.amfori.org/sites/default/files/amfori-2020-03-05-amfori-BSCI-code-of-conduct.pdf>
- **Terms of Implementation for amfori Participants**
<https://www.amfori.org/resource/amfori-bsci-terms-implementation-participants-english>
- **Arbeidsmiljøloven**
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2005-06-17-62>
- **Butikkhåndboken**
- **Difis standard kontraktsvilkår for etiske krav**
<https://anskaffelser.no/verktoy/maler-ogs-kontrakt-og-avtalemaler/kontraktsvilkar-ivaretakelse-av-grunnleggende-menneskerettigheter-i-leverandorkjeden>
- **Etiske retningslinjer for ansatte i Vinmonopolet**
<https://www.vinmonopolet.no/etik-i-vinmonopolet>
- **EØS-avtalens artikkel 16**
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1992-11-27-109>
- **Forskrift om nemnd for prøving av AS Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv.**
<https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/1996-01-16-24>
- **Forskrift om offentlige anskaffelser**
<https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2016-08-12-974>
- **Forskrift om Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet**
<https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/1995-11-30-938>
- **Generelle innkjøpsbetingelser for AS Vinmonopolet**
https://www.vinmonopolet.no/medias/sys_master/root/hcb/he2/8834502623262/Generelle-innkj-psbetingelser-for-AS-Vinmonopolet.pdf
- **Instruks for personvern**
<https://www.vinmonopolet.no/personvern>
- **Lederhåndboken**
- **Lov om offentlige anskaffelser**
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2016-06-17-73>
- **Meld. St. 6 (2022–2023) Et grønnere og mer aktivt statlig eierskap – Statens direkte eierskap i selskaper**
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.st.-6-20222023/id2937164/>
- **OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper**
https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/ud/oecd_ncp/oecd-retningslinjer-flernasjonale-selskaper201307.pdf
- **Oppdragsbrevet**
<https://www.regjeringen.no/contentassets/c38fa00f58ea45ba8739a419363ed1e7/oppdragsbrev-vinmonopolet-2022.pdf>
- **Personalhåndboken**
- **Reglement for Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet**
https://www.vinmonopolet.no/medias/sys_master/root/hf1/h0e/8834502557726/Reglement-for-Vinmonopolets-innkj-psvirksomhet-mv-gjeldende-fra-jan-2015.pdf
- **Vinmonopolets selskapsstrategi**
<https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/strategi>
- **Vinmonopolloven**
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1931-06-19-18>
- **Åpenhetsloven. Lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold**
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2021-06-18-99>



Vi har utført vårt oppdrag i samsvar med standard for attestasjonsoppdrag "ISAE 3000 Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon". Et attestasjonsoppdrag med moderat grad av sikkerhet i samsvar med ISAE 3000, innebærer å vurdere egnetheten av ledelsens bruk av de gjeldende kriteriene som grunnlag for rapporteringen om bærekraft, vurdere risiko for at rapporteringen om bærekraft inneholder vesentlig feilinformasjon, enten det skyldes misligheter eller feil, adressere de vurderte risikoer på en hensiktsmessig måte etter omstendighetene, og å vurdere den samlede presentasjonen av rapporteringen av bærekraft. Et attestasjonsoppdrag som skal gi moderat grad av sikkerhet, har et betydelig mindre omfang enn et attestasjonsoppdrag som skal gi betryggende grad av sikkerhet, både med hensyn til risikovurderingshandlingene, herunder forståelsen av den interne kontrollen, og handlingene som utføres for å håndtere de anslåtte risikoene.

Kontrollhandlingene vi har utført er basert på vårt profesjonelle skjønn og omfattet blant annet en vurdering av egnetheten av kriteriene som er benyttet, samt en vurdering av presentasjonen av rapporteringen om bærekraft. Våre kontroller omfattet også møter med representanter fra Aktieselskapet Vinmonopolet som er ansvarlige for de vesentlige områdene som dekkes av rapporteringen om bærekraft, gjennomgang av intern kontroll og rutiner for rapportering av nøkkeltall for bærekraft, innhenting og gjennomgang av relevant informasjon som understøtter utarbeidelsen av nøkkeltall for bærekraft, vurdering av fullstendighet og nøyaktighet av nøkkeltall for bærekraft og kontrollberegninger av nøkkeltall for bærekraft basert på en vurdering av risiko for feil.

