



2021

Vinmonopolets års- og bærekraftsrapport



A/S VINMONOPOLET

Innhold

4

Introduksjon

Administrerende direktør har ordet	6
2021 i korte trekk	8
Hvorfor er Vinmonopolet til?.....	10
Her finner du oss.....	13
Viktige hendelser i 2021	14

22

Bærekraftsledelse i Vinmonopolet

Vinmonopolets bærekraftstrategi	26
Vesentlighetsanalyse.....	27
FNs bærekraftsmål	28
Våre interesser	30

32

Alkohol og samfunn

Begrense skadevirkningene av alkohol... ..	36
Produktsikkerhet.....	40

42

God forretningsetikk

48

Bærekraftig forbrukeradferd

54

Smarte miljø- og klimaløsninger

«Klimarisiko for Vinmonopolet og vår verdikjede»	58
Klimaregnskap	64

66

Anstendig arbeid i leverandørkjeden

78

God og inkluderende arbeidsplass

86

Styret, ledelse og regnskap

Organisasjonskart	88
Ledergruppen	89
Årsberetning 2021	90
Styret.....	95
Regnskap 2021	96
Revisors beretning.....	106
Salget i 2021 - Salgsstatistikk	112

132

GRI Index

2021 Highlights	140
Styrende dokumenter	142



AS Vinmonopolet

Foretaksregisteret
NO 817 209 882 MVA

Kjedekontor

Dronning Eufemias gate 11
Postboks 6953,
St. Olavs plass, 0130 OSLO
Telefon 22 01 50 00
Telefaks 22 01 50 09
vinmonopolet.no
kundesenter@vinmonopolet.no

Design:

Spoon

Forsidefoto:

Jarle Hvidsten



Om denne rapporten

Dette er Vinmonopolets integrerte års- og bærekraftsrapport. Den er laget i henhold til rapporteringsrammeverket Global Reporting Initiative (GRI). Basert på vår oppdaterte vesentlighetsanalyse, har vi valgt ut 54 indikatorer vi rapporterer på. Vi har også tatt med 3 egendefinerte indikatorer som ikke er en del av GRI-malverket, for å få en så presis rapport som mulig. Rapporten er laget etter den siste

versjonen av GRI Standards på core-nivå og innholdet er revidert og godkjent av PwC. I tabellen GRI Indeks bakerst i rapporten finner man en oversikt over alle GRI indikatorene, med henvisninger til hvor i rapporten eller på hvilke nettsider man finner informasjon om hver indikator. Av klimahensyn er ikke rapporten blitt trykket opp i år, den publiseres nå kun på nett.



Har du spørsmål vedrørende rapporten kontakt Sara G. Hauge på: sara.g.hauge@vinmonopolet.no

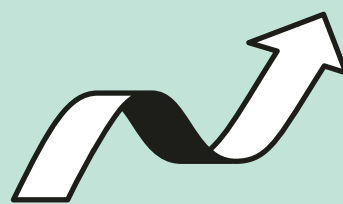
1

Introduksjon



Norges beste omdømme

For andre år på rad er Vinmonopolet på topp i omdømmemålingen Traction Norge.



Medieomtale

12,2 %

økning fra 2020



43,5

millioner

ekspedisjoner i butikk

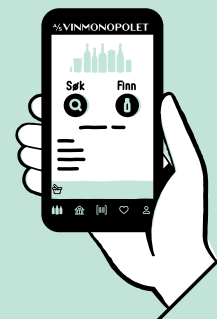
Økning i handel på nett

37 %

økning i omsetning

713 605

ordre i nettbutikken





Administrerende direktør har ordet:

2021 – takk for innsatsen!

Et år preget av pandemi, salgsrekorder og bærekraftige løsninger

Pandemi

Koronaperioden har vært spesiell for både kunder og ansatte, 2021 ble også sterkt preget av restriksjoner med polkø, begrenset antall kunder i butikkene og unormalt store salgsvolumer. Ekstra spesielt var det 23. januar da regjeringen kunngjorde nedstenging av Oslo og resten av Follo-regionen. Dette innebar 45 stengte vinmonopolbutikker. Ikke siden krigen har vi vært nødt til å stenge butikkene våre, så det er ikke rart dette vakte oppsikt. I dagene som fulgte, ble Vinmonopolet omtalt i over tusen mediesaker på landsbasis. Både salgstall og medieomtale disse januardagene var historiske. Utover året opplevde vi etter hvert en gradvis normalisering av samfunnet. Grensene åpnet opp, folk begynte å reise mer og dermed også handle i utlandet igjen. Situasjonen i våre butikker har endret seg i takt med variasjonen i restriksjonene. Jeg må bare berømme våre fantastiske ansatte som har omstilt seg gang på gang og mestret disse endringene på en enestående måte. Kundene våre fortjener også ros, de har vært svært tålmodige, og jeg er imponert over måten de har tatt ansvar for egen og andres sikkerhet på når de har handlet hos oss.

Ansvarlig salg – uansett

For oss i Vinmonopolet står samfunnsoppdraget og ansvarlig salg helt sentralt. Vi skal ikke selge til mindreårige eller til folk som er beruset, og vi skal forhindre langing av alkohol. Slik bidrar vi til å redusere

skadevirkningene av alkohol – for samfunnet og den enkelte. I en tid med påbud om munnbind er det ekstra utfordrende å anslå folks alder. Kombinert med stor kundetilstrømming har alderskontroll i butikk derfor vært ekstra krevende i år. Resultatet i vår internkontroll «stille alderskontroll» endte med 93,23 prosent. Jeg er fornøyd med økning fra 91 prosent året før, men vi når fortsatt ikke målet vårt om at 95 prosent av kunder i alderen mellom 18 og 25 skal bli spurt om legitimasjon. Dette skal vi jobbe videre med i året som kommer.

Salgsrekord og omdømmepris

Tross enkelte lettelsener i koronarestriksjonene har vi hatt rekordsalg også i år. Spesielt nettsalget har økt kraftig i 2021. Total omsetning for Vinmonopolet endte på utrolige 118,5 millioner liter – tre millioner over 2020. En rekord for historiebøkene. Med økt antall kunder, gjentakende leveringsutfordringer fra Vectura og nedstenging av butikker er det ekstra gledelig å se at kundene fortsatt setter pris på oss. I slutten av mai havnet Vinmonopolet på topp i PR-byrået Apelands omdømmemåling blant 50 norske virksomheter. Dette er den beste bekreftelsen vi kan få, og jeg ser det som de ansattes pris. De har levert imponerende gode kundemøter, selv under så krevende forhold som en pandemi.

Vinmonopolet satser på bærekraft

Vi har mål om at Vinmonopolet skal være en foregangsvirksomhet innenfor bære-

kraft. Det betyr at vi skal drive vår egen virksomhet etter de høyeste standardene for bærekraft, og at vi skal være en pådriver på området. Det forplikter. I 2021 har vi hevet målet om reduksjon av vårt totale klimagassutslipp innen 2030, fra 40 til 50 prosent. Det er et svært ambisiøst mål som jeg er veldig stolt over at vi har satt oss. I årets rapport kan du for første gang lese om vår klima- og klimarisikorapportering. For å bedre forstå hvordan vinindustrien og Vinmonopolet selv er eksponert for klimændringene, og for å møte myndighetens anbefalinger har vi valgt å rapportere i tråd med rammeverket TCFD.

Bærekraft inn i kundemøtet

Kundeundersøkelsene våre viser at særlig yngre generasjoner forventer at vi skal ha oppmerksomhet på klima, miljø og anstendige arbeidsforhold. Selv om ikke alle ønsker informasjon om hvor bærekraftige produktene våre er, vet vi at interessen for dette er økende. I året som har gått, har vi jobbet med å ta bærekraft inn i kundemøtet. Mitt ønske er at på samme måte som de ansatte er gode til å begeistre og inspirere faglig, skal Vinmonopolet tilby og inspirere til å velge gode og bærekraftige produkter. Vi skal legge til rette for at kunder som ønsker det, kan ta bærekraftige valg hos oss.

Jubileum og framtidsutsikter

I 2022 er Vinmonopolet 100 år. Vi ser

fram til jubileumsåret og har jobbet med forberedelser til blant annet symposium, jubileumsfest for alle ansatte og jubileumsbok. Gjennom året skal vi kommunisere om hvilken måte Vinmonopolet har vært med på å prege drikkekulturen i Norge, og ikke minst om hvordan vi har fungert som et av de sentrale virkemidlene for å begrense skadevirkningene av alkohol i samfunnet. Vi skal også inn i en ny strategiperiode neste år, som vi er godt i gang med å stake ut kursen for nå. Å begrense skadevirkningene av alkohol vil fortsatt være vårt viktigste mål. Videre skal vi jobbe for at Vinmonopolet skal bestå som en faghandel i verdensklasse, vi skal være en pådriver innen bærekraft, og vi skal være Norges beste arbeidsplass.

Vi forvalter en lang og stolt arv. Og jeg gleder meg over å lede et så solid lag som det Vinmonopolet er. Vi har nok et år bevist at vi klarer å omstille oss og håndtere det som kommer vår vei. Jeg er sikker på at vi går nye hundre år i møte med styrket lagånd og pågangsmot. Takk for innsatsen!



Elisabeth Hunter
administrerende direktør



FOTO: ELLEN JARLI

2021 i korte trekk



Antall butikker

339

Antall leverandører

662

Antall produkter

30 373

Antall land

100

Antall ansatte

1935



34 %



66 %

Andel kvinner

1270

Andel menn

665

Gj.snitt. ansettelsestid

16,9 år

Antall timer til internopplæring

15 559

timer totalt



Ansatte og egen drift



Økning i salg av alkoholfrie varer

21 %

Totalt ble alder kontrollert i nesten

**5,2 mill
kundemøter**

Liter solgt

118,4 mill.



7 auksjoner

7 352

objekter

99,4 %

andel solgt

6 %

økning i omsetning fra 2020



Salg

Salgsinntekter

21 701 mill.

Ekspedisjoner i butikk

43,5 mill.

Ordre i nettbutikken

713 605



Handelsens miljøfond

12,6 mill.

til Handelens Miljøfond fra vårt plastposesalg (50 øre per pose)



Bærekraft

Miljøsmart emballasje

59,2 %

av Produktene vi solgte var på klimasmart emballasje



Emballasje med pant

7 mill.

enheter solgt

59 %

økning i salget av produkter med pantemerke

Etisk handel:
Vi gjennomførte

41 kurs

for totalt

932

deltakere

Co₂ utslipp

59 861
tonn Co₂

= 9% økning fra 2020



Omdømme



1. plass

Som i fjor topper vi omdømmekåringen Traction Norge, gjennomført av kommunikasjonsbyrået Apeland. De hyller Vinmonopolet for å ha satset tungt på kompetanse og service i mange år!



3. plass

på IPSOS undersøkelse «Store Norske bedrifter». Med 82 prosent nådde Vinmonopolet pallplass også i år.



Presse/kommunikasjon

14 500

14500 omtalelser i presse 2021
12,2% økning fra 2020



Kampanjefilm:

4 mill.
visninger

av kampanjefilmen «Hvor mye kan du drikke før du ikke lenger er den du vil være?»



Sosiale medier:
Mest engasjerende innlegg
Vinmonopolet støtter Pride

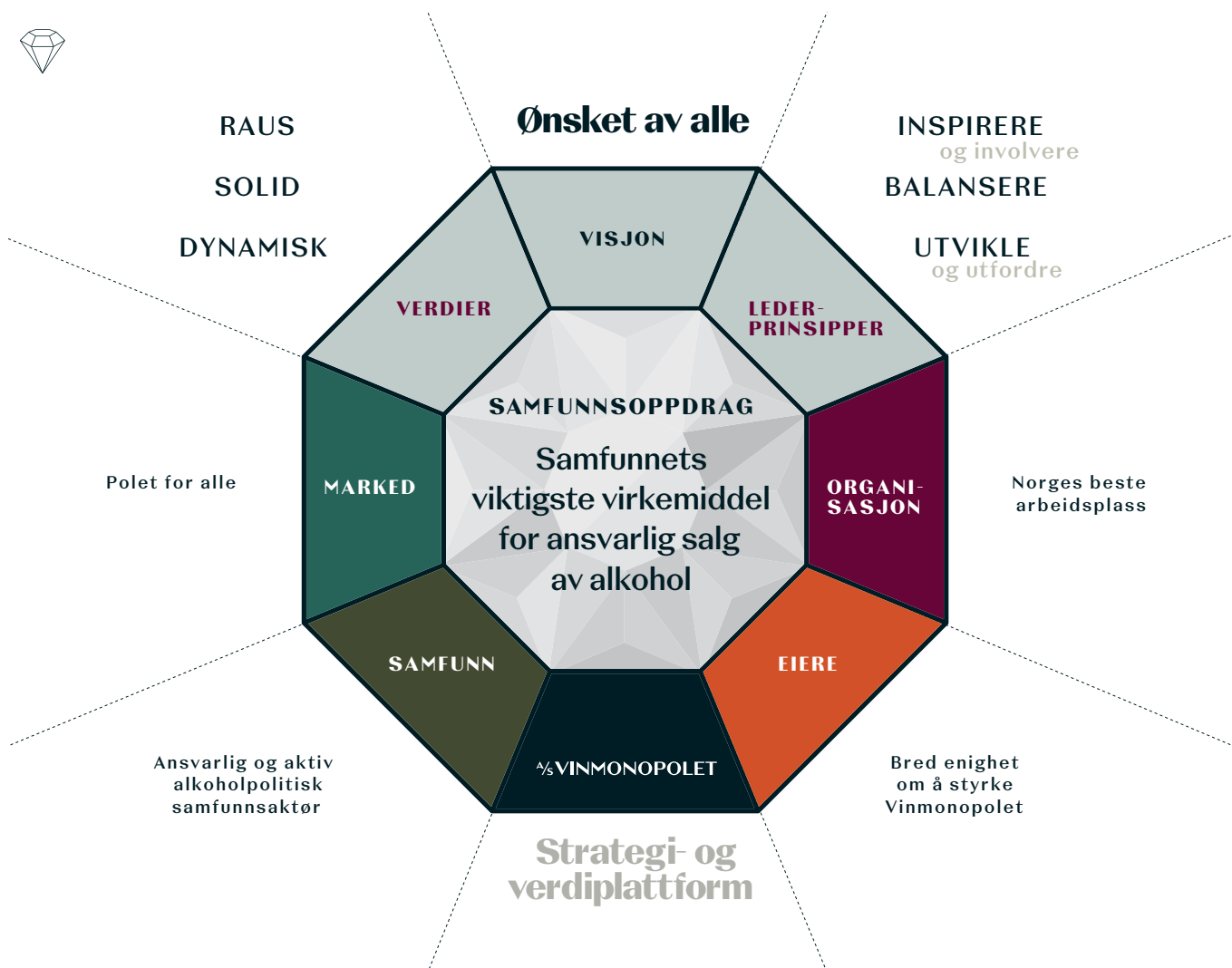
Hvorfor er Vinmonopolet til?

Vinmonopolet skal begrense skadevirkningen av alkohol i samfunnet

Vinmonopolet har enerett på salg av brennevin, vin og sterkøl til forbruker 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. Rollen Vinmonopolet har, er todelt. Samtidig som vi jobber for å begrense skadevirkninger av alkohol, ønsker vi også å begeistre og skape inspirerende kundeopplevelser. Dette

krever mye av oss. Erfaring, kunnskap, dømmekraft og samfunnsengasjement. Det som driver oss, er et ønske om å gjøre samfunnet litt bedre – for alle. Derfor er vår visjon, ønsket av alle, en god rettesnor for entusiastisk og ansvarlig salg av alkohol.

Vinmonopolets selskapstrategi ble revitalisert i 2018. «Diamanten» er vår strategi- og verdiplattform til og med 2022. I strategiperioden har vi jobbet målrettet med områdene marked, samfunn, eiere og organisasjon.



På Lindmo: Vår egen polhistoriker Jens Nordahl sjarmerte hele Norge med sin kunnskap om Vinmonopolets spennende historie på Lindmo i februar i 2022.



Forberedelser til 100 års-jubileum

I snart hundre år har Vinmonopolet jobbet for å begrenne skadevirkningene av alkohol i Norge. Alkohol forårsaket stor sosial nød i landet rundt århundreskiftet. I 1922 ble AS Vinmonopolet opprettet for å sikre at alkohol ble omsatt på en ansvarlig måte i hele landet. Siden den gang har mye endret seg, fra rasjoneringsordninger under krigen, polstreiker på 70- og 80-tallet, EØS-avtale og samarbeid og senere splittelse med Arcus på slutten av 90-tallet. Folket har elsket og hatet Polet, men utviklingen har heldigvis gått i riktig retning. Med opprettelsen av selvbetjente pol fra rundt tusenårsskiftet, etablering av spesialbutikker og utvikling av et sortiment i verdensklasse er nordmenn i økende grad fornøyde med monopolordningen. Vi hviler likevel ikke på laurbærene og jobber stadig med å forbedre kundeservicen og produktutvalget og



å tilpasse oss verden vi lever i med tanke på klimautfordringer og arbeidsvilkår i vår verdikjede.

I 2022 skal vi feire oss selv. I året som har gått, har vi satt i gang forberedelsene til 100-årsjubileet. Det har blitt laget en egen jubileumspose, som er prydet med vårt spesialdesignede 100-årssemblem. Siden 2020 har vi laget en serie podkastepisoder om Vinmonopolets historie, og ved utgangen av året var 14 episoder klare. Arbeidet med en jubileumsbok om Vinmonopolets historie, som skrives av historiker og forfatter Olav Hamran, kom godt i gang. Det ble også laget filmer om viktige episoder, i pol-historien som vi skal publisere gjennom jubileumsåret. I november 2022 skal alle ansatte markere jubileet med en storslagen fest, og det skal gjennomføres en større konferanse om Vinmonopolet som alkoholpolitisk redskap



gjennom 100 år. Forberedelser til begge arrangementer ble satt i gang allerede høsten 2021. Det er mye på trappene, og vi arbeider for å sikre en markering en 100-åring verdig!

Regulert tilgjengelighet av alkohol

Vinmonopolet er ikke alltid åpent og finnes ikke på hvert gatehjørne. Regulert tilgjengelighet er et viktig instrument i norsk alkoholpolitikk, og Vinmonopolets åpningstider fastsettes av Stortinget. Alkoholforskning viser at dette er et effektivt virkemiddel for å forhindre alkoholskader i samfunnet. Alkoholmisbruk rammer familier og enkeltmennesker og utgjør en stor kostnad for samfunnet hvert år. Derfor har vi et vinmonopol.

Ansvarlig salg

Vinmonopolet har et særlig ansvar for å innrette sin virksomhet i tråd med alkoholpolitiske mål og i samsvar med vinmonopolloven og alkoholloven. Vinmonopolet er svært opptatt av å hindre salg av alkoholholdig drikke til mindreårige. Dette gjør vi gjennom å systematisk sjekke legitimasjon og avverge situasjoner hvor eldre langer alkohol til yngre. Vi avviser salg til synlig berusede personer.

En faghandelkjede i verdensklasse

Vinmonopolets vareutvalg er blant verdens største og beste. I tillegg til alkoholholdige drikkevarer har vi de siste årene fått et bredt utvalg av alkoholfrie varer. Målet vårt er å ha et kunderettet og lønnsomt sortiment som bidrar positivt til Vinmonopolets omdømme.

Sortimentet skal dekke faktisk og forventet etterspørsel fra alle våre kundesegmenter og være innovativt, bærekraftig og samtidig lønnsomt som helhet – en symbiose av kunnskap, lidenskap og funksjon.

I dag er Vinmonopolet en aktuell og inspirerende faghandel i verdensklasse. Vi skal begeistre og imponere kundene våre, skape tillit og gi trygghet. Vinmonopolets identitet forvalter en historisk verdi. Den forteller en unik historie om kunnskap, håndverk og faglig tyngde, men også om sanselige opplevelser som smak, lukt og følelser.

Vinmonopolets butikker

Det finnes totalt 337 Vinmonopol i landet. Butikkene er inndelt i seks kategorier. Kategoriseringen av den enkelte butikk er avhengig av forventet salg for det kommende år.

Kategori	Antall butikker	Produkter
1	23	ca. 200
2	75	ca. 300
3	60	ca. 700
4	67	ca. 900
5	54	ca. 1200
6	60	ca. 1700



Vinmonopolet har

30 373

aktive produkter

produsert av

6 565

forskjellige produsenter

fordelt på

100

land

Llevert av

662

grossister



FOTO: JARLE HYDSTEN

Her finner du oss

Vinmonopolets styre vedtar hver høst åpning av nye butikker. Vi etablerte tre nye butikker i 2020. Vinmonopolet hadde 339 butikker i drift ved utgangen av 2021. Cirka 97,8 prosent av befolkningen bor nå i en kommune med pol eller mindre enn 30 km fra nærmeste pol. De 339 butikkene gir en langt mer begrenset tilgjengelighet av alkohol enn vi hadde hatt dersom vin og brennevin skulle vært solgt for eksempel gjennom dagligvarebutikker, som det finnes cirka 4 500 av i Norge.

Vi åpnet to butikker i 2021

- **Aksdal:** juni 2021
- **Fitjar:** oktober 2021

Stengte butikker 2021:

- **Holmlia:** var stengt fra 01.01.2021, men åpnet igjen 11.11.2021

Antall butikker:

339 butikker

ved utgangen av 2021

97,8%

Antall kommuner med pol:

I 2021 hadde vi pol i 230 kommuner, og 97,8 prosent av befolkningen bodde i en kommune med pol eller kortere enn 30 km fra nærmeste pol.

Spesialbutikker for vin og brennevin:

- **Oslo:** Aker Brygge
- **Hamar**
- **Trondheim:** Valentinlyst
- **Bergen:** Valkendorfgate
- **Sandefjord**
- **Oslo:** CC Vest
- **eLager**
- **Tromsø:** Langnes (brennevin og midlertidig for spesialvin)
- **Bodø:** City Nord (kun midlertidig for spesialvin)
- **Sandnes:** Kvadrat (kun brennevin)
- **Sandnes:** Sentrum (kun vin)
- **Skøyen:** (kun midlertidig for spesialvin)

Spesialbutikker for øl, såkalte + ØL-butikker:

- **Oslo:** Aker Brygge
- **Tromsø:** Langnes
- **Oslo:** Oslo City
- **Oslo:** Storo
- **Lillehammer**
- **Bodø:** City Nord
- **Trondheim:** Bankkvartalet
- **Ålesund:** Moa
- **Molde**
- **Bergen:** Bergen Storsenter
- **Sandnes:** Kvadrat
- **Kristiansand:** Lillemarkens
- **Drammen:** CC
- **Asker**



Kanalutvikling 2021:

Handlemønster

BUTIKK

43,5 millioner

handlende kunder (+1 %)

NETT

30,4 millioner

besøk (+23 %)
778.687 handlende kunder (+31 %)

KUNDESENTER

34 000

handlende kunder (-10 %)
260 000 henvendelser (-7 %)

Viktige hendelser i 2021



Nok et år preget av pandemi

Året 2021 ble sterkt preget av pandemien. Vårt hovedfokus har vært å ivareta samfunnsoppdraget og sikkerheten til kunder og ansatte. Samtidig har pandemien preget kundeadferden, salgsvolumet og organiseringen av arbeid i butikk og på Kjedefkontoret.

Aldri har Vinmonopolet omsatt flere vareliter enn i 2021. Det store volumet på 118,4 millioner liter skyldes koronarestriksjonene som medførte betydelig reduksjon i grensehandel, taxfree-salg og uteliv store deler av året. Nordmenn handlet sin alkohol på Vinmonopolet under pandemien. I takt med gjenåpningen av samfunnet fra sommeren 2021 sank Vinmonopolets salg utover høsten.

Vinmonopolet har holdt åpent i hele pandemien, foruten en nedstenging i Nordre

Follo-regionen med Oslo en kort periode i januar. Dette er takket være innsatsen til alle ansatte som har gjort en strålende innsats gjennom to år.

Gjennom gode rutiner for smittevern i butikk og på Kjedefkontor er svært få ansatte smittet på jobb. Det har vært stor oppmerksomhet på bruk av munnbind, håndvask og å holde god avstand mellom kunder og ansatte. Vektore eller ansatte som regulerer antall kunder inne i butikken til enhver tid, har vært mye brukt, og kø på utsiden av Vinmonopolets butikker har blitt et kjennetegn for Vinmonopolet gjennom pandemien. Samtidig har kundene gitt uttrykk for at de opplever at det har vært trygt å handle på Vinmonopolet, og undersøkelser viser at smitteverntiltakene som var innført, ble tatt godt imot. At Vinmonopolet samtidig topper omdømmeundersøkelsen Traction fra kommunikasjonsbyrået Apeland, viser at vi har håndtert driften under korona svært godt.





Tiltak Vinmonopolet innførte i forbindelse med koronapandemien:

- Redusere risiko for smitte ved å identifisere hvordan arbeidet og arbeidsplassen kan tilpasses situasjonen for å ivareta arbeidstaker, arbeidsplass og kunder
- Retningslinjer for god hygiene på arbeidsplassen for alle ansatte
- Vakthold med vekter eller egne ansatte i døren som regulerer antall kunder inne i lokalet for å kunne overholde god avstand
- Ekstra vekter eller egne ansatte for å regulere køen utenfor butikkene i perioder med spesielt stor trafikk
- Sperrebånd for å regulere kø på utsiden av butikken
- Stenging av butikkens dører i perioder, dersom det ble for mange inne i lokalet på samme tid
- Synlige skilt med maks antall kunder tillatt i butikken samtidig (i tråd med lokale anbefalinger)
- Hånddesinfeksjonsmiddel tilgjengelig for kunder ved inngangsparti
- Pleksiglass foran kasse og pleksiglass-skiller der kundene pakker varer i en del butikker.
- Munnbind i papir (engangs) og i stoff tilgjengelig for alle ansatte
- Anledning til å bestille visir for ansatte som et ekstra smittevern-tiltak
- T-skjorter og buttons til alle ansatte med tekst om å holde minst 1 meters avstand
- Avstandsmarkering på gulv
- Plakater og skilting i og utenfor alle butikkene om godt smittevern og påminnelse om å holde avstand.
- Jevnlig vask av berøringspunkter, som kortterminaler, handlekurver og vogner
- Trafikklys på nettside og i app som viser forventet trafikk i alle våre butikker
- Reiserestriksjoner og avlysning av arrangementer og møter
- Omfattende informasjon til organisasjonen, først daglige og deretter ukentlige statusoppdateringer om smittesituasjonen i bedriften og gjeldende smitteverntiltak
- Utstrakt kommunikasjon til foreninger, styre, eierdepartement og kunder
- Det var innført bruk av hjemmekontor stort sett gjennom hele 2021.

Salget 2021

Vinmonopolet solgte totalt 118,4 millioner liter i 2021, en vekst på 2,9 millioner liter eller 2,5 prosent fra 2020. 2021 er med dette nok et år for historiebøkene, salget er Vinmonopolets største noensinne.

Årsaken til de historiske volumene er koronarestriksjonene som medførte betydelig reduksjon i grensehandel, taxfree-salg og uteliv store deler av året.

Veksten for 1. halvår var på 15 prosent mot en nedgang på 7 prosent for 2. halvår. I takt med gjenåpningen av samfunnet fra sommeren 2021 økte nedgangen i Vinmonopolets salg utover høsten, fra en reduksjon på 2 prosent i august til en nedgang på 19 prosent i november. I desember, da koronarestriksjonene ble strengere, blant annet med nasjonalt skjenkeforbud fra midten av måneden, gikk Vinmonopolets salg ned med 6 prosent.

Med god margin er rødvin Vinmonopolets største kategori. Slik har det vært siden 70-tallet, men mens det var nedgang for rødvin på 2 prosent til 53,3 millioner liter, var det vekst på 2 prosent for hvitvin – nest største kategori – til 28 millioner liter: tidenes høyeste salg av hvitvin.

Både musserende viner og rosévin økte med 13 prosent i 2021. Salget av musserende stoppet til slutt på 8 millioner liter, rosévin på 5,4 millioner liter. Musserende og rosévin, Vinmonopolets tredje og fjerde største kategorier, utgjorde med dette henholdsvis 6,7 og 4,5 prosent av Vinmonopolets salg – tidenes høyeste markedsandeler for begge kategoriene.

At rødvin går ned mens hvitvin, musserende og rosévin øker, peker klart i retning av

at markedet fortsatt dreier i retning av lettere og lysere vinstiler, produkter som ofte ligger noe lavere på alkohol-, sukker- og kaloriinnhold enn det rødvin gjør. Årsaken til denne dreiningen kan være at stadig flere ønsker å leve litt «lettere».

Klimatiske forhold, at Norge stadig blir litt varmere for hvert år, bidrar også til å forklare veksten for hvitvin, musserende og rosévin. Mens rødvin regjerer i kulden, øker populariteten til de lysere vinstilene i takt med varmegradene.

Brennevinssalget stoppet til slutt på 16,1 millioner liter, tilsvarende en vekst på 7 prosent. Brennevin utgjorde med dette 13,6 prosent av salget målt i vareliter. Høyere vekst for brennevin enn svakvin kan ha sammenheng med nedgangen i taxfreesalget. Ifølge tall fra Folkehelseinstituttet utgjorde brennevin 24 prosent av salget på taxfree i 2019.

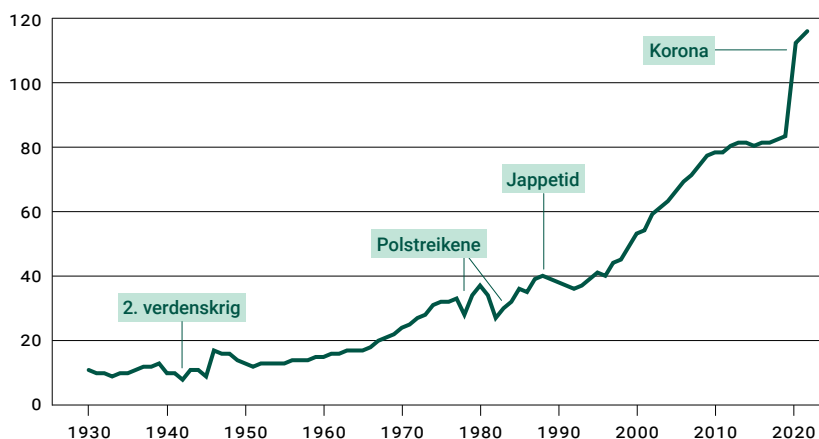
Rekordsalget til tross er det heldigvis ingen grunn til å tro at nordmenn drikker mer alkohol. Tall fra Opinion viser at 69 prosent av de spurte siden mars 2020 rapporterer om stabilt alkoholkonsum, 22 prosent svarer at konsumet har gått ned, mens 9 prosent forteller om økt konsum. Totalt er drøyt 130 000 personer intervjuet i perioden mars 2020–desember 2021.

Økning i medieomtaler i 2021

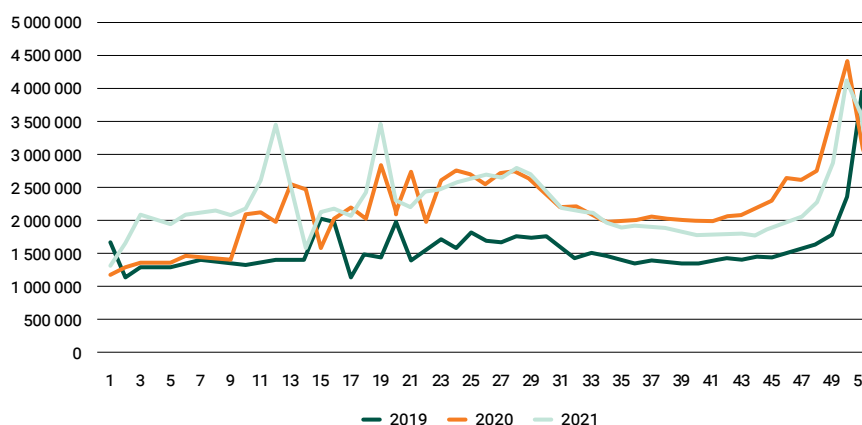
Gjennom hele koronaperioden har Vinmonopolet opplevd en stor økning i interessen fra media. Totalt er det registrert ca. 14 500 artikler eller innslag i media hvor Vinmonopolet er nevnt gjennom året, et snitt på rundt 40 artikler om dagen.

Mye omtalt første halvår var den såkalte «Vinmonopol-effekten», det at man drar til andre kommuner for å handle, polkøer og salgsrekordene i mai. Andre halvår ble tidenes beste juli-uke for Vinmonopolet mye omtalt, samt at taxfreeordningen har gått ut på dato, oppfordringen om å planlegge julehandelen og regjeringens forslag om endring av taxfreekvoten.

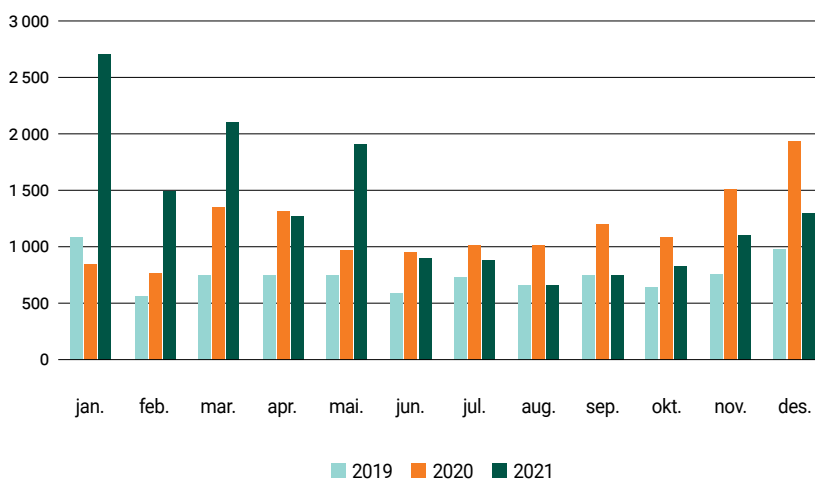
Vinmonopolets salgsutvikling i liter, pr. år



Liter pr. uke, kalenderkorrigert



Mediesaker pr måned



Bestselgere

Topp 5 bag-in-box

Land	Varetype	Artikkelnavn	Liter solgt
USA	Rødvinn	Falling Feather Ruby Cabernet	1 684 050
Spania	Rødvinn	Marqués de Nombrevilla Garn.	1 625 184
Italia	Rødvinn	Tommasi Graticcio Appassionato	1 219 293
Tyskland	Hvitvinn	Wongraven Morgenstern Riesling	1 061 376
USA	Rødvinn	Ruby Zin	932 508

Topp 5 brennevin

Land	Varetype	Artikkelnavn	Liter solgt
Sverige	Vodka	Absolut Vodka	437 015
Polen	Vodka	Dworek Vodka	298 720
Irland	Likør	Baileys Original Irish Cream	290 594
Norge	Vodka	Vanlig Vodka Ekstra	285 948
Norge	Vodka	Kalinka Vodka	281 619

Topp 5 stillevin

Land	Varetype	Artikkelnavn	Liter solgt
Italia	Rødvinn	Tommasi Graticcio Appassionato	341 552
Frankrike	Rosévin	Dom. Montrose	341 294
USA	Rødvinn	Falling Feather Ruby Cabernet	298 100
Portugal	Rødvinn	Escada Touriga Nacional	296 076
Italia	Rødvinn	Pietro di Campo Silenzio Barbera	242 344

Topp 5 musserende

Land	Varetype	Artikkelnavn	Liter solgt
Frankrike	Musserende	Delorme Cremant de Bourgogne BdN Brut	409 544
Italia	Musserende	Valdobbiadene Prosecco Sup Brut	357 218
Italia	Musserende	Pizzolato Spumante Rosé Extra Dry	273 671
Italia	Musserende	Albino Armani Prosecco	272 001
Italia	Musserende	Pizzolato Spumante d'Italia Extra Dry	214 073

Alkoholritt

34 alkoholfrie produkter ble lansert i 2021 (17 i basisutvalget og 17 i partiutvalget).
64 ulike produkter i sortimentet ved utgangen av 2021.
I 2021 solgte Vinmonopolet 835 000 liter alkoholritt, en **økning på 21 %** fra året før. Alkoholrittsalget er i stor vekst, og de siste 5 årene har salget doblet seg.
Den største varegruppen er musserende. Det er også her vi ser den største veksten. Stor vekst ser vi også for tonic, limonade og alkoholfri vin.

Mestselgende land

SVAKVIN



Italia

26 931 616

Volum i liter

BRENNEVIN



Norge

4 008 461

Volum i liter

ØL



Norge

2 167 419

Volum i liter

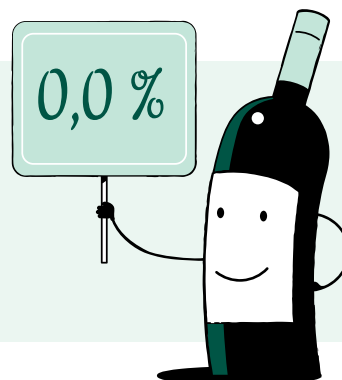
MUSSERENDE



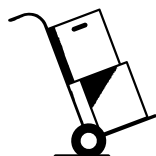
Italia

3 290 765

Volum i liter



Varelevering og sortiment



De tre største distributørene leverer **98,3 %** av volumet fordelt på **75 %** av artikkelnumrene. De håndterer med det **95,7 %** av alle ordrelinjer til butikk og **87,3 %** av kundeordrene.



174 501
Antall leveringer totalt til butikkene i 2021



30373
aktive artikler



662
aktive grossister
55
nye grossistavtaler

Kundesenteret: Marita Kristin Masternes er kundeveileder på Vinmonopolets kundesenter og svarer på henvendelser fra kunder hver eneste dag



FOTO: JARLE HYDSTEN



SPI dommerne gjør en grundig jobb når de kvalitetsbedømmer tilbudsprøvene, her ved Kjetil Jacobsen.

Spesialutvalget

Total omsetning: 142 931 953 kr

Totalt salgsvolum: 166 620 liter

2021 ble igjen et år preget av pandemi. Spesialutvalget (SU) fortsatte med en tilpasset salgsordning hele året. Det vil si lansering på nett først og deretter tre dager senere i butikk for å unngå fysisk kødannelse. Vi opplevde en salgssvikt den første gangen vi brukte denne salgsformen i 2020, men opplevde at kundene i 2021 var bedre kjent med den. Spesialutvalget kommer til å fortsette med salgsformen inn i 2022. En gjennomgang av salgsformen som ble brukt under pandemien, viser at den er for ressurskrevende å fortsette med. Vi vil derfor gå tilbake til normale slipp når det blir mulig.

Totalt ble det lansert 1 444 varelinjer med vin i 2021. Salgstallene for 2021 viser en økning fra året før. Den økonomiske usik-

kerheten som preget starten av pandemien, endret seg mot slutten av 2020. Utelivet var i perioder nedstengt eller begrenset, og mange kunder valgte i stedet å legge litt ekstra penger i å kjøpe god mat og drikke. Vin utgjør ca. 80 % av volumomsetningen og noe mer når det gjelder omsetning i kroner.

+ØL-butikkene ble tilført 146 varelinjer fordelt på fire ølslipp. Øl utgjør ca. 15 % av omsetningen i volum, men kun 5 % av omsetningen i kroner.

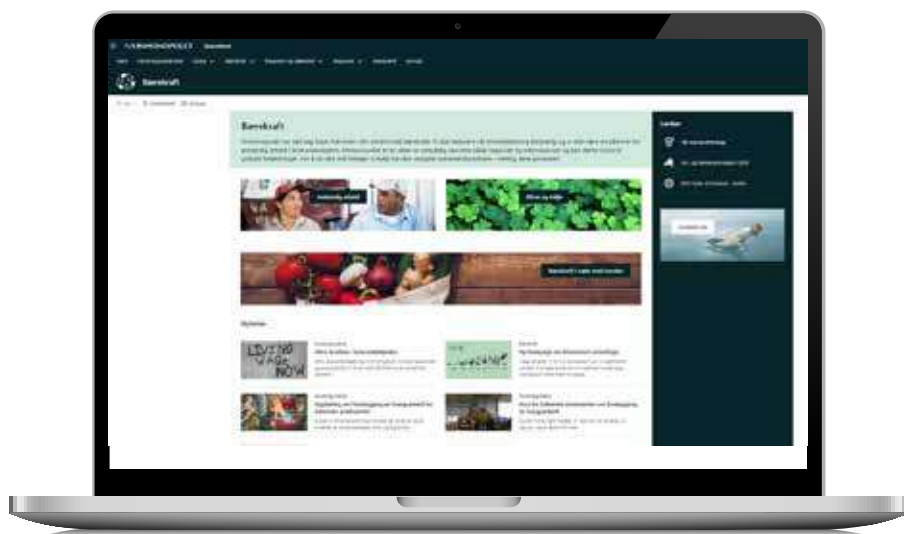
I 2021 sluttet produktsjef Martin Tønder Smith. Produktsjef, Idar Sørensen, tok over ansvaret for brennevin. Ny produktsjef for øl, David Gardonio, er på plass fra 1. februar 2022.