Handlingene som utføres ved et attestasjonsoppdrag med moderat grad av sikkerhet varierer i art og tidspunkt fra, og er av et mindre omfang enn handlingene som utføres ved et attestasjonsoppdrag med betryggende grad av sikkerhet. Følgelig er graden av sikkerhet som oppnås fra et attestasjonsoppdrag med moderat grad av sikkerhet betydelig lavere enn sikkerheten som kunne blitt oppnådd dersom vi hadde utført et attestasjonsoppdrag med betryggende grad av sikkerhet. Vi avgir følgelig ikke en uttalelse som gir uttrykk for om rapporteringen om bærekraft, i all vesentlighet, er utarbeidet i samsvar med gjeldende kriterier.

Innhentet bevis er etter vår vurdering tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

Konklusjon

Basert på vår kontroll og innhentede bevis er vi ikke blitt oppmerksomme på forhold som gir oss grunn til å tro at

Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks for 2022 ikke, i det alt vesentlige, er utarbeidet i overensstemmelse med kravene i standarder utgitt av The Global Reporting Initiative; og

Aktieselskapet Vinmonopolets nøkkeltall for bærekraft ikke, i det alt vesentlige, er beregnet, estimert og rapportert i overensstemmelse med de gjeldende kriteriene

Oslo, 27. april 2023
PricewaterhouseCoopers AS

Marius Thorsrud
Statsautorisert revisor

Salget i 2022

Bestselgere

Topp 50

Vinmonopolets mest solgte produkter i 2022, per liter				
NR.	VARENAVN	VAREGRUPPE	LAND	LITER
1	Falling Feather Ruby Cabernet	Rødvin	USA	1 520 149
2	Marqués de Nombrevilla Garn.	Rødvin	Spania	1 259 112
3	Tommasi Graticcio Appassionato	Rødvin	Italia	1 170 773
4	Laroche Chardonnay L	Hvitvin	Frankrike	1 082 646
5	Wongraven Morgenstern Riesling	Hvitvin	Tyskland	1 015 186
6	Pietro di Campo Silenzio Barbera	Rødvin	Italia	925 190
7	Escada Touriga Nacional	Rødvin	Portugal	841 016
8	Gato Negro Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	800 334
9	Viña Maipo Mi Pueblo Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	725 748
10	Concha y Toro Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	723 594
11	Ruby Zin	Rødvin	USA	714 555
12	Chapoutier Côtes du Rhône Belleruche	Rødvin	Frankrike	697 722
13	Absolut Vodka	Vodka	Sverige	657 368
14	Viña Maipo Mi Pueblo SauvBl	Hvitvin	Chile	641 778
15	Dr. L Riesling	Hvitvin	Tyskland	640 053
16	La Falaise Blanche Chardonnay	Hvitvin	Frankrike	565 826
17	Montrose rosé	Rosévin	Frankrike	542 733
18	Wongraven Alleanza Langhe Rosso	Rødvin	Italia	534 485
19	Mosaic Alva	Hvitvin	Portugal	528 012
20	Chapel Hill Riesling Sauvignon Blanc	Hvitvin	Ungarn	519 810
21	Gnarly Head Old Vine Zin	Rødvin	USA	516 516
22	Casalforte Rosso Veneto	Rødvin	Italia	488 409
23	Chill Out Chardonnay	Hvitvin	Australia	479 160
24	Dworek Vodka	Vodka	Polen	478 479
25	Baileys Original Irish Cream	Likør	Irland	467 632
26	Jägermeister	Bitter	Tyskland	465 583
27	Lindeman's Shiraz Cabernet	Rødvin	Australia	458 030
28	Montalto Passivento	Rødvin	Italia	434 672
29	Casillero del Diablo CabSauv	Rødvin	Chile	415 752
30	Smirnoff No. 21	Vodka	England	401 048
31	Selezione di Luca Roagna Barbera	Rødvin	Italia	397 509
32	Concha y Toro Chardonnay	Hvitvin	Chile	394 383
33	Brunel Côtes du Rhône Signature Series	Rødvin	Frankrike	389 580
34	I Am Sauvignon Blanc	Hvitvin	Romania	386 411
35	Casillero del Diablo Reserva Chardonnay	Hvitvin	Chile	385 992
36	3 Generations of Peace	Rødvin	Australia	367 326
37	J.P. Chenet Cabernet Syrah	Rødvin	Frankrike	366 794
38	Lindeman's Bin 45 CabSauv	Rødvin	Australia	366 108
39	Thr3 Monkeys Fresh & Fruity White Wine	Hvitvin	Tyskland	358 389
40	Casa Nostra Appassimento	Rødvin	Italia	348 594
41	Delorme Cremant de Bourgogne BdN Brut	Musserende vin	Frankrike	346 961
42	Kalinka Vodka	Vodka	Norge	314 578
43	Explorer Vodka	Vodka	Finland	313 452