Vi gjennomførte fire brennevinsslipp i 2021. Totalt ble butikkene tildelt 177 varelinjer. Andelen av brennevinssalget i spesialutvalget utgjør kun 3,5 % når det gjelder volum. Omsetningen i kroner er høyere med 7,5 % andel av spesialutvalgets totale omsetning.

SPI

Vinmonopolet har et eget sensorisk laboratorium som er akkreditert og brukes i innkjøpsprosessen for basis- og partivarer. Sensorisk prøveinstans (SPI) bidrar til likebehandling av leverandørene ved å kvalitetsbedømme tilbudsprøver uavhengig og objektivt, etter den samme produktspesifikasjonen som våre leverandører mottar. SPI verifiserer også eventuelle avvik mellom tilbudt prøve og mottatt leveranse ved kjøp.

- 3 486 tilbudsprøver fordelt på 221 spesifikasjoner analysert sensorisk i 2021
- 10 trente og godkjente ekspertdommere
- 5 ekspertdommere i panelet ved hver enkelt sensoriske analyse.

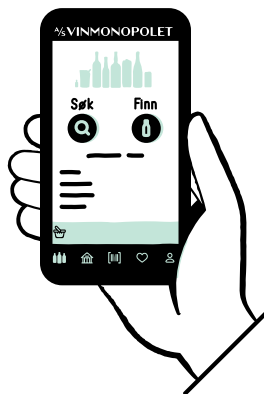


Ny leverandørportal

Leverandørportalen er Vinmonopolets viktigste kanal for samhandling med våre importører. I 2021 ble det etter ønske fra både grossister og egne ansatte etablert en ny leverandørportal på ny teknisk plattform. Denne løsningen er fleksibel og skalerbar, har bedre funksjonalitet, god brukervennlighet og et mer moderne design enn den gamle utgaven.

Netthandel

Vinmonopolet.no og Vinmonopolets app er viktige kanaler som kundene bruker i hele kundereisen – før, under og etter kjøp. Kundene benytter kanalene til å orientere seg i sortiment, planlegge kjøp, få ny kunnskap, finne relevant informasjon om Vinmonopolet, handle og søke kundeservice. Kanalene benyttes i stort omfang av kundene til å orientere seg i sortimentet også når de handler i fysisk butikk, i tillegg til isolert handel i nettbutikken. Over 98 % av sidevisningene er knyttet til produktsidene. Samtidig er kanalene viktige kommunikasjonsflater hvor Vinmonopolet kan dele annen verdiskapende og relevant informasjon til kundene.



Netthandel i 2021

	2019	2020	2021
Antall besøk	18 095 297	24 756 185	30 411 523
Antall produkter/varer	26 000	27 000	32 000
Økning i besøk	23,50 %	38 %	22,80 %
Omsetningsøkning	22 %	128,93 %	37 %
Økning av antall ordre	22 %	118,50 %	30,90 %
Andel av total omsetning	2,09 %	2,32 %	4,3 %
Omsetning	299 386 511	685 385 362	938 455 466
Nye app-nedlastinger	128 090	172 540	150 241

Gjenvinning

Vinmonopolet bidrar til gjenvinning av glass- og metallemballasje.

I 2021 ble det samlet inn 102 840 tonn glass- og metallemballasje via selskapet Sirkel Glass AS, som Vinmonopolet eier 23 prosent av. Det tilsvarer vekten av omtrent 650 000 vinflasker hver dag hele året. Returgraden på 95 % for drikkevareemballasje i glass, som ble oppnådd i 2020, ble opprettholdt. Den høye returgraden medfører at miljøavgift på drikkevareemballasje i glass faller bort. Den gjør samtidig dette retursystemet til et av Europas og verdens mest effektive innsamlingsystem for drikkevareemballasje, med over en million innsamlingspunkter. Sirkel Glass AS er et returselskap for glassemballasje som sørger for at all glass- og metallemballasje som samles inn, blir sortert og foredlet til råvarer til bruk i produksjon av nye produkter. Dette skjer på Sirkel Materialgjenvinnings anlegg i Fredrikstad. Glassråvaren blir blant annet sendt til glassverk i Europa, som igjen produserer ny glassemballasje.

Auksjoner

Vinmonopolets auksjoner er den eneste lovlige kanalen for privat salg av alkohol i Norge. Auksjonene foregår på nett og arrangeres i samarbeid med auksjonshuset Blomqvist. Pågangen for deltakelse er fremdeles svært stor, med lange køer gjennom året. Forfalsket vin er en økende utfordring i annenhåndsmarkedet, og markedsansvarlig fortsetter derfor internasjonal skolerung for å avdekke falske flasker.

Nøkkeltall

Antall auksjoner	7
Antall objekter	7 352
Omsetning	19 893 970
Andel solgt	99,4 %
Resultat	137 %
Antall unike budgivere	1 829
Antall unike budvinnere	1 192
Økning i antall unike budgivere fra 2020	23,5 %



Norges beste omdømme: Elisabeth feirer prisen fra Traction Norge sammen med gjengen på Oslo S.

Utmerkelser og priser

Norges beste omdømme



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

– Vi er stolte og ydmyke for at kundene har en god handleopplevelse hos oss, ikke minst etter en periode med pandemi, sier administrerende direktør Elisabeth Hunter. – En stor takk til alle Vinmonopolets medarbeidere. Prisen bekrefter den gode jobben som gjøres hver dag i våre butikker. For en 100-årig monopolbedrift er det ekstra gøy å se at kundene er så fornøyde med oss, sier Hunter.

Prisen bekrefter den gode jobben som gjøres hver dag i våre butikker.

– Vinmonopolets posisjon er imponerende. De har gjort en solid innsats under pandemien, og folk har en enorm tillit til dem. Omdømmescoren på 85 poeng er like bra som i fjor. De scorer også svært godt på kvalitet og ledelse, sier Miriam G. Edvardsen i Apeland.

3. plass i Ipsos-undersøkelse



Hvert år spør Ipsos mer enn 1 000 nordmenn om deres holdning til over 200 norske bedrifter, statlige etater og organisasjoner. Med 82 prosent nådde Vinmonopolet pallplass også i år.

Kantars årlige omdømmeundersøkelse utsatt pga. pandemien

Vinmonopolet har toppet Kantars undersøkelse åtte år på rad. I 2021 ble den ikke gjennomført pga. covid-19.



Årets butikk

Årets butikk er en prestisjefyllt internkonkurranse som får mye oppmerksomhet. På grunn av korona har konkurransen heller ikke latt seg gjennomføre i 2021. Vi gleder oss til arrangementet kan gjennomføres igjen, en aktivitet som bidrar til økt motivasjon og bedre arbeidsmiljø i våre butikker.



2

Bærekraftsledelse i Vinmonopolet



FNs bærekraftsmål – i Vinmonopolet

Av FNs 17 bærekraftsmål har vi valgt 5 mål, med tilhørende 15 delmål, der vi har størst mulighet for å gjøre en forskjell.

Bærekraft i Vinmonopolet

Vinmonopolet har som mål å være en foregangsvirksomhet på bærekraft. Dette er en ambisjon som deles av vår eier, staten ved Helse- og omsorgsdepartementet, og i økende grad noe kundene våre forventer av oss. Bærekraft i Vinmonopolet inkluderer arbeid innen flere områder.

Alkohol og samfunn

Vinmonopolet har en viktig rolle i samfunnet gjennom vårt samfunnsoppdrag – å begrense skadevirkningene av alkohol. Ansvarlig salg av alkohol er en viktig del av vårt samfunnsansvar og derfor en naturlig del av vårt arbeid med bærekraft. Dette gjelder både ansvarlig salg av alkohol, kommunikasjon om viktigheten av et ansvarlig alkoholforbruk og arbeidet med å sikre at produktene vi selger, er trygge.

Anstendige arbeidsforhold

Vi er opptatt av at menneskene som bidrar til produksjonen av varene vi selger, skal jobbe under anstendige forhold hvor grunnleggende menneskerettigheter og arbeidslivsstandarder blir respektert og etterlevd. En del av dette er å sørge for at de har den rette kompetansen, og at de etterlever våre verdier og etiske retningslinjer. Dette er et prioritert område for å oppnå målene om å være en god og inkluderende arbeidsplass.

Klima og miljø

Vinmonopolet ønsker å være en bidragsyter i kampen mot klima- og miljøendringer. Vi jobber for å redusere vår klimabelastning betydelig gjennom smarte miljø- og klimaløsninger i hele verdikjeden. Vi stiller krav til produktene vi kjøper inn, og drifter egne



FOTO: JARLE HVIDSTEN

Vinmonoplets bærekraftsteam: Sara Hauge, Elisabeth Biering, Sasha-Monique Elvik, Rolf Eriksen og Kristian Hogstad

butikker, kontor og lager på en så miljøeffektiv måte som mulig.

Økonomiske forhold

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

Et uttalt mål for Vinmonopolet er at «Vi er en foregangsvirksomhet i å utøve aktivt samfunnsansvar gjennom bærekraftige løsninger». Dette innebærer at

- bærekraft er en integrert og naturlig del av Vinmonoplets strategi og arbeid
- Vinmonopolet ligger i front innen arbeid på utvalgte områder, blant annet forbedringsarbeid i leverandørkjeden og klimarapportering
- det er høy standard på eget arbeid med bærekrafttemaene som Vinmonopolet

har størst påvirkning på

- Vinmonopolet er en pådriver innen fagfeltet bærekraft og skaper ringvirkninger utover egen organisasjon

Organisatoriske endringer i 2021

I 2021 ble Elisabeth Biering ansatt som leder Samfunnsansvar i avdelingen Kommunikasjon og samfunnsansvar. Dette er en nyopprettet stilling som har overordnet ansvar for Vinmonoplets arbeid med bærekraft. Fagansvarlig for klima og miljø, Rolf Eriksen, ble flyttet fra Kategori og innkjøp til resten av bærekraftsenheten i avdelingen Kommunikasjon og samfunnsansvar.



Vinmonopolet har som mål å være en foregangs-
virksomhet på bærekraft. Vi jobber for å redusere vår
klimabelastning betydelig gjennom smarte miljø- og
klimaløsninger i hele verdikjeden.

Vinmonopolets bærekraftstrategi

Som Vinmonopolets eier er staten opptatt av at virksomheten er ansvarlig drevet, dette er reflektert i Meld. St. 8 (2019–2020) *Statens direkte eierskap i selskaper – Bærekraftig verdiskaping*. Det innebærer at Vinmonopolet må identifisere og håndtere risikoen selskapet påfører mennesker, samfunn og miljø.

I 2018 utarbeidet Vinmonopolet en bærekraftstrategi tilpasset vår egenart, tett knyttet opp mot vårt samfunnsoppdrag. Strategiperioden varer ut 2022 – nå kun et år

igjen. Gjennom ambisjoner vi har satt oss i bærekraftstrategien, vil vi støtte regjeringens oppslutning om FNs bærekraftsmål nr. 3 god helse og det globale målet fra Verdens helseorganisasjon om minst 10 % reduksjon i skadelig bruk av alkohol fram mot 2025.

Vi har satt oss flere delmål i strategien og vil i årets rapport publisere enkelte av delmålene med tilhørende resultater for å være mer transparente om vårt bærekraftsarbeid. Selv om det ikke er mye igjen av nåværende

strategiperiode, vil sannsynligvis flere av målene her videreføres. Delmål er presentert for hvert område i bærekraftstrategien i de kommende kapitlene i rapporten.

Vår bærekraftstrategi finner du på våre nettsider:

<https://www.vinmonopolet.no/b%C3%A6rekraftstrategi>

FUNDAMENT

Begrense skadevirkningene av alkohol – produktsikkerhet – god forretningsetikk

Strekmål innen følgende temaer



1

Bærekraftig forbrukeradferd

Vi skal legge til rette for at kundene tar bærekraftige valg.



2

Smarte miljø- og klimaløsninger

Vi skal redusere vår klimabelastning med 40 prosent innen 2030.



3

Anstendig arbeid i leverandørkjeden

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



4

God og inkluderende arbeidsplass

Vi skal være Norges beste arbeidsplass.






Vesentlighetsanalyse

Alkohol og samfunn

- Begrense skadevirkningene av alkohol
- Produktsikkerhet



Smarte miljø- og klimaløsninger

- Biomangfold 
- Klimagassutslipp
- Leverandøroppfølging miljøforhold 
- Materialbruk
- Vannforbruk og avrenning 



Bærekraftig forbrukeradferd





God forretningsetikk

- Konkurranseshemmende adferd
- Korrupsjon



Anstendig arbeid i leverandørkjeden

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



God og inkluderende arbeidsplass

- Kompetanseutvikling



Vinmonopolet har et ansvar for å forvalte og drifte organisasjonen på en bærekraftig måte. Vi er derfor avhengig av å vite hvordan vår drift påvirker ulike bærekraftsområder. På den måten kan vi aktivt prioritere og arbeide systematisk med de temaene hvor vi har størst evne til å utgjøre en forskjell. I 2021 har vi oppdatert vår vesentlighetsanalyse. Vi har analysert hvilken påvirkning Vinmonopolets virksomhet og produkter har på mennesker, miljø og samfunn gjennom verdikjeden. Vesentligheten bestemmes ut fra Vinmonopolets potensielle og faktiske påvirkning innen temaet.

Analysen ble gjennomført i samarbeid med PwC i henhold til den nylige oppdaterte GRI-standard. 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 innen sitt felt. Funn fra intervjuer og skrivebordsanalyser ble til slutt avstemt med Vinmonopolets bærekraftsteam.

De vesentlige hovedtemaene ligger fast, men noen nye underkategorier er løftet fram i den oppdaterte vesentlighetsanalysen. Under smarte miljø- og klimaløsninger

framkommer det tre nye underkategorier. *Biomangfold* blir påvirket gjennom dyrking av mark, avskoging og produksjon av vin/øl/brennevin. Vinmonopolet har en indirekte påvirkning på biomangfoldet via innkjøp av varene vi selger. Vinmonopolet har også indirekte påvirkning på *vannforbruk* ved innkjøp av vin spesielt. Vin produseres ofte i varme klima, som kjennetegner områder med vannmangel. Klimaendringene vil sannsynligvis forsterke vannmangelen i disse områdene. Videre har Vinmonopolet en potensiell positiv påvirkning på *leverandøroppfølging av miljømessige forhold*, herav materialbruk i leverandørkjeden, vannforbruk og biodiversitet i vinproduksjon, avfall og generelle klimagassutslipp. Under anstendig arbeid i leverandørkjeden er to nye underkategorier løftet fram. Vinmonopolet kjøper vin fra områder hvor det kan være begrensninger i arbeidstakeres rettigheter. Det innebærer ofte at arbeiderne mangler *mulighet til å fremme bekymringer på sin arbeidsplass*. Dersom ansatte ikke er tillatt å representere sine ønsker og rettigheter, mangler man mekanismer som ivaretar at arbeidsforholdene er som de skal. Jordbrukssektoren er ansett som en «uformell» industri og er derfor spesielt



utsatt for denne risikoen. Jordbrukssektoren er lite regulert, noe som også medfører risiko for *utnyttelse av sårbare grupper*. *Tvunget arbeid* er oftest relatert til immigranter med begrensede rettigheter og uformell arbeidsstatus. Det er risiko for at migrantarbeidere jobber uten oppholdstillatelse, må gi fra seg en andel av lønnen til arbeidsgiver, tjener mindre enn minstelønn, og at de jobber lange dager utover det som er tillatt.

En annen endring i vår oppdaterte vesentlighetsanalyse er temaet «*alkohol og samfunn*». Vi så behovet for å slå sammen temaene «begrense skadevirkningene av alkohol» og «produktsikkerhet», ettersom dette handler om hvordan varene vi selger, kan påvirke kundene våre. Vinmonopolet har et spesielt ansvar for å bevisstgjøre folk om de potensielle skadevirkningene produktene vi selger, kan medføre. Det er også viktig å informere kundene om at vi tar produktsikkerhet på alvor og tar alle forhåndsregler så kundene kan være trygge på at varene vi selger, er trygge og riktig merket.

I de kommende kapitlene kan du lese mer om hvordan vi jobber med hvert av disse temaene, og på hvilken måte dette arbeidet bidrar til å oppnå FNs bærekraftsmål.

FNs bærekraftsmål – i Vinmonopolet

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 5 mål, med tilhørende 15 delmål, der vi har størst mulighet for å gjøre en forskjell.

FNs bærekraftsmål	FNs delmål	Vinmonopolets bidrag
<p>Sikre god helse og fremme livskvalitet for alle, uansett alder</p> 	<p>3.5 Styrke forebygging og behandling av rusmiddelbruk, blant annet misbruk av narkotiske stoffer og skadelig bruk av alkohol.</p>	<p>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. De siste årene har vi også gjennomført holdningskampanjer som oppfordrer våre kunder til å reflektere over eget alkoholkonsum – f.eks. alkohol ifm. studiestart og alkohol i setting med barn.</p>
	<p>3.9 Innen 2030 betydelig redusere antall dødsfall og sykdomstilfeller forårsaket av farlige kjemikalier og forurenset luft, vann og jord.</p>	
<p>Fremme varig, inkluderende og bærekraftig økonomisk vekst, full sysselsetting og anstendig arbeid for alle</p> 	<p>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.</p>	<p>Vi skal være en god og inkluderende arbeidsplass med høyt kompetente og motiverte medarbeidere som er ambassadører for Vinmonopolet. Vi jobber for å reflektere mangfoldet i samfunnet, og vi tar inn lærlinger og personer på arbeidstrening. Vi jobber for å sikre riktig bemanning og redusere antall lave stillingsbrøker, og vi legger til rette for at våre ansatte skal kunne stå lengst mulig i stilling. Likestilling og lik lønn for likt arbeid er en selvfølge.</p>
	<p>8.6 Innen 2020 betydelig redusere andelen unge som verken er i arbeid eller under utdanning eller opplæring.</p>	
	<p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Vi jobber for å sikre anstendig arbeid og fravær av alle former for menneskerettighetsbrudd i vår leverandørkjede. Vi stiller strenge etiske krav til alle leverandører, vi følger opp at produsentene etterlever kravene, og gjennomfører programmer som tar opp bakenforliggende årsaker til utfordringer i risikoland – ofte i samarbeid med andre internasjonale organisasjoner. Blir vi gjort oppmerksomme på uønskede forhold i vår leverandørkjede, legger vi stor vekt på å følge opp dette.</p>

FNs bærekraftsmål	FNs delmål	Vinmonopolets bidrag
<p>Sikre bærekraftig forbruks- og produksjonsmønstre</p> 	<p>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.</p> <p>12.5 Innen 2030 redusere avfallsmengden betydelig gjennom forebygging, reduksjon, materialgjenvinning og ombruk.</p> <p>12.7 Fremme bærekraftige ordninger for offentlige anskaffelser, i samsvar med de enkelte landenes politikk og prioriteringer.</p> <p>12.8 Innen 2030 sikre at alle mennesker i hele verden har relevant informasjon om og forståelse av bærekraftig utvikling og et levesett som er i harmoni med naturen.</p>	<p>Vi legger til rette for at våre kunder kan ta bærekraftige valg hos oss gjennom god kundeveiledning, tydelig informasjon og et relevant utvalg av produkter med bærekraftsegenskaper i vårt sortiment.</p> <p>Vinmonopolet har etablert en egen merkeordning for miljøsertifiserte produkter («Miljøsmart produksjon»), som gjør det enkelt for kundene å finne produkter som etterlever særlige miljøhensyn under produksjon. Vi jobber med å få ned emballasjevekten på våre produkter, og vi krever at alle nye produkter i basis med pantbar emballasje er tilknyttet panteordningen. Vi har utviklet en egen veileder for «design for gjenvinning» rettet mot våre leverandører. 1 krone av hver plastbærepose vi selger, går til Handelens Miljøfond, som brukes til tiltak for økt plastgjenvinning og redusert plastforsøpling. Vinmonopolet stiller miljøkrav i alle relevante anskaffelser av driftsmidler.</p>
<p>Handle umiddelbart for å bekjempe klimaendringene og konsekvensene av dem</p> 	<p>13.3 Styrke enkeltpersoners og institusjoners evne til å motvirke, tilpasse seg og redusere konsekvensene av klimaendringer og deres evne til tidlig varsling samt styrke kunnskapen og bevisstgjøringen om dette</p>	<p>Vi har som mål å redusere vår klimabelastning med 50 % innen 2030, og vi jobber aktivt med å implementere smarte miljø- og klimaløsninger i hele vår verdikjede. Produktemballasje utgjør vår desidert største klimabelastning, og spesielt går det mye energi med til å produsere tunge glassflasker. Vi jobber derfor aktivt for å påvirke våre leverandører til å erstatte tunge glassflasker med annen og mer miljøsmart emballasje.</p> <p>For å redusere vår interne klima- og miljøbelastning følger vi ukentlig opp beste praksis gjennom et eget miljøstyringsverktøy. Vi er stolte av at alle våre butikker og kontorer er miljøfyrtårnsertifisert.</p>
<p>Styrke gjennomføringsmidlene og fornye globale partnerskap for bærekraftig utvikling</p> 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Gjennom medlemskap i ulike organisasjoner og programmer og gjennom samarbeid og partnerskap med andre bedrifter og organisasjoner har vi større gjennomslagskraft til å nå både våre og verdenssamfunnets mål, hvor vi både deler vår egen og tilknytter oss viktig kompetanse og ressurser fra andre som vi ellers ikke ville hatt tilgang til om vi sto alene. Les mer om våre samarbeidspartnere i kapitlene «Smarte miljø- og klimaløsninger» og «Anstendig arbeid i leverandørkjeden».</p>

Våre interessenter

Aktiv dialog med våre interessenter er viktig for å ivareta deres interesser, for å tilpasse oss endringer og utfordringer i samfunnet og for å skape tillit til virksomheten.

Gjennom vår rolle som alkoholpolitisk instrument, som en betydelig innkjøper og faghandelskjede og som arbeidsgiver er Vinmonopolet med på å påvirke hverdagen til mange mennesker. Gjennom god dialog med våre interessenter kan Vinmonopolet tidlig identifisere utfordringer og komme fram til bærekraftige løsninger. Vårt interessentkart er satt opp gjennom en bred og inkluderende prosess hvor representanter fra store deler av organisasjonen har vært med. Prosessen ble ledet av en ekstern partner (konsulentfirma).

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, herunder reklameforbudet i alkoholloven. HOD forventer at Vinmonopolet implementerer bærekraft/samfunnsansvar i sitt arbeid 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 videre til Meld. St. 8 (2019–2020) *Statens direkte eierskap i selskaper – Bærekraftig verdiskaping*, herunder de generelle og mer spesifikke forventningene til de statlig eide selskapenes arbeid med samfunnsansvar.

Ansatte

Motiverte og faglig dyktige ansatte er avgjørende for å være en attraktiv arbeidsplass og for å oppnå gode kundemøter, hvor også veiledning av våre kunder om bærekraft har en naturlig plass. Arbeidet vi gjør for å ta best mulig vare på våre ansatte, og sørge for at de har den rette kompetansen, er derfor et prioritert område for å oppnå virksomhetens mål. I tillegg bygger det opp under

FNs bærekraftsmål nr. 8, anstendig arbeid og økonomisk vekst, og mål nr. 3, god helse. Vinmonopolet har som mål å være Norges beste arbeidsplass.

Importører

Importørene er Vinmonopolets første ledd bakover i leverandørkjeden og Vinmonopolets avtalepart. Det er importørene som tilbyr produkter som Vinmonopolet etterspør gjennom anbudsprosesser, og det er importørene som er ansvarlig for å sikre gode arbeidsforhold bakover i verdikjeden. Importørene har med andre ord en viktig rolle i Vinmonopolets arbeid med bærekraft, enten det er å framskaffe produkter med bærekraftsegenskaper når vi etterspør det, eller det er å sørge for gode arbeidsforhold hos produsentene og deres underleverandører. Avdeling Kategori og innkjøp har løpende dialog med de godt og vel 500 aktive importørene.

Produsenter

Bak alle produktene vi selger i Vinmonopolet, står en produsent som har sin kjede av underleverandører. Produsentene leverer de produkter vi etterspør i våre tendere, og de må sørge for å ha gode arbeidsforhold som tilfredsstillende våre krav i Code of Conduct. De må også involvere sine ansatte i forhold som berører dem på arbeidsplassen. Rent formelt er det importørene som har dialogen med produsentene, men Vinmonopolet søker å ha en inkluderende dialog med de produsentene som vi har et aktivt oppfølgingsprogram med. Vinmonopolet legger vekt på å være en støtte for produsentene i denne prosessen.

Kunder

Våre kunder er i stadig større grad opptatt av bærekraft. Vi legger derfor stor vekt på å møte denne interessen, og vi ønsker å bistå våre kunder med å ta bærekraftige valg når de handler hos oss. Dette vil vi gjøre gjennom å ha et relevant produktutvalg, god kunnskap om bærekraft hos våre ansatte

og tilgjengelig informasjon i våre ulike kanaler. 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.

Kundemøtene er hovedarena for å kommunisere med våre kunder og for å ta del i deres preferanser og forventninger til oss. Vi gjennomfører også en årlig kundesøking hvor vi bl.a. registrerer kundenes oppfatning av Vinmonopolet hva gjelder bærekraft.

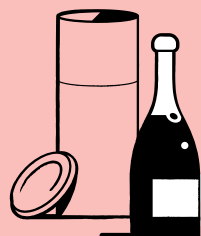
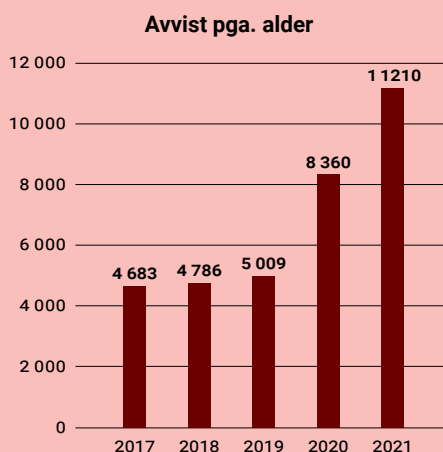
Media og sivilsamfunn

Media og sivilsamfunnet er viktige kilder til informasjon om forhold som vedrører f.eks. uønskede arbeidsforhold i vår leverandørkjede. Informasjon vi får via pressen eller frivillige organisasjoner er ofte vel så viktig for oss som det vi selv klarer å framskaffe bl.a. gjennom våre revisjoner. Vinmonopolet legger vekt på raske og utfyllende besvarelser henvendelser som kommer, og spesielt aktiv oppfølging av relevante saker som blir omtalt i media. Vi jobber også proaktivt overfor media, særlig for å oppnå mediedekning og derved større oppmerksomhet om våre holdningskampanjer og andre utvalgte temaer.

Interessenter	Temaer som opptar interessentene	Ramme for interessentdialog
Eier	<ul style="list-style-type: none"> • Vinmonopolets samfunnsoppdrag • ansvarlig aktør • ansvarlig salg • likebehandling • anti-korrupsjon • klima og miljø • HMS • ansvarlig arbeid og menneskerettigheter i leverandørkjeden 	<ul style="list-style-type: none"> • halvårlige kontaktmøter og årlig møte med samfunnsansvar som tema • rapportering på indikatorer knyttet til samfunnsoppdrag (halvårlig), samfunnsansvar (årlig) og likebehandling (årlig) i oppdragsbrev
Ansatte	<ul style="list-style-type: none"> • god og trygg arbeidsplass • kompetanseheving og -utvikling • egen stillingsbrøk • Vinmonopolet som ansvarlig virksomhet 	<ul style="list-style-type: none"> • 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
Importører	<ul style="list-style-type: none"> • likebehandling • lønnsomhet • tilby «bærekraftige produkter» • støtte i arbeidet med å følge opp Code of Conduct • etterleve Code of Conduct 	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • likebehandling • anerkjennelse av deres programmer og sertifiseringer • rette opp et eventuelt dårlig inntrykk etter anklager i media 	<ul style="list-style-type: none"> • kurs/opplæring • webinarer • revisjoner/pre-assessments • veiledning og oppfølging • handlingsplaner ved brudd på Code of Conduct
Kunder	<ul style="list-style-type: none"> • produksikkerhet • klima og miljø • ansvarlig konsum (respons på våre holdningskampanjer) • etisk handel 	<ul style="list-style-type: none"> • kundemøter • kundemagasinet <i>Vinbladet</i> • podkast • nettside, nettbutikk og sosiale medier • holdningskampanjer • kundeundersøkelser
Media og sivilsamfunn	<ul style="list-style-type: none"> • Vinmonopolets rolle og samfunnsoppdrag • klima og miljø • arbeidsforhold i leverandørkjeden 	<ul style="list-style-type: none"> • svare raskt og utfyllende på alle henvendelse og aktivt følge opp relevante saker som blir omtalt i media • aktivt søke å få media til å dekke våre holdningskampanjer og utvalgte temaer

3

Alkohol og samfunn



«Produktene vi selger er trygge»
Ingen rapporterte tilfeller av skader eller sykdomstilfeller i 2021

Kampanje



4 millioner

visninger av kampanjefilmen «Hvor mye kan du drikke før du ikke er den du vil være?».



Sosiale medier

Det mest engasjerende innlegget på sosiale medier handlet om at Vinmonopolet støtter pride.



Alkohol og samfunn

Vinmonopolet er opptatt av hvordan varene vi selger, kan påvirke kundene våre. Alkohol er ikke som andre varer, og vi har derfor et spesielt ansvar for å bevisstgjøre samfunnet om de mulige skadevirkningene produktene våre kan medføre.

Å begrense skadevirkningene av alkohol er vårt samfunnsoppdrag og vår viktigste oppgave og er derfor med oss i alt vi gjør. Det er også viktig for oss å informere om at vi tar produktsikkerhet på alvor, så kundene kan være sikre på at varene vi selger, er trygge og riktig merket. I Vinmonopolets oppdaterte vesentlighetsanalyse er temaene «begrense skadevirkningene av alkohol» og «produktsikkerhet» slått sammen til ett tema, nemlig «alkohol og samfunn». Dette er områder som bygger opp under FNs bærekraftsmål nr. 3, god helse, spesielt underpunktet om å styrke forebygging av misbruk og redusere skadelig bruk av alkohol.

Verdens helseorganisasjon (WHO) har gjennom handlingsplan for forebygging og begrensning av ikke-smittsomme sykdommer vedtatt et globalt mål om reduksjon i skadelig bruk av alkohol med minst 10 prosent innen 2025 sammenlignet med 2010. Norge har forpliktet seg til å følge opp dette målet gjennom Nasjonal alkoholstrategi 2021–2025. Vinmonopolet jobber for å redusere skadevirkningene av alkohol gjennom å selge alkohol med ansvar i alle våre kanaler. I kommunikasjonen vår vektlegger vi smak, hvor mat og drikke i kombinasjon og drikker med lavere alkoholinnhold er i fokus. Videre jobber vi for å øke folks oppmerksomhet rundt eget alkoholkonsum via holdningskampanjer og samarbeid med organisasjoner innen vårt felt. Når det gjelder produktsikkerhet, kontrollerer vi at produktene ikke inneholder uønskede kjemiske komponenter, og at de er i



Mål fra bærekraftstrategien

- **Mål 2022: Vi selger alkohol med ansvar.**
- **Delmål:** 95 % av kunder mellom 18 og 25 skal bli spurt om å vise legitimasjon.
- **Resultat 2021:** 93,2% i denne kundegruppen ble spurt om å vise legitimasjon.
- **Mål 2022: Vi legger til rette for et ansvarlig alkoholkonsum.**
- **Delmål:** 60 % mener Vinmonopolet bidrar til å begrense alkoholkonsumet iht. vår kunde- og opinionsundersøkelse.
- **Resultat 2021:** Vår kunde, og opinionsundersøkelse viser at 48 % mener Vinmonopolet bidrar til å begrense alkoholkonsumet.

overensstemmelse med gjeldende regelverk. Gjennom disse tiltakene reduserer vi muligheter for at kunder og samfunnet for øvrig tar skade av varene de kjøper på Vinmonopolet.





Registrert ansvarlig salg

Totalt ble alder kontrollert i nesten

5,2 millioner

kundemøter.

Dette betyr at alder ble kontrollert i

11,9 prosent

av de totalt

43,5 millioner

kundemøtene våre i 2021.

Vi dokumenterer ansvarlig salg gjennom registrering i kasseapparatene i butikk. Vi måler antall ganger legitimasjon blir vist uoppfordret, og hvor mange vi spør om legitimasjon, og hvor mange vi må avvise. På grunn av stor kundetilstrømming i både 2020 og 2021 er tallene langt høyere enn tidligere.



FOTO: VINMONOPOLET

Kjærlighet: Vi delte ut kjærlighet på pinne til ungdom som viser legitimasjon, første gang i 2014. Dette ble så populært at vi fremdeles gir våre yngste kunder en kjærlighet. Det er et fint bilde på omsorgen som ligger bak Vinmonopolets tiltak for ansvarlig salg. Med hensyn til smitteverntiltakene ble det i starten av året besluttet å sette utdeling av kjærligheter på vent helt til august. For å øke oppmerksomheten rundt arbeidet med alderskontroll ble det gjennomført interne kampanjer i 2021 med mulighet for å gjette alder på personer med munnbind. Kampanjen skapte stor oppmerksomhet og engasjement blant de ansatte.

Vi skal begrense skadevirkningene av alkohol

Vinmonopolet har et særlig ansvar for å innrette sin virksomhet i tråd med alkoholpolitiske mål og i samsvar med vinmonopolloven og alkoholloven. Vinmonopolet er et viktig alkoholpolitisk virkemiddel for å sikre ansvarlig salg av alkohol og dermed begrense skadevirkningene alkoholen påfører samfunnet. Av Helse- og omsorgsdepartementets oppdragsbrev til Vinmonopolet for 2021 framgår det at:

«Selskapet skal prioritere ansvarlig salg. AS Vinmonopolet skal ikke selge alkoholholdig drikk til personer som ikke oppfyller alkoholovens alderskrav eller er berusede. AS Vinmonopolet skal forhindre at andre kjøper alkohol til personer som ikke oppfyller alkoholovens alderskrav, såkalt langing.» Fraværet av privatøkonomiske insentiver og et begrenset antall butikker bidrar

til et vesentlig lavere alkoholkonsum enn om vin ble tillatt solgt i dagligvarebutikker. Ansvarlig salg er tydelig definert i Vinmonopolets strategi- og verdiplattform, og bærekraftstrategien vår er tett knyttet opp mot samfunnsoppdraget vårt. Gjennom oppmerksomhet på temaet «alkohol og samfunn» arbeider vi for å skape økt bevissthet om de negative konsekvensene alkohol påfører samfunnet. Dette gjør vi både gjennom redaksjonell kommunikasjon og i møtet med kunden. Arbeidet vi gjør for å redusere skadevirkningene av alkohol, bygger opp under FNs bærekraftsmål nr. 3, god helse, her særskilt underpunktet om å styrke forebygging av misbruk og redusere skadelig bruk av alkohol.

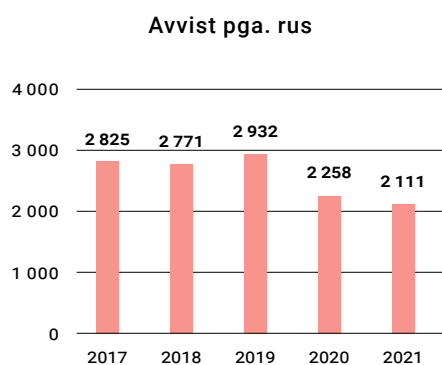
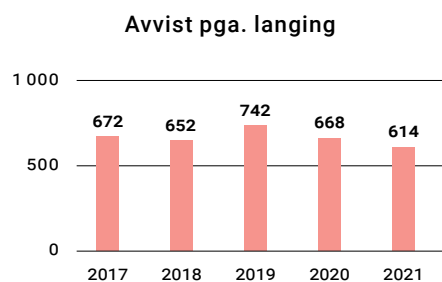
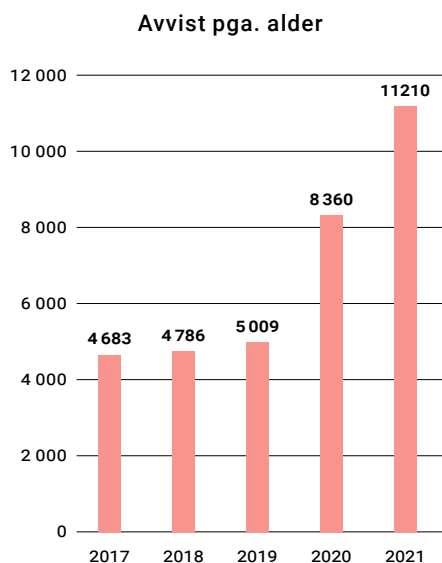
Vi selger alkohol med ansvar i alle våre kanaler

Vinmonopolet er underlagt alkoholreklameforbudet, har ingen salgskampanjer og oppfordrer ikke til mersalg i noen kanaler. Vinmonopolet er svært opptatt av å hindre

salg av alkohol til mindreårige. Vi ber alle kunder under 25 år om å vise legitimasjon uoppfordret når de handler hos oss, både i fysisk butikk og utlevert gjennom nettsalg. Vi arbeider også for å forhindre langing hvor voksne handler alkohol til de som ikke er gamle nok, enten det er foreldre som handler til egne barn, eller eldre venner som handler til mindreårige. Vi avviser også alle forsøk på kjøp hvis kunden er synlig beruset.

Stille alderskontroll

For å sikre at vi ikke selger alkohol til mindreårige, gjennomfører vi såkalt «stille alderskontroll» i butikkene våre. Vi sender inn kontrollører mellom 18 og 25 år for å teste om butikkansatte spør om legitimasjon. I 2019 hevet vi målet vårt for disse kontrollene fra 90 til 95 prosent i 2020. Bakgrunnen for å ha 95 prosent som målsetting og ikke 100 prosent er våre interne regler som sier at vi skal spørre alle under 25 år. Dette er godt over aldersgrensen for



kjøp og gjør kontrollene mer krevende når kontrollørene ligger tett på det øvre aldersnivået. Resultatene for 2021 ble 93,23 prosent. Vi ser at vi ikke helt når det ambisiøse målet vårt, men vi har hatt en økning fra året før hvor resultatet var 91 prosent. Alle butikkene våre ble målt 24 ganger i fjor. **I starten av pandemien opplevde vi utfordringer knyttet til bruk av munnbind, men etter økt oppmerksomhet rundt problemstillingen bl.a. gjennom en internkampanje «tipp alder med munnbind» har resultatene bedret seg.** Vi fortsetter med den samme høye målsettingen videre inn i 2022 og styrker opplæringsprogrammet vårt på området i internopplæringen vår.

Ansvarlig salg ved utlevering på dør og per post

Vinmonopolet opplevde at resultatene av tester for ansvarlig salg ved utlevering av bestillinger på dør var for lav. Etter avtale med ny leverandør ble tjenesten først satt på hold høsten 2020 og siden sagt opp, og valget med utlevering på dør ble fjernet fra nettbestillinger gjennom 2021. For å sikre at samfunnsoppdraget blir ivarettatt på en ansvarlig måte, er kravene til tjenestene styrket og tydeliggjort i forbindelse med en ny anbudsprosess av distributør. Ved samtlige leveranser vil det kreves framlagt legitimasjon, vurdering av synlig beruselse og mistanke om langing. Fødselsdato skal også registreres i systemet før utlevering skjer til kunden. For ytterligere å sikre at sosial kontroll ivaretas, har vi i tillegg til tett dialog om bedriftens opplæring og oppfølging av deres opplæringsmateriell utviklet en egen e-læring til utleverende personell. Vi gir i denne en innføring i Vinmonopolet og ansvarlig salg med casebaserte oppgaver og filmer, som er bygget på de hyppigste utfordringene en sjåfør kan stå overfor i en leveringssituasjon for Vinmonopolet. Det må tas en test på slutten av e-læringen for å bestå, og dette blir en obligatorisk sertifisering for at sjåførene skal få lov til å levere produkter fra oss. Ved første avvik settes sjåfør i karantene for utlevering av våre produkter inntil ny e-læring er gjennomført og bestått. Dette følges opp av Vinmonopolet.