Hovedvaretype

Vinmonopolets mest solgte produkter i 2022, per liter				
NR.	VARENAVN	VAREGRUPPE	LAND	LITER
44	Rød Hyggevin Arne og Carlos	Rødvin	Australia	312 816
45	Vanlig Vodka Ekstra	Vodka	Norge	304 711
46	El Copero	Rødvin	Spania	301 807
47	Lindeman's Chardonnay	Hvitvin	Australia	295 374
48	Valdobbadiene Prosecco Sup Brut	Musserende vin	Italia	291 572
49	Masi Modello Rosso	Rødvin	Italia	286 652
50	Zanni Valpolicella	Rødvin	Italia	279 996

Vinmonopolets salg 2013–2022, hovedvaretype, 1000 liter						
ÅR	TOTALT	BRENNEVIN	STERKVIN	SVAKVIN	ØL	ALKOHOL-FRITT
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	65 746	2 738	490
2018	82 006	11 222	480	66 985	2 767	552
2019	82 591	11 409	474	67 164	2 948	596
2020	115 528	15 071	631	95 265	3 872	688
2021	118 431	16 075	640	96 721	4 161	835
2022	97 328	13 600	523	78 805	3 463	937

Brennevin

Vinmonopolets salg av brennevin 2018–2022, 1000 liter					
BRENNEVIN	2018	2019	2020	2021	2022
Vodka	3 321	3 354	4 045	4 187	3 683
Norge	1 106	1 125	1 393	1 582	1 431
Sverige	495	522	713	808	733
Polen	645	647	677	554	489
Finland	404	429	534	503	427
England	375	344	374	452	401
Andre land	295	289	354	288	201
Likør	1 380	1 422	1 862	2 163	1 877
Irland	452	461	672	740	596
Danmark	229	243	275	294	287
Finland	95	106	137	191	210
Norge	79	79	85	146	131
Nederland	91	96	128	150	122

Vinmonopolets salg av brennevin 2018–2022, 1000 liter					
BRENNEVIN	2018	2019	2020	2021	2022
Italia	57	60	87	110	103
Andre land	378	376	479	532	428
Whisky	1 341	1 373	1 950	2 029	1 681
Skottland	916	936	1 287	1 334	1 110
Irland	213	213	329	354	299
USA	138	158	240	252	200
Canada	64	55	65	59	46
Japan	7	8	16	19	15
Norge	1	2	4	6	7
Andre land	2	3	8	5	4
Akevitt	1 297	1 330	1 903	1 918	1 593
Norge	1 113	1 140	1 591	1 604	1 367
Sverige	131	135	224	225	150
Danmark	43	42	65	63	50
Andre land	10	13	24	27	26
Druebrennevin	1 485	1 417	1 708	1 662	1 364
Frankrike	1 440	1 369	1 635	1 581	1 301
Spania	36	42	63	69	52
Andre land	9	6	10	12	10
Brennevin, annet	695	724	1 037	1 246	1 072
Jamaica	165	171	251	279	230
Bermuda	139	151	195	246	220
Norge	131	130	180	199	187
Italia	97	103	174	206	135
Finland	45	60	85	118	115
Andre land	118	109	152	198	186
Gin	555	596	1 018	1 172	931
England	473	478	740	793	608
Norge	44	71	153	213	180
Finland	12	14	59	75	69
Andre land	26	33	65	92	74
Bitter	656	656	875	939	764
Tyskland	445	449	593	634	515
Danmark	107	104	148	160	128
Italia	52	51	74	81	66
Norge	48	47	53	57	47
Andre land	3	5	7	7	7
Brennevin, nøytralt < 37,5 %	239	279	272	300	288
Norge	164	213	198	200	186
Andre land	75	65	73	100	103
Rom	173	178	286	323	242
Bermuda	86	84	133	143	103
Cuba	31	30	52	67	51

Sterkvin

Vinmonopolets salg av brennevin 2018–2022, 1000 liter					
BRENNEVIN	2018	2019	2020	2021	2022
Jamaica	26	26	34	37	29
Barbados	9	14	27	25	18
Andre land	21	23	40	52	41
Fruktbrennevin	65	67	101	121	94
Mexico	43	46	74	93	72
Frankrike	18	19	24	26	18
Andre land	4	2	3	2	3
Genever (Nederland)	15	14	15	14	12
TOTALT	11 222	11 409	15 071	16 075	13 600

Vinmonopolets salg av sterkvin 2018–2022, 1000 liter					
STERKVIN	2018	2019	2020	2021	2022
Vermut	229	217	297	301	238
Italia	214	202	276	279	221
Frankrike	15	14	20	21	17
Andre land	0	0	1	1	1
Portvin (Portugal)	146	156	211	216	184
Sherry (Spania)	67	65	78	74	59
Sterkvin, annen	27	26	32	35	30
Madeira (Portugal)	12	11	14	14	12
TOTALT	481	474	631	640	523

Svakvin

Vinmonopolets salg av svakvin, 2018–2022, 1000 liter					
SVAKVIN	2018	2019	2020	2021	2022
RØDVIN	38 684	38 581	54 115	53 253	42 685
Italia	14 639	14 523	20 478	19 441	15 290
<i>Piemonte</i>	3 862	4 110	6 554	6 698	5 572
<i>Veneto</i>	3 698	3 384	4 486	4 240	3 246
<i>Toscana</i>	1 254	1 312	1 852	1 818	1 433
<i>Puglia</i>	2 006	1 847	2 178	1 821	1 256
<i>Sicilia</i>	719	754	1 010	929	740
<i>Lombardia</i>	404	458	715	660	530
<i>Andre distrikter</i>	2 696	2 659	3 682	3 276	2 514
Frankrike	4 894	5 152	7 111	7 213	5 911
<i>Rhône</i>	2 189	2 270	3 192	3 351	2 811
<i>Pays d'Oc</i>	1 325	1 189	1 515	1 252	913