Ved levering på utleveringssted eller Post i Butikk har resultatet på alderskontrollen historisk vært høy. Resultatet av kontrollene har de siste årene vært over 90%. Den første testen i 2021 hadde et lavere resultat. En stor andel av testpersonene var i det høyere aldersintervallet, mellom 23 og 24 år, som

kan være noe av forklaringen på avviket. Vi gjennomførte ytterligere tester i 2021 med bedre resultat. Resultatene er allikevel lavere enn de bør være, og vi er i tett dialog med Posten om oppfølging og tiltak. Vi ser også på hvordan vi kan benytte tilsvarende kampanje- og opplæringsmateriell til personell i Posten som til transportør ved hjemlevering.

Juventes kontroll

Hvert år gjennomfører ungdomsorganisasjonen Juvente kontroller der de undersøker om unge under 18 år får kjøpt alkohol i dagligvarehandelen og på Vinmonopolet. På grunn av pandemien og de restriksjonene som har vært i samfunnet det siste året, har ikke Juvente gjennomført noen kontroller i 2021. Juvente har varslet at de legger opp til nye kontroller i 2022.

Kampanjer og annet holdningsskapende arbeid

Budskapetene som er kommunisert ut gjennom butikkene våre og i Vinmonopolets egne kommunikasjonskanaler, har også i 2021 vært preget av koronainformasjon og smitteverntiltak. Likevel har holdningskampanjene blitt gjennomført og fått god dekning og oppmerksomhet.

Året skulle starte slik det pleier med utdeling av kjærlighet på pinne til ungdom som uoppfordret viste legitimasjon i butikkene våre. Med hensyn til smitteverntiltakene ble det besluttet å sette utdeling av kjærligheter på vent helt til august. For å øke oppmerksomheten rundt arbeidet med alderskontroll ble det gjennomført interne kampanjer i 2021 med mulighet for å gjette alder på personer med munnbind. Kampanjen skapte stor oppmerksomhet og engasjement blant de ansatte.

En ny langingskampanje for å skape refleksjon rundt det å kjøpe alkohol til mindreårige ble lansert i mars og varte ut juni måned. Det ble arbeidet en del med å få oppmerksomhet også i media om problemstillingen som resulterte i flere oppslag i aviser samt deltakelse fra Vinmonopolet blant annet på NRK Kveldsnytt og TV2-nyhetene. Kampanjen fikk totalt sett en bred og god dekning i målgruppen og kan vise til gode resultater gjennom kampanjeevalueringen.

Bidra til en bedre drikkkultur

I tillegg til ansvarlig salg og at Vinmonopolet i seg selv er et tilgjengelighetsbegrensende tiltak, arbeides det systematisk for å bidra til å begrense skadevirkningene av



I august relanserte vi kampanjen «Ny start» med budskapet «Hvor mye kan du drikke før du ikke lenger er den du ønsker å være?» Kampanjen oppnådde over 4 millioner visninger.

alkohol knyttet til å bidra til økt oppmerksomhet i samfunnet om eget alkoholkonsum- og til en bedre drikkekultur.

Gjennom holdningskampanjen «Ny start» retter Vinmonopolet oppmerksomheten mot unges relasjon til alkohol og bidrar til at unge får et mer bevisst forhold til egne grenser. Kampanjen lanseres i slutten av august, når mange unge begynner å studere og opplever et press når det gjelder å drikke alkohol. Målet med arbeidet er å hjelpe unge mennesker å forstå sin egen relasjon til alkoholkonsum og å gi dem gode verktøy for å oppnå det forholdet til alkohol som de selv ønsker. Kampanjens budskap var: «Hvor mye kan du drikke før du ikke lenger er den du vil være?»

I forbindelse med julen i fjor rettet Vinmonopolet søkelyset mot alkohol i settinger med barn. Vinmonopolet ønsker at barn skal slippe vonde opplevelser med berusede voksne i julen. Vårt omsorgsfulle råd er at alle voksne bør ha et ansvarlig og balansert forhold til alkohol når barn er til stede. Vi vil at voksne reflekterer over spørsmålet «Hvor mye kan du drikke før du ikke lenger er den mammaen, pappaen eller bestemoren som du ønsker å være?» Ansvarlig alkoholkonsum og god drik-

kekultur er ofte sammenfallende. Derfor framhever vi mat og drikke i kombinasjon, smaksopplevelser og det varefaglige i møter med kundene våre, enten de er i butikk, på nett, i kundemagasinet *Vinbladet* eller podkast. Hensikten med vår kommunikasjon er å fremme et ansvarlig konsum og å bygge bevissthet rundt varene vi selger.

Helsetrend

En viktig forbrukertrend er knyttet til helse og ytelse. Den økte interessen og brede etterspørselen blant kundene har satt større krav til sortimentet. Kundene er ikke lenger fornøyde med å kunne velge blant en håndfull alkoholfrie viner og fruktmoster. Nå forventer de å kunne velge mellom et større mangfold av alkoholfrie alternativer til ulike anledninger. Den økte interessen har bidratt til større engasjement rundt alkoholfri drikke også hos leverandørene våre. Tilfanget av spennende produkter har økt betraktelig de senere årene. Mediene på sin side omtaler i større grad lanseringene og spesielt alkoholfritt-trenden/NoLo-trenden.

Sunnhets- og helsetrenden bidrar til at salgsveksten av alkoholfrie festdrikker i Vinmonopolet fortsatte i 2021, hvor veksten var 21,3 prosent. Denne veksten kan også tilskrives en generell økt interesse for alkoholfrie alternativer, i tillegg til et bredere sortiment. Musserende og stille vin er fortsatt de største alkoholfrie varegruppene vi selger, og aller størst vekst ser vi for alkoholfri musserende, tonic, limonade og vin. Den relativt nye varegruppen «alkoholfritt brennevin» er direkte knyttet til den internasjonale NoLo-trenden og skaper mye engasjement i markedet.

Lokale helter

De lokale heltene er en gjeng engasjerte butikksjefer spredd rundt i landet som bidrar til å dele viktige budskap om Vinmonopolets rolle og ansvar via lokalpressen til sine lokalmiljø. Formålet med de lokale heltene er å skape større forståelse for Vinmonopolets samfunnsoppdrag og rolle i samfunnet. I 2021 var det igjen viktig at polkøen til jul ble kortest mulig da julehandelen kunne utfordre smittevernet. Kombinasjonen av at salget vårt fortsatt lå 30 prosent over normalen fra 2019, og at folk hadde falt tilbake til gamle handlevaner, gjorde at vi så behovet for å få informasjon ut i pressen. Før julestria var derfor Vinmonopolet ute i media med en klar

oppfordring om å ta årets julehandel tidlig. Vi registrerte 175 mediesaker i 97 aviser, der våre lokale helter oppfordret folk til å planlegge årets julehandel, komme tidlig på dagen etc.

Samarbeid med Av-og-til

Av-og-til er en alkovevorganisasjon som jobber for godt alkovev i situasjoner der alkohol utgjør en risiko eller kan være til ulempe for andre. Alkohol i settinger med barn er en slik type situasjon. Vinmonopolet startet i 2019 et samarbeid med Av-og-til for å synliggjøre denne tematikken. Det gode samarbeidet fortsatte i 2021. Vi samkjørte eksempelvis kampanjene våre for å få ekstra oppmerksomhet om temaet alkohol i settinger med barn. En annen ting vi samarbeidet om, var alkoholfritt. Før sommeren gjennomførte vi en intern konkurranse om å komponere Polets sommerdrikk 2021. Hensikten var å inspirere kundene våre til å velge alkoholfritt innimellom. Vinmonopolets samfunnsoppdrag er å begrense skadevirkningene av alkohol, og i vårt bærekraftsarbeid skal vi bidra til FNs bærekraftsmål om god helse. Ett verktøy for å få dette til er å fremme alkoholfrie alternativer. Over 40 bidrag kom inn fra hele landet. Av-og-til satt i juryen som valgte ut superfinalistene, og organisasjonen delte oppskriftene i sine sosiale medier. Vi bidro også i deres kampanje «Ekte kapteiner drikker kaffe».

Samarbeid med Blå Kors

Blå Kors har i over hundre år gjort en viktig innsats i Norge for å hjelpe personer som direkte eller indirekte er rammet av rusproblemer. Organisasjonen jobber med forebyggende tiltak, spesielt rettet mot barn og unge, samt behandling og oppfølging etter behandling. Vinmonopolet startet et samarbeid med Blå Kors i 2020. Sammen ønsker vi å motivere kundene til å reflektere mer over egen drikking – dette gjelder særlig unge voksne. Vi har jobbet sammen om å øke oppmerksomheten på gode drikkevarer som ikke inneholder alkohol. Vinmonopolet samarbeidet også med Blå Kors rundt Polets sommerdrikk. Vi tror at økt synlighet rundt mangfoldet av smaker og varianter kan bidra til at flere blir mer bevisst på å kjøpe inn alkoholfrie drikkevarer i ferien og til sosiale sammenkomster.

Vinmonopolet i alle kanaler



Populær podkast

Siden 2015 har Vinmonopolets eksperter, Anne, Anders og Niclas (bildet), snakket sammen eller med andre om mat og drikke. De gir deg kunnskap om druer, regioner og ølstiler – og svarer på alle slags spørsmål om øl, vin, brennevin og alkoholfritt.

Avspillinger 2021: 559 316

Avspillinger totalt siden 2015: 1 860 775

Mest spilt i 2021:

1. Målebege, hatt og frakk – Vinmonopolets historie del 9 (9 931 avspillinger)
2. Krig og rasjonering – Vinmonopolets historie del 3 (9 508 avspillinger)
3. Dypdykk i Chablis - del 1 (9 190 avspillinger)



Skapte engasjement

En post som fortalte at vi støttet Pride, ble det mest engasjerende innlegget på både facebook og LinkedIn i 2021:

«Vi ønsker å være Norges beste arbeidsplass. Og vi jobber aktivt for å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell orientering, samt kulturell bakgrunn. Hos oss ønsker vi at alle skal føle seg inkludert. Derfor støtter vi Pride.»

Våre faste kommunikasjonskanaler



Vinmonopolet.no

400 artikler, som til sammen er lest cirka 2,5 millioner ganger



Vinbladet

51 057 abonnenter
opplag 325 000
fire utgaver i året



Facebook

38 900 følgere, rekkevidde på i snitt 800 000 mennesker hver måned



LinkedIn

9 550 følgere



Instagram

6 338 følgere



Podkast

559 316 avspillinger



Workplace

ca 35 000 innlegg



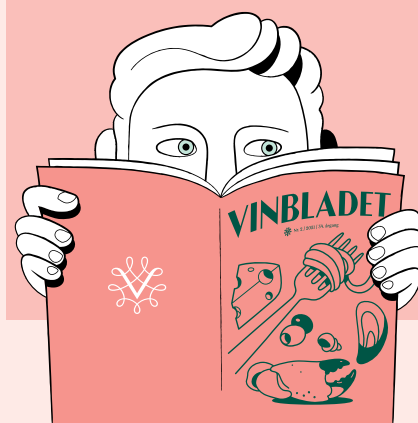
Butikk

Informasjon om smittevern har vært hovedfokus i butikkene i år



Presse

14 500 artikler om Vinmonopolet



Produktsikkerhet

Varene vi selger på Vinmonopolet, er trygge. Det sikrer vi gjennom å følge internasjonale regler for produksjon, interne produktanalyser og riktig merking av produktene vi selger.

Vinmonopolet har jobbet målbevisst for å sikre produktsikkerhet i mange år. Vi er avhengig av folks tillit, og kundene skal være trygge på at produktene vi selger, har riktig kvalitet og er korrekt merket. Vinmonopolet selger over 30 000 forskjellige produkter fra 88 ulike land. Varene som ankommer våre butikker, har normalt blitt analysert hos produsent, produksjonslandet eller ved stikkprøvekontroller i regi av Vinmonopolet. Produktsikkerhet bidrar til å opprettholde vårt omdømme som en troverdig faghandel. Vi har som mål at ingen skal bli syke etter å ha drukket produkter kjøpt på Vinmonopolet, og ingen kunder eller ansatte skal skades av produktexplosjoner. I 2021 mottok vi reklamasjoner på 0,06 % av produktene som ble solgt på Vinmonopolet. Dette tyder på at Vinmonopolet har god oversikt over sikkerheten på produktene våre. Vi utfører jevnlig stikkprøvekontroller for å kontrollere at produktene ikke inneholder uønskede kjemiske komponenter, og at innholdet er i overensstemmelse med gjeldende regelverk. Vi har et mål om at alle våre varer skal være merket i henhold til relevante forskrifter, og produkter med manglende merking vil bli sperret for salg.

Varene vi selger, er trygge:

- Vi utfører årlig stikkprøvekontroller for å identifisere produkter med uønskede kjemiske komponenter og hindre salg av disse.

- Vi holder oss oppdatert på informasjon om negative helseeffekter av vin blant annet gjennom medlemskap i OIV (Organisation Internationale de la Vigne et du Vin).
- Samarbeid mellom de nordiske monopolene sikrer gjensidig varsling når man oppdager alvorlige kvalitetsavvik.
- Vi analyserer produktene for tilsetningsstoffer for å sikre at innholdet er i overensstemmelse med gjeldende grenseverdier.
- Produkter som blir identifisert med alvorlige feil, blir umiddelbart sperret for salg.

Vi tilbyr god informasjon om og riktig merking av produktene vi selger:

- Vi kontrollerer at våre produkter er merket i henhold til gjeldende regelverk.
- Alkoholholdige produkter er unntatt ingrediensmerking og næringsdeklarasjon. Vinmonopolet ønsker likevel at produsentene tar initiativ til utfyllende merking om innhold i sine produkter.
- Produkter med manglende allergenmerking og overskredet holdbarhet blir sperret for salg.
- Produkter med ernærings- eller helsepåstander eller annen villedende merking blir returnert for fjerning av ulovlig informasjon.
- Vi foretar kontinuerlig kontroll av våre produkter slik at faktisk innhold er i overensstemmelse med informasjon på Vinmonopolets nettsted.



Mål fra bærekraftstrategien

- **Mål 2022: Varene vi selger, er trygge.**
- **Delmål:** Ingen rapporterte tilfeller av sykdom etter å ha drukket produkter kjøpt på Vinmonopolet.
- **Resultat 2021:** Ingen rapporterte tilfeller.
- **Delmål:** Ingen skader relatert til produkter med overtrykk.
- **Resultat 2021:** Ingen rapporterte tilfeller.



Trygge produkter. Vi er avhengig av folks tillit, og kundene skal være trygge på at produktene vi selger, har riktig kvalitet og er korrekt merket. Varene som ankommer våre butikker, har normalt blitt analysert hos produsent, produksjonslandet eller ved stikkprøvekontroller i regi av Vinmonopolet.

Ingen syke. Produktsikkerhet bidrar til å opprettholde vårt omdømme som en troverdig faghandel. Vi har som mål at ingen skal bli syke etter å ha drukket produkter kjøpt på Vinmonopolet, og ingen kunder eller ansatte skal skades av produktekspløsjoner.



FOTO: JARLE HIDSTEN

Fremmedstoffer i alkoholholdige drikkevarer

For vin, øl og brennevin er antallet fremmedstoffer forholdsvis begrenset. Disse stoffene er som regel relatert til tungmetaller og soppgifter. Internasjonalt arbeides det kontinuerlig for å begrense forekomsten av disse stoffene. Dette arbeidet bidrar til bedre produksjonsmetoder som gjør at grenseverdiene for disse kontaminantene kan reduseres. Vinmonopolet tar jevnlig ut prøver til analyser av OTA (ochratoksin A), kobber, PFAS (fluorerte organiske forbindelser), plantevernmidler og gluten.

Patogene bakterier

Vin, øl og brennevin vil på grunn av lav pH og alkoholinnholdet gi dårlige vekstvilkår for sykdomsframkallende bakterier. Eventuell vekst av gjær og melkesyrebakterier vil kun gi uønsket lukt og smak til produkter, ikke være skadelig å få i seg.

Hjelpestoffer og tilsetningsstoffer

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

Andre utfordringer

Vinmonopolet selger årlig mellom 80 og 110 millioner enheter. Dessverre opplever vi at enkelte produkter eksploderer, men det er heldigvis sjeldent, ca. 1 : 5 000 000 solgte enheter. Årsaken kan være feilproduserte flasker med svekkelse i glasset eller utilstrekkelig stabilisering med påfølgende mikrobiologisk vekst. Konsekvensene av denne type avvik kan resultere i ekspløsjoner og personskade. Disse avvikene har derfor høy prioritet. Tiltak vil ofte være å sperre produktet for salg inntil årsaken er avklart.

Kontroller gjennomført i 2021

Vi utfører jevnlig stikkprøvekontroller for å kontrollere at produktene ikke inneholder uønskede elementer, og at produktinnholdet er i samsvar med gjeldende regelverk. I 2021 gjennomførte Vinmonopolet følgende kontroller:

Analyser for å sikre korrekt kundeinformasjon

Det ble i 2021 analysert 1686 produkter. Disse analysene skal sikre at Vinmonopolet har korrekt kundeinformasjon på våre produkter, samt at innholdet er i samsvar med gjeldende regelverk. I 14 % av prøvene ble det avdekket avvik mellom målt verdi og den verdien som er registrert i våre systemer. Produkter som er registrert med uriktige verdier, blir korrigert.

PFAS

PFAS er organiske forbindelser som inneholder fluor. Dette er komponenter som brukes i framstilling av teflon, impregnering,

skismøring. Foreløpig er det ikke satt grenseverdier for disse forbindelsene i næringsmidler. I 2020 tok Vinmonopolet ut 20 viner fra Veneto til analyse mtp. PFAS. Det ble påvist PFAS i alle prøvene. For å undersøke om dette var en forurensning kun knyttet til Veneto, ble det i 2021 tatt ut 19 prøver fra sentrale vindistrikter i hele Europa. Det ble påvist PFAS i 18 av prøvene. Tallene fra PFAS-analysene er oversendt Mattilsynet, dette har resultert i at vin nå er inkludert i EUs overvåkningsprogram for PFAS.

TCA

Det er i 2021 tatt ut 26 prøver til analyse for TCA – en mugglukst som kan forekomme i produkter med naturkork. Kvantifiseringsgrensen for analysen er 1 ng/L. Det ble påvist TCA i seks prøver, og i én prøve ble konsentrasjonen kvantifisert til 4 ng/L. Resultatet fra denne testen indikerte at 26 % av prøvene var kontaminert, men det ble ikke gjort noen sensorisk analyse

som kunne bekrefte eller avkrefte om de var over den sensoriske terskelverdien.

Autentisitetanalyse

Det ble sendt fire prøver til isotopanalyse for å kontrollere om produktenes opprinnelse var korrekt.

Analysene viste at alle produktene hadde korrekt opprinnelsesangivelse.

Volumkontroll av BiB

I 2021 er det tatt ut 198 prøver med BiB til kontroll av volum. Det ble funnet avvik på ni prøver.

Foreløpig er fem av disse prøvene fulgt opp med utvidet kontroll. Dette har resultert i to oppfølginger hvor resultatet indikerte systematisk underfylling. Produsentene ble kontaktet, og det ble deretter gjort tiltak slik at nettoinnholdet blir korrekt.

Rapporterte hendelser av reklamasjoner på grunn av overtrykk

I 2021 ble det registrert 22 produkter som eksploderte av totalt 113 197 731 solgte produkter. Dette utgjør én flaske per 5,1 millioner solgte enheter. Eksplosjoner på øl utgjorde 50 prosent av alle tilfellene i 2021. Det er ikke rapportert om skader på grunn av eksplosjoner i 2021.