SVAKVIN	2018	2019	2020	2021	2022
Burgund	404	503	978	1 013	821
Bordeaux	672	638	876	1 003	806
Andre distrikter	304	552	550	593	560
Spania	5 772	5 691	7 473	6 948	5 730
Aragon	1 667	1 684	2 218	1 932	1 488
Rioja	1 211	1 229	1 663	1 693	1 378
Valencia	1 361	1 172	1 417	1 208	879
Catalonia	435	380	529	501	365
Andre distrikter	1 099	1 225	1 646	1 613	1 620
USA	2 984	3 222	4 929	5 067	4 018
Chile	3 572	3 317	4 871	4 257	3 299
Australia	2 333	2 253	3 165	3 704	3 106
Portugal	2 622	2 431	3 355	3 332	2 617
Argentina	658	761	1 008	1 145	876
Sør-Afrika	787	751	844	810	738
Libanon	83	102	167	369	348
Tyskland	33	68	219	313	234
Østerrike	134	148	233	287	226
New Zealand	103	124	119	147	115
Hellas	3	4	49	129	96
Georgia	1	2	5	16	34
Marokko	1	1	2	1	12
Andre land	65	32	87	75	36
HVITVIN	19 063	19 030	27 441	27 994	23 250
Tyskland	5 289	5 235	7 690	7 808	6 208
Mosel	1 627	1 474	2 025	2 051	1 618
Pfalz	902	1 037	1 680	1 911	1 595
Rheinhessen	1 433	1 363	1 947	1 901	1 432
Nahe	548	556	753	764	637
Rheingau	393	328	436	391	309
Andre distrikter	387	477	849	790	617
Frankrike	4 737	4 815	7 012	7 208	5 752
Pays d'Oc	1 021	1 154	1 984	2 128	1 919
Burgund	1 161	1 239	1 835	2 131	1 588
Sørvest	975	855	1 050	852	574
Loire	580	542	749	718	555
Alsace	192	184	201	234	240
Jura	20	22	42	66	85
Bordeaux	143	127	127	117	83
Andre distrikter	645	692	1 023	962	708
Italia	2 045	1 888	2 660	2 618	2 316

SVAKVIN	2018	2019	2020	2021	2022
Veneto	1 017	922	1 241	1 165	932
Sicilia	90	86	222	299	422
Dolomiti	106	137	242	264	216
Piemonte	112	149	275	269	212
Trentino-Alto Adige	96	92	101	95	94
Andre distrikter	625	502	578	526	440
Chile	1 632	1 663	2 542	2 510	2 120
Australia	1 334	1 126	1 586	1 542	1 233
Portugal	609	758	1 227	1 269	1 138
New Zealand	610	658	999	1 063	810
Ungarn	638	655	972	913	713
Sør-Afrika	500	542	671	756	672
Østerrike	582	549	875	838	655
Spania	572	498	533	536	516
USA	243	241	294	454	405
Romania	0	0	0	100	387
Argentina	239	343	322	251	209
Andre land	31	59	58	128	117
MUSSERENDE VIN	5 187	5 469	7 019	7 959	6 866
Frankrike	1 294	1 519	2 187	2 921	2 736
Burgund	597	719	1 059	1 368	1 242
Champagne	429	469	624	817	744
Bordeaux	76	67	91	132	143
Jura	70	78	107	137	137
Andre distrikter	123	187	307	467	470
Italia	2 523	2 512	3 080	3 291	2 581
Prosecco	1 383	1 373	1 720	1 648	1 277
Veneto	711	707	764	675	499
Piemonte	270	276	307	288	238
Andre distrikter	159	156	288	680	566
Spania	1 158	1 218	1 395	1 330	1 138
Cava	1 143	1 210	1 385	1 296	1 111
Andre distrikter	15	8	11	35	27
Australia	126	121	177	170	187
England	13	14	43	76	71
Tyskland	18	17	32	61	54
Sør-Afrika	12	18	48	64	48
Andre land	42	49	57	46	50
Rosévin	2 793	2 755	4 751	5 350	4 140
Frankrike	1 472	1 499	2 616	2 837	2 147
Pays d'Oc	436	475	978	984	754

SVAKVIN	2018	2019	2020	2021	2022
Provence	263	298	546	657	530
Languedoc	227	213	338	365	266
Loire	202	199	259	268	196
Andre distrikter	344	313	494	563	401
Italia	534	529	825	998	795
Piemonte	237	261	367	535	447
Veneto	112	134	283	304	232
Andre distrikter	185	134	176	159	116
Chile	57	44	174	284	264
USA	353	286	455	372	250
Tyskland	91	84	215	271	202
Spania	208	210	295	252	185
New Zealand	19	36	75	157	114
Portugal	4	5	7	67	56
Andre land	56	63	91	112	127
PERLENDE VIN	676	677	975	1 014	834
Italia	383	374	470	458	376
Østerrike	106	110	183	235	189
Australia	75	74	129	117	94
Portugal	58	50	75	77	58
Andre land	54	70	118	127	117
AROMATISERT VIN	365	412	630	767	675
Sverige	27	36	151	259	248
Italia	57	75	96	126	92
Andre land	282	301	383	382	335
SIDER	213	236	326	372	345
Norge	138	160	244	285	279
Vestland	126	148	218	249	238
Rogaland			1	5	14
Vestfold og Telemark	1	1	1	5	10
Viken	11	10	13	12	7
Møre og Romsdal			5	5	6
Oslo	0	1	4	9	5
Andre distrikter	1		1		
Sverige	0	1	10	16	15
Storbritannia	13	12	10	13	14
England	33	26	21	17	14
Sør-Afrika	6	10	17	18	12
Frankrike	11	16	10	10	5
Andre land	11	11	14	13	4
FRUKTVIN	4	5	9	12	11
Norge	3	4	7	10	8
Andre land	0	1	1	2	3
TOTALT	66 985	67 164	95 265	96 721	78 805

Ø1

Vinmonopolets salg av øl 4, 2018–2022, 1000 liter					
ØL	2018	2019	2020	2021	2022
LYS LAGER	601	700	923	1 132	1 013
Norge	199	249	307	354	317
Sverige	92	98	128	130	124
Tsjekkia	9	19	55	121	113
Spania	50	46	70	93	90
Nederland	76	109	120	119	81
Danmark	57	51	75	94	79
Tyskland	20	36	55	86	78
Japan	18	22	33	39	36
Thailand	27	27	30	31	27
Italia	5	9	12	13	22
Andre land	48	35	37	52	46
INDIA PALE ALE	585	687	952	1 021	802
Norge	441	509	700	751	629
England	16	29	65	78	66
Skottland	30	48	63	49	38
USA	51	49	50	35	21
Andre land	47	51	74	107	48
MØRK LAGER	352	310	348	353	309
Norge	309	278	315	312	287
Tyskland	40	25	20	33	14
Andre land	3	7	14	7	8
HVETEØL	230	212	271	300	220
Tyskland	144	133	189	207	154
Spania	27	25	35	35	29
Norge	22	17	14	25	15
Andre land	37	37	34	33	23
KLOSTERSTIL	171	176	242	219	187
Belgia	93	88	133	122	105
Norge	69	79	102	91	77
Andre land	10	10	7	6	5
PORTER & STOUT	163	187	238	238	187
Norge	102	117	158	170	123
Skottland	5	4	3	4	14
England	13	22	32	27	14
Andre land	43	44	45	36	37
SURØL	87	110	207	212	144
Norge	22	39	97	96	68
Belgia	47	54	64	56	37
Sverige	1	2	6	23	18
Andre land	16	15	40	36	21
PALE ALE	98	94	139	139	121

ØL	2018	2019	2020	2021	2022
Norge	46	45	63	67	61
Danmark	26	22	37	36	30
USA	13	13	18	16	13
England	6	8	14	14	12
Andre land	7	5	8	6	5
LYS ALE	95	80	114	135	121
Belgia	48	40	71	92	80
Norge	34	29	35	34	27
Tyskland	4	4	5	5	11
Andre land	9	7	4	4	3
SPECIAL	116	119	135	123	106
Norge	90	97	113	103	91
Andre land	25	22	22	20	15
SAISON FARM-HOUSE ALE	116	114	128	121	105
Norge	74	72	84	69	61
Belgia	22	30	30	32	33
Andre land	19	12	14	19	11
BROWN ALE	54	57	57	59	55
Norge	39	37	41	46	47
Andre land	15	20	17	13	9
MJØD	14	18	22	27	25
Danmark	10	12	16	18	16
Andre land	5	6	6	9	9
SAKE	13	15	20	22	23
SCOTCH ALE	25	26	33	23	18
BARLEY WINE	21	22	24	19	17
RED/AMBER	26	22	18	18	8
TOTALT	2 767	2 948	3 872	4 161	3 463