ØL



6 330

registrerte reklamasjoner på grunn av høyt trykk

9 512 342

totalt solgte enheter (øl)

MUSSERENDE



49

registrerte reklamasjoner på grunn av høyt trykk

10 803 311

totalt solgte enheter (musserende vin)

ALKOHOLFRITT



13

registrerte reklamasjoner på grunn av høyt trykk

1 655 513

totalt solgte enheter (alkoholfritt)



4

God forretningsetikk



10

klagesaker i nemda
– oppnevnt av Helse-
og omsorgsdepartementet



2

klager i KOFA
klagenemnda for offentlige anskaffelser



God forretningsetikk

Vinmonopolet er en ansvarlig samfunnsaktør. Vi behandler våre leverandører likt, jobber aktivt mot og har nulltoleranse for korrupsjon. Vi er transparente om vår virksomhetsstyring.

Gjennom bærekraftsmål nr. 8, anstendig arbeid og økonomisk vekst, forplikter Vinmonopolet seg til å sikre høy etisk standard og ansvarlighet i alle ledd, også i egen virksomhet. Monopolordningen har en iboende risiko for korrupsjon. Følgene av å ikke være en del av Vinmonopolets utvalg er store for produsenter og grossister, noe som skaper risiko for uønsket påvirkning av Vinmonopolets beslutninger.

Vinmonopolets innkjøpsprosesser er utsatt for uønsket påvirkning, og da særlig de forretningsprosessene som er tilknyttet lokal liste og spesialutvalg. For å redusere risikoen har Vinmonopolet derfor klare retningslinjer for personlig adferd i våre «Etske retningslinjer for alle ansatte i Vinmonopolet». Disse skal forhindre misbruk av posisjon i markedet der Vinmonopolet er dominerende aktør. Retningslinjene virker også forebyggende og sikrer innsyn og kontroll slik at eventuelle kritikkverdige forhold oppdages og ryddes opp i. Det blir reagert overfor ansatte som har handlet i strid med reglene. Det gjøres årlig en risikogjennomgang og tilpassning av regelverket. Det er opprettet et sentralt register hvor alle ansattes næringsverv framgår, for å sikre åpenhet og transparens om våre ansattes eventuelle bindinger.

Regler for innkjøp av alkoholholdige drikkevarer

Innkjøpsprosessen for alkoholholdig drikke er regulert i forskrift om Vinmonopolets innkjøp. Forskriften bestemmer at innkjøp skal skje innenfor alkoholpolitiske rammevilkår.

Likebehandlingsprinsippet er særlig sentralt i Vinmonopolets innkjøpsregler, sammen med forutsigbarhet, konkurranse og etterprøvbarehet. Vinmonopolet har fem produktutvalg, disse kan du lese om på våre nettsider:

vinmonopolet.no/innkjopsprosess

Lokal liste og spesialutvalg

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

Spesialutvalget omfatter produkter som kjøpes inn for lansering i spesialbutikker og spesialslipp på nett. Det er en forutsetning at produktet ikke er aktuelt for lansering i basis-, parti- eller bestillingsutvalget. I tillegg må alle produkter som skal lanseres i spesialutvalget, oppfylle samtlige vilkår:

- 1 Produktet må være en knapphetsvare i den forstand at det kun tilbys i en svært begrenset mengde.
- 2 Produktet må være spesielt, i den forstand at det oppfyller minst ett av følgende vilkår:
 - a Spesielt høy lokal/regional/nasjonal klassifisering
 - b Produsent, område eller vinmark med



Mål fra bærekraftstrategien

→ **Mål 2022: Likebehandlingsprinsippet ivaretas i alle ledd i organisasjonen.**

→ **Delmål:** Ingen brudd på rutiner og retningslinjer som skal sikre likebehandling i alle ledd.

→ **Resultat 2021:** Ingen rapporterte tilfeller.

→ **Mål 2022: Vi har nulltoleranse for korrupsjon og misligheter.**

→ **Delmål:** Ingen tilfeller av korrupsjon eller misligheter i vår virksomhet (varslingsrådet).

→ **Resultat 2021:** Ingen tilfeller avdekket.

særlig høy nasjonal eller internasjonal anerkjennelse

- c. Spesielt klassisk eller nyskapende produkt innenfor sin kategori
 - d. Spesielt høy teknisk kvalitet
3. Produktet må forventes å være etterspurt i Norge, i minst den mengden som kjøpes inn.

Produkter til spesialutvalget kjøpes inn etter

Uønsket påvirkning: Vinmonopolets innkjøpsprosesser er utsatt for uønsket påvirkning og da særlig de forretningsprosessene som er tilknyttet lokal liste og spesialutvalg. For å redusere risikoen har Vinmonopolet derfor klare retningslinjer for personlig adferd i våre «Etliske retningslinjer for alle ansatte i Vinmonopolet».



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

hovedregelen i innkjøpsforskriften § 3-2. Innkjøp etter innhenting av konkurrerende tilbud eller den snevre unntaksregelen i § 3-3. Innkjøp uten innhenting av konkurrerende tilbud. Innkjøp av spesialprodukter hvor produktet tilbys fra flere grossister, skal kjøpes etter bruk av § 3-2, selv når det direkte spesifiseres et konkret, unikt produkt. Pris og tilgjengelighet er avgjørende for valg av tilbud. Innkjøp etter § 3-3 er en meget snæver unntaksbestemmelse for innkjøp til Vinmonopolet. Denne skal kun benyttes når produktet bare kan skaffes fra én grossist og derfor ikke er mulig å få tak i etter konkurranse, eller helt unntaksvis dersom innkjøpet på grunn av uforutsette omstendigheter ikke kan utsettes. Slike direkte innkjøp innebærer en økt risiko for uønsket påvirkning, og Vinmonopolet har derfor særlige rutiner for slike kjøp. De fleste kjøp til spesialutvalget skjer etter denne unntaksbestemmelsen.

Det utarbeides en lanseringsplan for spesialutvalget som godkjennes av ansvarlig leder. Grunnlag for anbudsinnbydelser sendes leder for Kategori og innkjøp for godkjenning. Leder for Innkjøp og produktkvalitet vurderer innstilt tilbud mot anbudsinnbydelse før ev. godkjenning av kjøp. Grossisthandel måles for lanseringer de siste tolv månedene, og det er også føringer

Etisk regelverk

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

Retningslinjene omtaler blant annet regler knyttet til

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

på hvor stor andel/kjøp som kan gjøres fra en grossist.

Regler for innkjøp av driftsmidler

Vinmonopolets innkjøp av alle andre varer gjøres etter lov om offentlige anskaffelser. Loven pålegger oppdragsgiver blant annet å basere anskaffelsene på konkurranse (når dette er mulig), ivareta hensynet til forutsigbarhet, gjennomsiktighet og etterprøvnbarhet i anskaffelsesprosessen, sikre likebehandling av leverandører og vurdere de miljømessige og etiske konsekvensene av anskaffelsen.

Ansvar

- Ansvaret for at regler overholdes, ligger hos administrerende direktør.
- Direktør for Kategori og innkjøp og for Kjededrift og utvikling har et spesielt ansvar for å påse at reglene overholdes, da kontakt mellom ansatte og leverandører i hovedsak inntreffer gjennom produkt-sjefer og butikkansatte.
- Vinmonopolets tre jurister jobber på oppdrag for hele bedriften for å ivareta etterlevelse av regelverk. De er organisert under økonomidirektør.
- Vinmonopolet har en ansvarlig revisor. Internrevisor gjennomfører ulike undersøkelser for å kontrollere etterlevelsen av etisk regelverk.



- Juridisk har ansvaret for det etiske regelverket, men Organisasjon og HR har ansvaret for å sørge for at det blir gjennomført opplæringsprogram for ansatte.

Varslingskanal

- Vinmonopolet oppfordrer åpent og aktivt alle om å varsle oss om kritikkverdige forhold. Vinmonopolet har tredjeparts mottak av varsler ved KPMG. Vinmonopolets varslingskanal sikrer varslere full anonymitet der de ønsker det. Varslingskanalen er tilgjengelig og kjent både for allmennheten og Vinmonopolets ansatte. Det informeres og lenkes til denne på nettsiden og på intranett. Varslingskanalen skal gjøre det enkelt og trygt å varsle om kritikkverdige forhold i Vinmonopolet, både i og utenfor Vinmonopolets organisasjon.
- Vinmonopolets varslingsråd besto i 2021 av Leder Bærekraft, arbeidsrettsjurist og to representanter fra Organisasjon og HR.
- Vinmonopolet mottok 18 varsler gjennom varslingskanalen i 2021. 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.



Klager

Dersom man er uenig i Vinmonopolets beslutning om innkjøp, er det adgang til å få prøvet beslutningen av en uavhengig nemnd oppnevnt av Helse- og omsorgsdepartementet. Nemnda skal sikre at innkjøp er i overensstemmelse med innkjøpsforskriften, og at Vinmonopolet likebehandler tilbydere, leverandører og produkter.

**Vinmonopolet fikk inn ti klagesaker i 2021.
Vi har fått medhold i fem saker, og fem saker
er per i dag ikke avgjort.**

To klager i KOFA

Klagenemnda for offentlige anskaffelser (KOFA) håndterer klager som gjelder brudd på regelverket for offentlige anskaffelser.

**Vinmonopolet har i 2021 mottatt to klager til KOFA.
Én av disse klagene ble avvist, og i én klagesak fikk vi medhold.**

5

Bærekraftig forbrukeradferd

Produkter med bærekraftselementer:



246

miljøsertifiserte

25

sertifisert etisk

4 077

klimasmart emballasje

Nye binderser lansert i butikk



Sertifisert etisk



Miljøsertifisert produksjon



Klimasmart emballasje



Pantbare produkter



Bærekraftig forbrukeradferd

Norske forbrukere viser en økende interesse for bærekraft, og mange sier de vektlegger bærekraftige egenskaper ved produktene de kjøper. Vinmonopolet ønsker å hjelpe kundene til å ta bærekraftige valg når de handler hos oss.

Vinmonopolet er omfattet av reklameforbud ettersom vi selger alkoholholdige varer (alkoholloven § 9-2 første ledd). Det betyr at handlingsrommet vårt for kommunikasjon er begrenset. Informasjon vi går ut med, skal ikke oppleves som salgsfremmende, og spesifikk informasjon om produktene kan kun publiseres i kanaler kunden selv har oppsøkt. Innenfor disse rammene informerer vi kundene og veileder dem i hvordan de kan ta bærekraftige valg på Polet.

Arbeidet med bærekraftig forbrukeradferd bygger oppunder FN's bærekraftsmål nr. 3, god helse, og nr. 12, ansvarlig forbruk og produksjon. Mer spesifikt vil vi styrke forebygging av misbruk og skadelig bruk av alkohol. Vi vil bevisstgjøre folk om en bærekraftig utvikling og livsstil gjennom relevant informasjon. Vi har som mål at bærekraft skal bli en integrert del av vårt kundemøte, og har jobbet videre med å etablere dette i året som har gått. Vi skal styrke våre butikkansattes kunnskap om bærekraft, gi kunden tydelig informasjon om hvordan de kan ta mer bærekraftige valg hos oss, og sikre et relevant utvalg av bærekraftige produkter.

Hva er et bærekraftig produkt hos Vinmonopolet?

Kundene legger forskjellige preferanser til grunn når det gjelder bærekraft, og vi ønsker å veilede og gi råd innenfor deres preferanser. Enkelte produkter har egenskaper som møter disse preferansene, enten det

gjelder etikk eller miljø og klima. Vi skal gjøre det enkelt for våre kunder som er opptatt av bærekraft, å finne disse produktene, og våre ansatte skal gi gode råd og veiledning, også om bærekraft.

Tre faktorer er sentrale for å vurdere om et produkt på Vinmonopolet er bærekraftig:

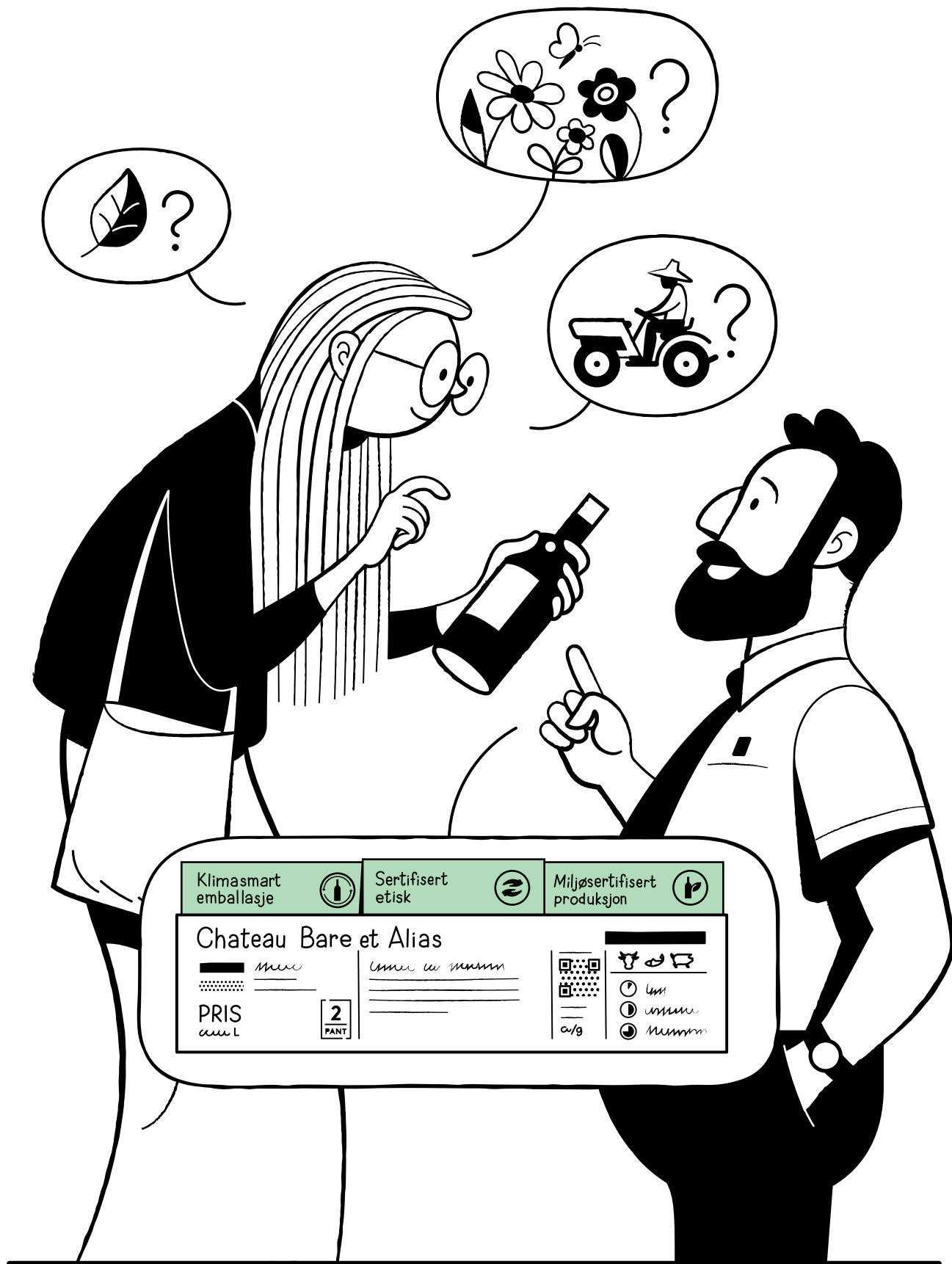
- **Er produktet produsert med tanke på å verne klima og miljø?**
- **Er produktets emballasje klimasmart?**
- **Tilfredsstill produktet ekstra strenge krav til etisk produksjon?**

Er svaret ja på et av disse spørsmålene, har produktet et element av bærekraft. Det er usikkerhet knyttet til den reelle gevinsten av økologiske produkter for klima og miljø innen vår industri, og vi vil derfor utrede dette nærmere før vi eventuelt inkluderer økologiske produkter i vår definisjon av bærekraft. Vi ønsker også å tilpasse oss NoLo-trenden og møte kundenes forventninger både til vareutvalg og kunnskap og veiledning om NoLo-produkter.



Mål fra bærekraftstrategien

- **Mål 2022: De butikkansatte legger til rette for at kundene skal kunne ta bærekraftige valg.**
- **Delmål:** Innarbeide bærekraft i Vinmonopolets serviceprogram «Det beste kundemøtet» og utvikle opplæringsmateriell.
- **Resultat 2021:** Opplæringsmateriell i form av e-læringskurs om bærekraft og merking i butikk ble lansert.
- **Mål 2022: Vi har tydelig og lett tilgjengelig informasjon om bærekraft i alle kanaler.**
- **Delmål:** Produkter med bærekraftselementer er merket tydelig i butikk og på nett.
- **Resultat 2021:** Merking innen bærekraft lansert: «sertifisert etisk», «miljøsertifisert produksjon» og «klimasmart emballasje», både i butikk og på nett.



ILLUSTRASJON: BJØRN BROCHMANN

Våre målsettinger

Hvordan kan Vinmonopolet bidra til at kundene tar mer bærekraftige valg når de handler hos oss? Vi har satt oss følgende delmål innen bærekraftig forbrukeradferd i vår bærekraftstrategi:

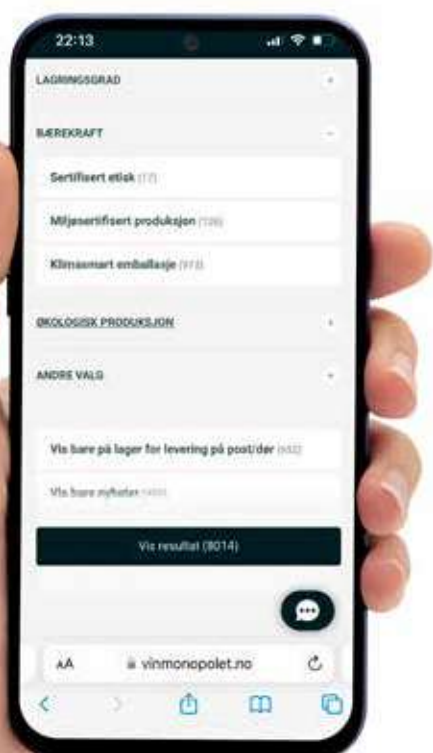
1

Kunden skal få god veiledning av våre butikkansatte om bærekraftige valg

- Noen av kundene våre er mest opptatt av klima og miljø, mens andre vektlegger etisk handel. For å gjøre det enkelt for kunden å velge bærekraftig innenfor deres egne preferanser ble det i september 2021 lansert nye binderser i butikk. Disse er synlige på hyllen foran produktet i butikk. Nettbutikken ble oppdatert med ny filtrering, for at kunden lettere skal kunne finne produkter med bærekraftselementer.
- Bærekraft ble tydeliggjort som strategisk

prioritert område i butikksejfmøte i oktober.

- Vi jobber med å sikre god opplæring om bærekraft for egne ansatte for at de skal gi god veiledning til våre kunder. Vi har startet med målrettet opplæring om bærekraft og vil rulle ut flere kurs i 2022. I september lanserte vi et obligatorisk e-læringskurs for alle ansatte om de nye bindersene. Per 31. desember har 336 ansatte gjennomført kurset. Vi er nå godt i gang med utviklingen av opplæringsmateriellet og gjennomføring av opplæringen.
- Miljøkonsulentene får nå en utvidet rolle som støtte til butikkene når det gjelder bærekraft, og de blir «bærekraftambassadører». Bærekraftsambassadørene består av åtte butikksejfer som har ansvar for å følge opp butikkene innen etisk handel og HMS i tillegg til klima og miljø. Nettverket vil blant annet bistå med utvikling av opplæringsmateriellet, støtte utrulling av opplæringen og være tilgjengelig for å støtte butikkansatte i spørsmål fra kunder relatert til bærekraft.
- Ambisjoner for 2022: bærekraft i kundemøter. Bærekraft vil bli enda tydeligere integrert i vårt serviceprogram «Det beste kundemøtet» og i servicemålingen «mystery shoppers» i 2022. Som en del av «Det beste kundemøtet» skal Vinmonopolets ansatte veilede kundene i spørsmål om bærekraft og være en pådriver for bærekraftig handel. Vi lanserer et obligatorisk opplæringsprogram i tråd med disse ambisjonene i året som kommer.