Butikkenes omsetning

Butikkenes omsetning i 2022 i 1000 kroner og liter							
BUTIKK-NAVN	BRUTTO OMSETNING I 1000 NOK	VARELITER TOTALT	BRENNEVIN	STERKVIN	SVAKVIN	ØL	ALKOHOLFRITT
Aksdal	46 459	208 832	30 465	599	171 648	4 526	1 594
Alta	102 824	420 070	78 731	1 543	316 564	19 505	3 728
Alver	104 883	466 886	74 231	1 854	374 591	12 288	3 921
Knarvik	92 572	412 822	64 650	1 614	332 011	10 917	3 631
Radøy	12 311	54 064	9 582	241	42 580	1 371	290
Andenes	21 937	88 492	18 158	387	66 331	2 576	1 040
Arendal	160 315	719 418	92 221	4 084	601 680	16 035	5 399
Asker	457 962	2 029 502	178 427	10 713	1 754 882	64 031	21 450
Asker sentrum	147 541	638 189	53 392	3 312	546 731	27 889	6 864
Holmen Senter	164 529	727 072	49 676	4 496	647 606	16 781	8 514
Slemmestad	86 442	393 655	40 711	1 726	335 000	12 643	3 575
Sætre	39 113	177 198	22 548	740	147 733	4 403	1 774
Tofte	20 336	93 389	12 100	439	77 812	2 315	723
Askvoll	14 179	61 797	10 963	292	47 099	2 730	713
Askøy	75 060	333 509	47 659	1 280	271 839	10 029	2 703
Austevoll	18 334	79 215	10 627	295	66 011	1 716	567
Bagn	21 219	89 962	14 520	414	71 919	2 457	652
Bardufoss	40 617	168 170	33 444	464	125 138	7 700	1 423
Beitostølen	28 574	116 464	13 918	722	97 564	3 284	976
Bergen	1 364 332	5 833 726	711 081	26 952	4 819 670	221 694	54 329
Arna	60 763	270 645	39 250	890	219 523	8 392	2 590
Bergen Storsenter	163 610	672 301	100 266	3 558	505 555	56 032	6 890
Fyllingsdalen	112 793	505 752	56 456	2 502	425 362	17 244	4 188
Lagunen	180 061	772 658	81 823	3 481	656 924	23 065	7 365
Laksevåg	58 794	260 004	36 490	1 113	211 807	8 185	2 408
Nesttun	102 784	456 886	47 416	2 261	388 658	13 719	4 831
Sletten	136 227	592 538	59 323	3 142	501 174	22 532	6 366
Valkendorfs-gate	182 480	665 047	90 363	2 956	543 144	22 994	5 590
Vestkanten	117 979	519 716	71 403	2 291	428 503	14 081	3 439
Åsane	115 000	518 791	59 266	2 395	438 078	14 509	4 543
Åsane Horisont	133 840	599 386	69 024	2 363	500 943	20 940	6 117
Bjørkelangen	41 484	170 335	35 894	1 216	126 051	5 535	1 639
Bjørnafjorden	86 961	387 294	53 658	1 322	319 854	9 718	2 744
Eikelandsosen	9 739	42 409	7 305	162	33 668	1 031	243
Os	77 221	344 886	46 352	1 160	286 186	8 687	2 500
Bodø	301 591	1 286 265	182 180	5 248	1 026 785	56 405	15 647
City Nord	162 301	690 374	97 203	2 899	546 479	35 324	8 469
Hunstad	63 596	275 763	40 860	1 030	220 920	9 963	2 989
Bodø sentrum	75 695	320 128	44 117	1 319	259 386	11 118	4 188