2

Kunden skal finne tydelig og lett tilgjengelig informasjon om bærekraft i våre kommunikasjonskanaler

Undersøkelser viser at våre kunder trenger mer informasjon om hvordan de kan ta bærekraftige valg på Polet. I 2021 har vi brukt våre kommunikasjonskanaler for å informere om hvordan Vinmonopolet jobber med bærekraft, og hvordan kunder kan ta mer bærekraftige valg når de handler hos oss.

Informasjon om bærekraft i våre kommunikasjonskanaler i 2021

- **Vinbladet:** en artikkel om bærekraft i hver utgave.
- **Sosiale medier:**
 - Facebook: 35 saker om bærekraft.
 - LinkedIn: 12 saker om bærekraft.
- **Vinmonopolet.no:**
 - Bærekraft er et eget punkt i toppmenyen på nettsidene våre. Her oppdateres det med saker innen klima og miljø, anstendig arbeid og alkohol og helse fortløpende.
 - Totalt 25 artikler om bærekraft



Vinbladet: Bærekraft har vært grundig dekket gjennom alle utgaver i av Vinbladet i året som har gått.

3

Kunden skal finne et relevant utvalg av bærekraftige produkter i våre butikker

Vinmonopolet bestreber seg på å stille krav om ett eller flere bærekraftselementer ved alle nye produkter som lanseres. Lanseringsplanen er tilpasset sesonger, trender og utviklingen i salget. Målet er at Vinmonopolets sortiment skal dekke faktisk og forventet etterspørsel fra alle våre kunder. Kategori- og produksjefjer jobbet i 2021 fram følgende krav til bærekraft til lanseringsplanen for 2022:

Anstendig arbeid

- Vi ber om sertifiserte produkter fra internasjonale og lokale merkeordninger – dermed begrenser vi risikoen for menneskerettighetsbrudd i leverandørkjeden.
- Vi løfter fram kravet om fri organiseringsrett for arbeidere i Sør-Afrika.
- Vi setter søkelyset på ansvarlig rekruttering og anstendige arbeidsforhold i landet vi selger mest vin fra: Italia.

Klima og miljø

- I enkelte spesifikasjoner ber vi om produkter som er sertifisert bærekraftige i opprinnelseslandet.
- Vi etterspør valgfri lettvekt emballasje på alle vinspesifikasjoner under 150 kroner og produkter med ulike bærekraftige elementer der det er mulig.
- En lang rekke tilbud inneholder krav om lettvektsflasker, PET, pouch og/eller bag-in-box. Vi har også egne spesifikasjoner for resirkulerbar Bag-in-Box og pouch og PET-flasker som er pantbare og inneholder en høy andel resirkulert materiale.
- Vi oppfordrer alltid leverandører til å levere produkter i klimasmart forpakning der det er mulig.
- Vi oppfordrer om at alle produkter 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



Sertifisert etisk

Alle våre produkter skal være produsert under anstendige arbeidsforhold. Fairtrade eller Fair for life stiller ekstra krav til etisk handel og merkes i våre butikker.



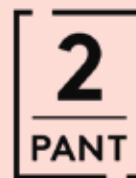
Miljøsertifisert produksjon

Framstilt med betydelig vekt på miljø, bl.a. bruk av sprøytemidler, kunstgjødsel og vann, samt sikring av biologisk mangfold.



Klimasmart emballasje

Er enkelt forklart emballasje som veier mindre, f.eks. lette glassflasker, aluminium, papp og plastflasker.



Pantbare produkter

Pantbare produkter kan leveres tilbake til oss eller returneres sammen med andre panteflasker der du vanligvis panter.

Bærekraft-bindere: For å gjøre det enkelt for kunden ble det i september 2021 lansert nye bærekraft-bindere i butikk.

allerede er en del av vårt eksisterende sortiment, og på den måten bidra til at utvalget vårt av bærekraftige produkter blir større.

Per 31. desember 2021 hadde vi 30 373 aktive produkter i samtlige utvalg:

- 4 077 av disse hadde klimasmart emballasje.*
- 246 av disse hadde ulike miljøsertifiseringer.
- 25 av disse var sertifisert etiske (Fairtrade eller Fair for life).
- 64 av disse var alkoholfrie.

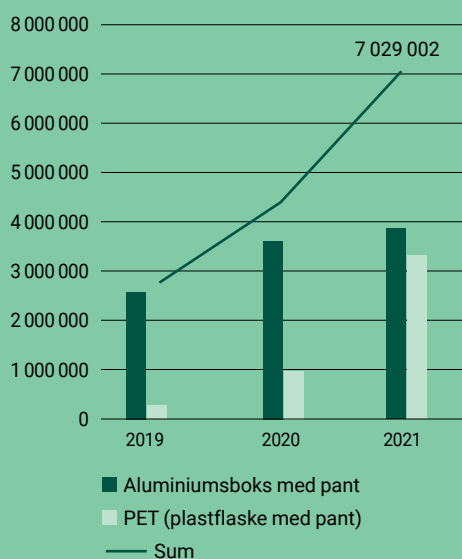
* Vinmonopolet har mest sannsynlig flere produkter på klimasmart emballasje enn dette. Muligheten for å benytte merkingen i SAP er fortsatt relativt ny, og vi har ikke oversikt over tidligere lanserte produkter. Vi er derfor avhengig av at grossistene selv melder inn hvilke tidligere artikler som er aktuelle for slik merking.

Vi jobber med å sikre god opplæring på bærekraft for egne ansatte for at de skal gi god veiledning til våre kunder. Vi har startet med målrettet opplæring om bærekraft og vil rulle ut flere kurs i 2022.

6

Smarte miljø- og klimaløsninger

Utvikling salg pantbar emballasje



59%

av produktene vi solgte i 2021, var på klimasmart emballasje

12 627 500 kr

donerte Vinmonopolet til Handelens Miljøfond. 50 øre fra hver solgte plastpose.



Vinmonopolets klimautslipp vs. klimamål

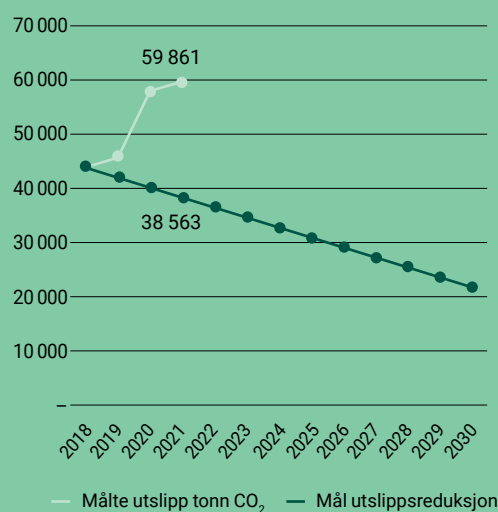




FOTO: JONX PILEMER

Smarte klima- og miljøløsninger

Vi skal redusere klimautslippene våre med 50 % innen 2030. Dette krever en omstilling i måten Vinmonopolet drives på, og ikke minst en omstilling knyttet til produktene vi selger. Endringene er i gang, men takten må økes for at vi skal nå våre mål.

Våre desidert største klima- og miljøpåvirkninger er utenfor vår direkte virksomhet, nærmere bestemt i dyrkingen av råvarene, produksjonsprosessene, emballasjen samt transporten av produktene vi selger. Som en foregangsvirksomhet på klima- og miljøområdet har vi strategisk forankret at vi ser på klima- og miljøutfordringene i vår verdikjede på lik linje med våre egne og direkte.

Vårt klima- og miljøarbeid 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 vår eier, Helse- og omsorgsdepartementet, de øvrige nordiske alkoholmonopolene og med bransjen for øvrig er en nøkkelfaktor for å skape endringer innenfor de rammene vi har som en monopolvirksomhet.



Mål fra bærekraftstrategien

- **Mål 2022: Vi skal redusere produktemballasjens klimafotavtrykk betydelig.**
- **Delmål:** 20 % reduksjon i produktemballasjens klimafotavtrykk.
- **Resultat 2021:** Klimafotavtrykket til produktemballasjen har økt med 47,8 % siden 2019.
- **Mål 2022: Vi ligger i front på miljøsmart drift av egen virksomhet.**
- **Delmål:** 100 % av våre butikker og Kjedekontoret er sertifisert som Miljøfyrtårn.
- **Resultat 2021:** Samtlige 341 butikker er miljøfyrtårnsertifisert, som tilsvarer 100 %.

Hva setter klimafotavtrykket?

I 2015 utførte vi en klimastudie som analyserte våre produkter «fra vugge til grav». Tallene under viser klimafotavtrykket for vin i de ulike stegene i verdikjeden.

18 %

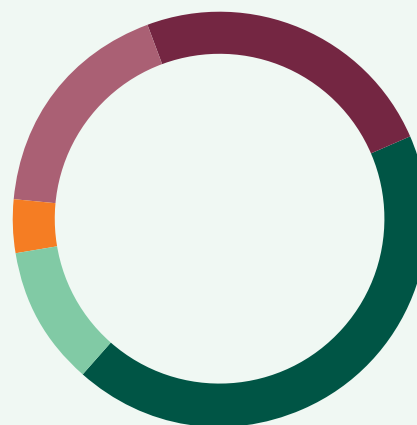
Produksjonsprosesser

4 %

Internasjonal transport

11 %

Butikk og handel



24 %

Vindyrking

43 %

Emballasje

Global oppvarming medfører hyppigere ekstremvær og andre fysiske klimaendringer, og verdens felles behov for dekarbonisering tvinger fram en omstilling som påvirker alle verdikjeder og bransjer. Vinproduksjon og Vinmonopolet er ingen unntak.



TCFD:

Klimarisiko for Vinmonopolet og vår verdikjede

Global oppvarming medfører hyppigere ekstremvær og andre fysiske klimaendringer, og verdens felles behov for dekarbonisering tvinger fram en omstilling som påvirker alle verdikjeder og bransjer. Vinproduksjon og Vinmonopolet er ingen unntak. For bedre å forstå hvordan vinindustrien og Vinmonopolet selv er eksponert for klimarisiko, engasjerte vi PwC for å bistå oss med en omfattende analyse av både fysisk klimarisiko og overgangsrisiko.

Vinmonopolets rammevilkår og plass i vår verdikjede gjør at vår eksponering for klimarelaterte risikoer og muligheter først og fremst er indirekte gjennom våre leverandører. Formålet med analysen var å se på klimarisiko for hele vinindustrien, for deretter å forstå og utrede mulige konsekvenser for Vinmonopolet. Vinmonopolets misjon er å sikre ansvarlig salg av alkohol, samtidig som vi skal begeistre og skape inspirerende kundeopplevelser. Vinmonopolet er dermed ikke en tradisjonell virksomhet i forbindelse med klimarisiko, og vår analyse ble tilpasset dette perspektivet.

Følgende rapportering er i tråd med TCFD¹-anbefalingene. **Del I²** av dette kapitlet legger fram nøkkelfunn fra vår analyse,

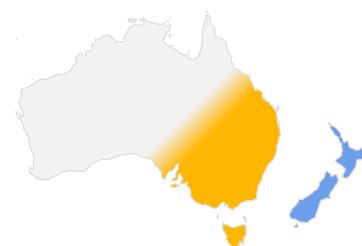
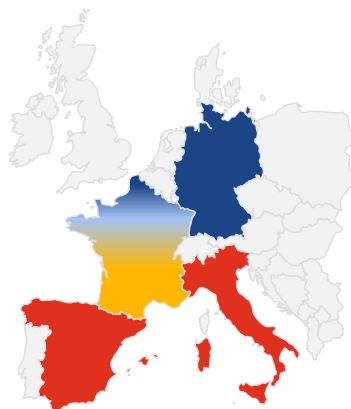
Del II³ beskriver vår styringsstruktur for klimarisiko, og **del III⁴** og **IV⁵** presenterer hvordan Vinmonopolets strategi, tiltak, mål og KPI-er tar høyde for vår eksponering for klimarisiko.

- 1 Taskforce on Climate-related Financial Disclosures
- 2 Relevant TCFD-rapportering: Strategy (a); Risk Management (a)
- 3 Relevant TCFD-rapportering: Governance (a) og (b); Risk Management (c)
- 4 Relevant TCFD-rapportering: Strategy (b) og (c)
- 5 Relevant TCFD-rapportering: Risk Management (b); Metrics & Targets (a), (b) og (c)
- 6 Enterprise Risk Management (ERM)-metodikk er en tilnærming for å kategorisere risikoer og muligheter i henhold til sannsynlighet og konsekvens.

Lavutslippsscenario: 2 °C



Note: Data for USA er kun for California og nordøststatene (Oregon og Washington).

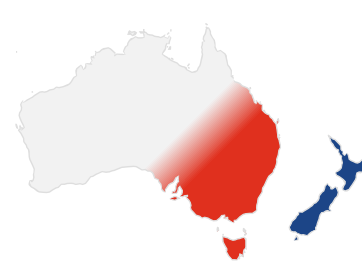
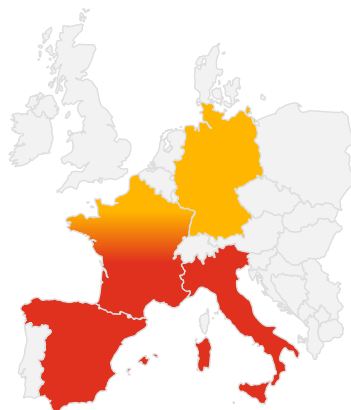


Note: Data for Australia er kun for sørøstregionen.

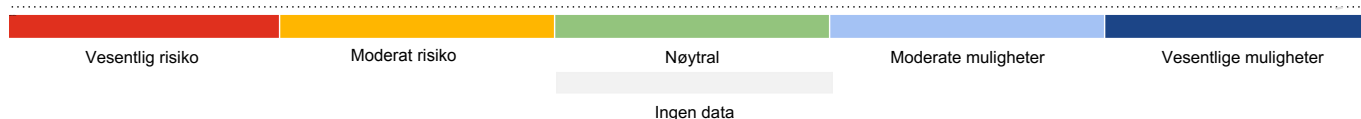
Høyutslippsscenario: 4 °C



Note: Data for USA er kun for California og nordøststatene (Oregon og Washington).



Note: Data for Australia er kun for sørøstregionen.



Del 1: Vin i en varmere verden

Fysisk klimarisiko og overgangsrisiko er såpass forskjellige at vi har valgt to ulike analysetilnæringer for disse: fysisk klimarisiko for vinproduksjon på landnivå med en tidshorisont fram til 2050 og kartlegging og analyse av overgangsrisiko for hele bransjen på verdikjedenivå med en tidshorisont fram til 2030.

Vurdering av fysisk klimarisiko ble gjennomført i lys av modeller som framskriver hvorvidt drueproduksjon vil være mulig i ulike områder, både i et høy- og lavutslippsscenario. For vurdering av overgangsrisiko ble det benyttet en tilnærming inspirert av etablert ERM-metodikk⁶ som brukes i tradisjonelle risikoanalyser for enkel integrering i Vinmonopolets eksisterende rammeverk for risikostyring.

Fysisk klimarisiko for vinverdenen

Grad av eksponering til fysisk klimarisiko er avhengig av geografiske forhold og regioners evne til å tilpasse seg gjennom ulike mitigerende tiltak. Våre analyser og funn er

basert på en rekke studier, men særlig en modellering gjennomført av Morales et al. (2020) som framskriver hvorvidt elleve druetype er egnet for produksjon i lys av nye klimatiske forhold i et høy- og lavutslippsscenario.

På et globalt nivå er vinverdenen generelt meget utsatt for fysisk klimarisiko på tvers av scenarioene, men i et høyutslippsscenario anslås potensielle tap av produksjonsområder så høyt som 85 % hvis produksjonsmetodene forblir uendret. Vinproduksjon i varme land som Spania, Italia og Australia er spesielt eksponert i et scenario med høye utslipp og høy temperaturøkning (4°C oppvarming). Italia og Spania er betydelig utsatte 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 scenarioet med lavere utslipp (2°C oppvarming).

Overgangsrisiko

Konsekvensene av et samfunn i klimamotstilling og hvordan dette påvirker vinindustrien, er langt mindre vitenskapelig belyst, men analyser fra en rekke kilder kan fremdeles gi nyttig innsikt. 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:

- 1 Vinmonopolets evne til å oppnå egne klimamål**
- 2 Vinmonopolets evne til å rekruttere og beholde fornøyde medarbeidere**
- 3 Samfunnets tilfredshet og politisk støtte for Vinmonopolets mandat**
- 4 Vinmonopolets finansielle lønnsomhet**

I lys av disse fire konsekvensområdene identifiserte vi følgende vesentlige risikoer og muligheter:

Vesentlige risikoer	Konsekvens	Sannsynlighet (trend)	Tidshorisont
Begrenset tilgang til produkter på grunn av ekstremvær	Middels	Høy (økende)	2022–2030
Karbontoll eller EUS CBAM	Middels	Høy (stabil)	2026–2030
Statlige krav 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

TCFD:

Del 2: Vinmonopolets styringsstruktur for klimarisiko

Administrerende direktør har overordnet ansvar for Vinmonopolets klimarisiko og muligheter.

Klimarisiko er inkludert i Vinmonopolets overordnede risikostyring.

Vinmonopolets styre har høy oppmerksomhet på bærekraft. Styret blir oppdatert på bærekraftsarbeidet, herunder klimarelatert arbeid, minst en gang i året. Vi gjennomfører årlig styreseminar med bærekraft som tema, der klima og miljø står sentralt. Strategisk retning, resultat, utfordringer og dilemmaer diskuteres og besluttes. Risikobildet med de strategiske risikoene for Vinmonopolets kommende år forelegges for styret innen utgangen av foregående år. Styret får en skriftlig rapportering midtveis i året, hvor det rapporteres på oppfølgingen av risikoene med en vurdering av eventuell utvikling i risikobildet. Det orienteres løpende og når aktuelt om nye risikoer og vesentlige tiltak og/eller bevegelser knyttet til høye og svært høye risikoer.

Direktør for Kommunikasjon og samfunnsansvar har ansvaret for operativ oppfølging av arbeidet med klimarisiko og for arbeidet med å nå Vinmonopolets klimamål. Arbeidet ledes av leder for Samfunnsansvar og fagansvarlig for Klima og miljø.

Del 3: Vår strategi i lys av klimarisiko

Det mest sårbare leddet i vår verdikjede er bøndene som produserer vinen vi selger. Vår strategi for håndtering av denne risikoen er å jobbe aktivt med våre samarbeidspartnere og interessenter for å øke hele verdikjedens evne til å omstille seg i tråd med et lavutslippssamfunn samt å igangsette tiltak for klimatilpasning.

Vinmonopolet er i gang med en omfattende strategiprosess som tar hensyn til våre funn fra klimarisikoanalysen. Selskapets strategi innebærer mitigerende tiltak for vesentlige risikoer samt å legge til rette for å utnytte vesentlige muligheter. Vår nåværende strategi innebærer blant annet vekt på smarte

miljø- og klimaløsninger samt det å være en pådriver i samarbeid og partnerskap for å skape ringvirkninger utover egen virksomhet. Dette blir enda viktigere framover når Vinmonopolet skal bistå vinbransjen med å bli mer klimarobust.

Mål, tiltak og KPI-er

Vinmonopolets overordnede klimamål er å redusere klimagassutslipp med 50 % fra 2018-nivå innen 2030. Dette målet følger vi opp ved kontinuerlig å oppdatere vårt klimaregnskap, som rapporteres årlig. I tillegg til dette rapporteres klimagassutslipp knyttet til emballasje som en styringsparameter til ledelsen hver måned, og at hver enkelt butikk setter egne mål for andel klimasmarte produkter. Arbeidet med klima følges opp internt ved selskapets mål og rapportering. Se side 63 for Vinmonopolets komplette og verifiserte klimaregnskap.