BUTIKK-NAVN	BRUTTO OMSETNING I 1000 NOK	VARELITER TOTALT	BRENNEVIN	STERKVIN	SVAKVIN	ØL	ALKOHOL-FRITT
Øygarden	106 504	469 950	71 731	1 778	379 895	13 010	3 536
Sotra	90 880	402 778	59 138	1 548	327 885	11 053	3 153
Sund	15 624	67 172	12 593	230	52 010	1 956	383
Åfjord	17 013	69 454	15 053	299	52 024	1 541	537
Ål	18 878	82 426	11 804	382	67 402	1 951	887
Ålesund	343 691	1 461 787	217 575	6 704	1 167 917	57 503	12 089
Brattvåg	14 230	61 210	11 298	191	47 152	2 115	453
Digerneset	63 798	282 169	43 199	1 141	225 360	10 207	2 261
Moa	176 223	747 633	104 772	3 663	599 532	33 509	6 157
Ålesund sentrum	89 440	370 776	58 305	1 709	295 872	11 672	3 218
Ålgård	57 072	255 545	35 752	1 137	204 835	11 476	2 345
Åndalsnes	31 118	133 328	22 378	657	103 769	4 818	1 707
Årdal	19 374	80 476	15 957	263	61 005	2 527	724
Årnes	50 872	214 728	38 137	1 301	167 335	5 536	2 420
Ås	164 903	744 180	83 630	4 054	624 479	24 977	7 040
Vinterbro	121 213	553 105	58 217	2 964	470 881	16 175	4 869
Ås sentrum	43 690	191 076	25 414	1 090	153 599	8 802	2 171
TOTALT	23 030 369	97 327 916	13 600 154	522 660	78 805 229	3 462 684	937 189

Grossistenes markedsandel, totalt

Grossistenes markedsandel i 2022, totalt salg, 1000 liter		
GROSSIST	1.000 LITER	ANDEL
Arcus Wine Brands	6 219	6,4 %
Arcus Norway AS	3 162	3,2 %
Fondberg AS	3 097	3,2 %
Robert Prizelius AS	2 812	2,9 %
Einar A Engelstad AS	2 690	2,8 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 479	2,5 %
Concha y Toro Norway AS	2 441	2,5 %
Pernod Ricard Norway AS	2 360	2,4 %
Grape Company AS	2 229	2,3 %
Moestue Grape Selections AS	2 202	2,3 %
VCT Norway AS	2 178	2,2 %
Winery AS	1 944	2,0 %
Diageo Norway AS	1 908	2,0 %
Symposium Wines AS	1 894	1,9 %
Interbrands Norway AS	1 736	1,8 %
Andre	57 978	59,6 %
TOTALT	97 328	100 %

Grossistenes markedsandel, brennevin

Grossistenes markedsandel i 2022, brennevin, 1000 liter		
GROSSIST	1.000 LITER	ANDEL
Arcus Norway AS	3 124	23,0 %
Diageo Norway AS	1 908	14,0 %
Pernod Ricard Norway AS	1 263	9,3 %
Robert Prizelius AS	1 018	7,5 %
Altia Norway AS	917	6,7 %
Galatea Beverages AS	841	6,2 %
Bacardi Norge AS	488	3,6 %
Edrington Norway AS	487	3,6 %
Bache-Gabrielsen Norge AS	268	2,0 %
Interbev AS	253	1,9 %
Spivi AS	250	1,8 %
Interbrands Spirits Norway AS	229	1,7 %
Distillium AS	198	1,5 %
Det Norske Brenneri AS	174	1,3 %
Engelstad Spirits AS	174	1,3 %
Andre	2 008	14,8 %
TOTALT	13 600	100 %

Grossistenes
markedsandel,
svakvin

Grossistenes markedsandel i 2022, svakvin, 1000 liter		
GROSSIST	1.000 LITER	ANDEL
Arcus Wine Brands	6 214	7,9 %
Fondberg AS	3 020	3,8 %
Einar A Engelstad AS	2 678	3,4 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 479	3,1 %
Concha y Toro Norway AS	2 441	3,1 %
Grape Company AS	2 229	2,8 %
VCT Norway AS	2 178	2,8 %
Moestue Grape Selections AS	2 138	2,7 %
Winery AS	1 944	2,5 %
Symposium Wines AS	1 885	2,4 %
Robert Prizelius AS	1 757	2,2 %
Interbrands Norway AS	1 736	2,2 %
Best Cellars AS	1 662	2,1 %
Palmer Wine AS	1 631	2,1 %
Wongraven Wines AS	1 580	2,0 %
Andre	43 234	54,9 %
TOTALT	78 805	100 %



VI SELGER MED ANSVAR