Våre viktigste og mest sentrale tiltak og aktiviteter for å bekjempe klimaendringene og redusere klimarisiko:

Fokusområde	Ambisjon	Tiltak
Samarbeid med våre interessenter om klima og miljø	Vi skal være en pådriver i samarbeid og partnerskap for å skape ringvirkninger utover egen virksomhet.	<ul style="list-style-type: none"> Samarbeide godt med våre eiere og sikre at vi benytter mulighetsrommet vi har for klima- og miljørelaterte tiltak sett i lys av å være en monopolvirksomhet Aktivt klima- og miljøsam arbeid med de nordiske alkoholmonopolene Tett samarbeid med våre leverandører og bransjen for øvrig på klima- og miljøområdet
Bærekraftig kundemøte	Vi skal gjøre det enkelt for våre kunder å ta bærekraftige valg.	<ul style="list-style-type: none"> Sikre et godt produktutvalg av klimasmart emballasje Sikre et godt utvalg produkter som er miljøsertifisert God merking av produkter med bærekraftselementer i butikk og nettbutikk God opplæring av ansatte – bærekraft i kundemøtet
Klimasmarte emballaseløsninger	Vi skal redusere klimagassutslipp forbundet med produktenes emballasje.	<ul style="list-style-type: none"> Overgang til lettere/klimasmart emballasje Sikre at emballasjen er gjenvinnbar, inkludert panteløsninger Øke bruken av resirkulert materiale i produktemballasjen Bidra til nye/innovative klimasmarte emballaseløsninger Engasjere grossister til å gå over til klimasmart emballasje på eksisterende sortiment
Nye lanseringer	Alle nye produktlanseringer skal ha minst ett bærekraftselement.	<ul style="list-style-type: none"> Sette krav om klimasmart emballasje på all stille vin under 150 kroner Sette krav om miljøsertifisert produksjon der det er mulig Sette krav om pant på all pantbar emballasje Aktiv utprøving av nye innovasjonsspesifikasjoner for emballasje i samarbeid med bransjen

Vårt arbeid med klimasmart emballasje

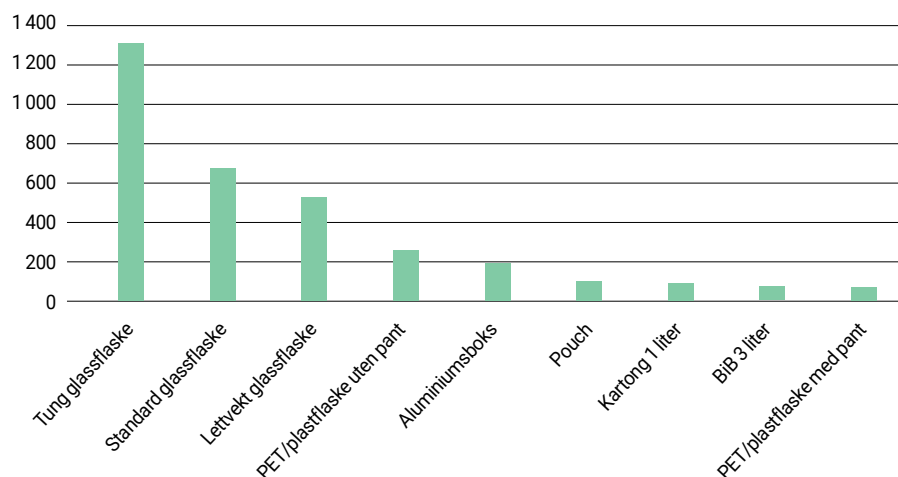
Vi jobber aktivt med å redusere energibruk, sikre gjenvinning og ombruk og å optimalisere avfallshåndteringen i alle våre butikker. Hver enkelt butikk har sin egen miljøplan, og vi er stolte av at samtlige butikker er sertifisert som Miljøfyrtårn. I tillegg er det etablert et team med åtte miljøkonsulenter, en fra hvert distrikt, som følger opp og bistår med miljøarbeidet i butikkene. På denne måten skaper vi et stort engasjement rundt miljøarbeidet i Vinmonopolet, helt fra strategisk nivå til den enkelte butikk.

Vær smart – velg lett

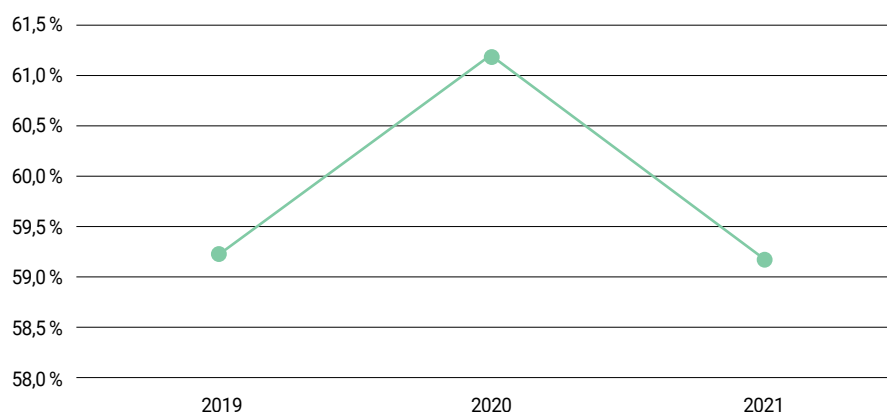
Vi har satt oss et mål om å redusere våre målbare klimagassutslipp med 50 prosent innen 2030. Det aller meste av våre utslipp stammer fra produktene vi selger. Emballasjen står for hele 40 prosent av produktenes klimafotavtrykk. Derfor er det ved å gjøre emballasjen lettere at vi kan oppnå de største målbare reduksjonene.

Da koronapandemien inntraff i mars 2020, fikk vi stor økning i salget av Bag-in-Box. Ettersom Bag-in-Box er vår letteste emballasje, slo dette positivt ut på klimafotavtrykket vårt. I 2021 har Bag-in-Box-salget gått tilbake til normale andeler, og vi har ikke klart å øke andelen av salget på lettere glassflasker. Derfor ser vi en negativ utvikling i salgsandel klimasmart emballasje fra 2020 til 2021 (ref. graf):

Emballasje – klimafotavtrykk pr. liter (gram CO₂)



Utvikling i salgsandel klimasmart emballasje



Vinmonopolet utfordrer emballasjeleverandører

I 2021 inviterte Vinmonopolet grossistene til å utvikle enda mer miljøsmarte emballasjetyper, som fremmer kildesortering og øker andelen resirkulert materiale i emballasjen. Vi ønsket å få inn resirkulerbar pouch, resirkulerbar innerpose i Bag-in-Box samt en plastflaske med minst 50 % resirkulert materiale. Initiativet viste seg å være en suksess, som også har påvirket vårt eksisterende sortiment.

59 %

av produktene vi solgte i 2021, hadde klimasmart emballasje.



ILLUSTRASJON: BJØRN BROCHMANN



ILLUSTRASJON: BJØRN BROCHMANN



Handelens Miljøfond

Handelens Miljøfonds medlemmer bidrar alle med en kontingent på 1 krone per solgte plastbærepose. Siden oppstart i 2018 har Handelens Miljøfond støttet mer enn 500 prosjekter for å løse plastens miljøproblemer. I 2021 delte fondet ut 109 millioner kroner på 127 kvalifiserte miljøprosjekter innen blant annet frivillig rydding og forebyggende tiltak, sirkulære løsninger og redusert plastbruk og teknologi for renere hav. Vinmonopolet har vært medlem i fondet siden begynnelsen og bidro i 2021 med 12 627 500 NOK.

Pant på Polet

Salget i pantbar emballasje har vært sterkt økende etter at vi i 2019 begynte å stille krav til pant på PET og aluminiumsbokser for nye produkter. I 2021 valgte flere av våre leverandører å innføre frivillig pant på produkter også i eksisterende sortiment. Totalt ble det solgt 7 millioner enheter med pant, som utgjør en økning på 59 % fra året før. Etter at det i 2020 ble mulig å ha pant på lerkformede lerkflasker, har det det i 2021 vært en stor vekst av pantbar emballasje i brennevinsegmentet. Utviklingen av pant vil som følge av dette trolig fortsette å øke kraftig og bidra vesentlig i utslippskutt.

E24

Bare | Anbefalt | Forbruker | Eget ord | Logg inn | Kjøp E24 | Merz

Det grønne skiftet

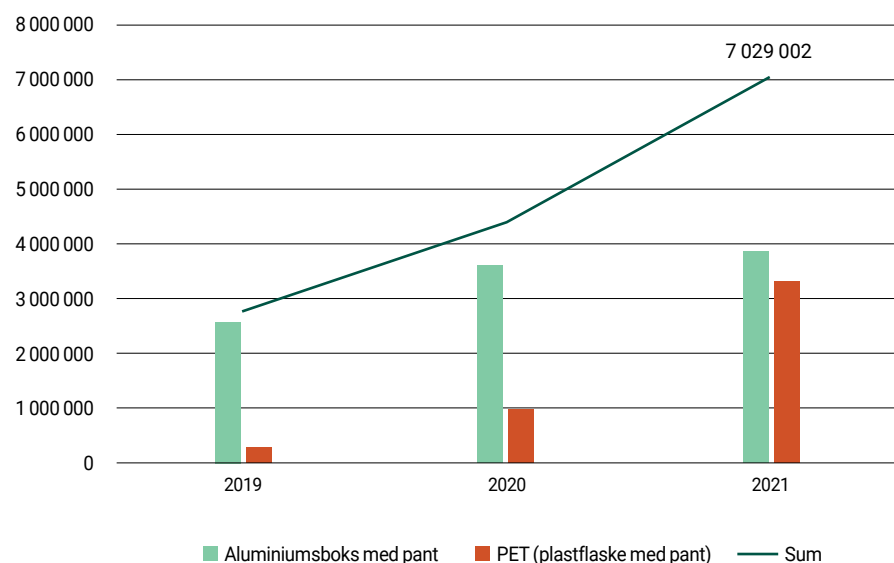
PwC: Nesten ingen store bedrifter kutter i tråd med Parisavtalen

Kun 4 av Norges 100 største selskap har klimakutt i tråd med Parisavtalen, viser en gjennomgang gjort av revisjonsselskapet PwC.



Ros fra PwC: Vinmonopolet roses av PwC for hvordan vi rapporterer og måler klimautslippene våre. «Det er bare Posten, Storebrand, Schibsted og Vinmonopolet som kan vise til utslippskutt på nivået som kreves for å komme i mål med Parisavtalen», ifølge PwC.

Utvikling salg pantbar emballasje



Miljøkrav i offentlige anskaffelser

Det ble gjennomført 69 konkurranser i 2021, og det var relevant å stille konkrete miljøkrav i seks av disse. Kravene vi stilte, omfattet både leverandørens tjenesteleveranse og drift gjennom miljøsertifisering, men også krav til selve produktene. Vesentlige miljøkriterier for anbud i 2021 gjaldt julegaver, tilbehørsartikler, arbeidsantrekk, enholdstjenester, IT Hardware, møbler til kontor og pauserom.

Oppsummering klimaregnskap 2021

En voldsom økning i salget grunnet korona er en av hovedårsakene til at vi ikke når våre klimamål for 2021. En annen grunn til dette er at vi ikke har klart å få ned vekten på emballasjen til produktene vi selger. Det totale salget vårt steg med 43,4 prosent fra 2019 til 2021, og det samme gjorde klimafotavtrykket vårt.

Forbedringer i klimaregnskapet

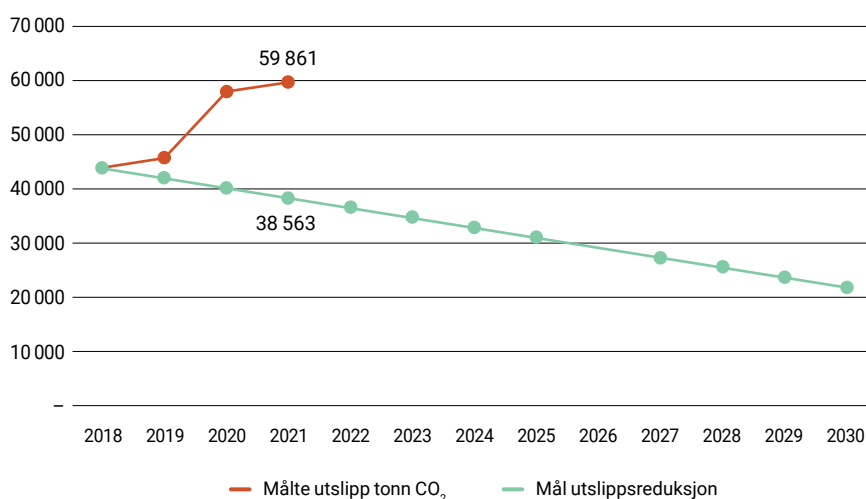
I årets klimaregnskap har vi fått inn tall på nasjonal varetransport og distribusjon. Det tilsvarer en økning av vårt totale klimafotavtrykk på 3000 tonn. Videre har vi kvalitetssikret emballasjeverker på volumprodukter i vårt basissortiment, noe som medfører mer presise målinger. Vi har også endret utslippsfaktor for persontransport, i henhold til EUGOV-anbefalingene. Utslippsfaktor for elektrisitet er fra og med 2020 basert på NVEs varedokumentasjon. Oppsettet for produktemballasje har vi endret fra varegruppe til emballasjetype, da dette gir en mer hensiktsmessig oversikt. Alle endringer er tilbakeregnet til 2018.



FOTO: JARLE HVIDSTEN

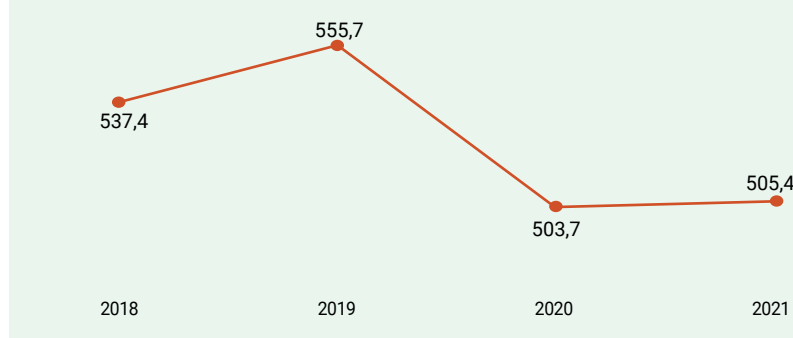
I februar 2022 ble miljøkonsulentene døpt om til bærekraftkonsulenter, og økte i antall fra 8 til 12.

Vinmonopolets klimautslipp vs. klimamål



Må endre: Vi må endre måten vi jobber på for å nå målet vårt om 50 % reduksjon innen 2030.

CO₂-utslipp per liter solgt (klimaintensitet)



Klimaintensiteten, som er Vinmonopolets klimagassutslipp per liter solgt vare, har steget med 0,4 % fra 2020 til 2021.

Klimaregnskap 2021

Kategori	Utslippsfaktor	Enhet 2021	Tonn CO ₂ -ekv. 2018	Tonn CO ₂ -ekv. 2019	Tonn CO ₂ -ekv. 2020	Tonn CO ₂ -ekv. 2021	Andel av total 2021	Endring 2020/2021
Scope 1								
Persontransport direkte – leasede biler	0,1662 g/km *	95 381 km	25	24	16	16	0,03 %	-0,2 %
Sum scope 1		95 381 km	24,5	23,9	15,9	15,9	0,03 %	-0,2 %
Scope 2								
Energi – elektrisitet butikker	402 g/kWt	14 192 935 kWt	4 784	4 654	4 393	5 706	9,5 %	30 %
Energi – elektrisitet kontorer, E-lager og øvrige	402 g/kWt	611 250 kWt	169	250	224	246	0,4 %	10 %
Sum scope 2		14 804 185 kWt	4 953	4 904	4 617	5 951	9,9 %	29 %
Scope 3								
Persontransport								
Persontransport indirekte – flyreiser studiereiser		0 km	-	124	0	0	-	-
Persontransport indirekte – flyreiser øvrige		441 900 km	282	863	247	90	0,2 %	-63 %
Persontransport indirekte – reisegodtgjørelse fossilbil	0,17640 g/km **	197 346 km	68	58	18	35	0,1 %	95 %
Persontransport indirekte – reisegodtgjørelse elbil	0,04826 g/km ***	29 992 km	0	0	1,4	1,4	0,0 %	1 %
Sum persontransport indirekte		669 238 km	350	1 045	265	125	0,2 %	-53 %
Nasjonal varetransport/distribusjon								
Nasjonal varetransport/distribusjon	0,026 g/liter ****	118 431 424 liter	4 346	4 379	5 928	3 058	5,1 %	-48 %
Sum nasjonal varetransport		118 431 424 liter	4 346	4 379	5 928	3 058	5,1 %	-48 %
Emballasje								
Emballasje – BiB under 4 l	116g/100g	49 400 893 liter	1 937	1 928	2 965	2 988	5,0 %	1 %
Emballasje – flerforpakning av glass	94g/100g	87 507 liter	37	43	59	73	0,1 %	24 %
Emballasje – flerforpakning av papp	116g/100g	53 246 liter	5	5	4	4	0,0 %	-17 %
Emballasje – flerforpakning av PET	335g/100g	18 006 liter	25	23	22	23	0,0 %	6 %
Emballasje – glass	94g/100g	59 333 235 liter	27 897	28 875	38 655	41 739	69,7 %	8 %
Emballasje – glassflaske over eller lik 4 ltr	94g/100g	10 504 liter	1	2	2	3	0,0 %	96 %
Emballasje – metall	382g/100g	1 855 131 liter	1 261	1 317	1 972	2 389	4,0 %	21 %
Emballasje – PET	67g/100g	5 052 409 liter	2 580	2 686	2 781	2 503	4,2 %	-10 %
Emballasje – pouch	412g/100g	1 600 261 liter	66	92	158	238	0,4 %	51 %
Emballasje – Tetra Pak / Elopak	213g/100g	389 947 liter	19	24	37	44	0,1 %	18 %
Sum produktemballasje		118 431 424 liter	33 829	34 994	46 655	50 004	84 %	7 %
Avfall								
Avfall – papp/papir	0,21 kg/tonn	2 791 790 kg	48	46	58	59	0,1 %	2 %
Avfall – glass	0,21 kg/tonn	81 143 kg	1,42	1,43	1,54	1,70	0,0 %	10 %
Avfall – metall	0,21 kg/tonn	11 380 kg	0,26	0,16	0,38	0,24	0,0 %	-37 %
Avfall – restavfall	0,21 kg/tonn	37 635 kg	10	5	11	8	0,0 %	-30 %
Avfall – matavfall	0,21 kg/tonn	6 333 kg	0,01	0,18	0,27	0,13	0,0 %	-51 %
Avfall – plastfolie	0,21 kg/tonn	155 528 kg	2	3	3	3	0,0 %	4 %
Avfall – EE-avfall	0,21 kg/tonn	2 850 kg	0,12	0,06	0,02	0,06	0,0 %	185 %
Sum avfall		3 086 659 kg	61	56	74	74	0,1 %	0 %
Øvrige								
Øvrige – Plastposer	0,02279 kg/stk	25 032 179 stk	433	416	553	570	1,0 %	3 %
Øvrige – Papiirutskriften	0,000858	10 775 kg		7	8	9	0,0 %	13 %
Øvrige – Solgt gaveemballasje	0,000858	61 579 kg	75	75	71	53	0,1 %	-25 %
Sum øvrige			508	497	632	633	1,1 %	0 %
Sum scope 3			39 095	40 972	53 553	53 894	90,0 %	1 %
			2018	2019	2020	2021		
Tonn CO₂ total			44 072	45 899	58 186	59 861		3 %
Litersalg			82 006 213	82 591 587	115 525 203	118 431 424		3 %
Gram CO₂ pr. liter solgt			537,4	555,7	503,7	505,4		0 %

*
**



I DYBDEN

Slik får vi klimasmarte snøballer til å rulle

Vinmonopolet går nye veier når vi tar initiativ til å utvikle ny og mer miljøsmart emballasje for vin. Lykkes vi, kan det bety at hele den europeiske vinbransjen får et nytt syn på gjenvinning og plastavfall.

Det er 1. desember, og om få minutter publiserer Vinmonopolets sin lanseringsplan for neste år. Hundrevis av ansatte i importørbedrifter sitter spente rundt dataskjermene sine. Klokka tikker mot 10. Så dukker den endelig opp. Klikk på lenken, last ned, åpne i Excel, skjenk i kaffe, les, noter, diskuter. Nå får de ansatte endelig vite hva de skal jobbe med de neste månedene.

Ring, ring! Telefonene står ikke stille på vingårdene i Italia og Sør-Frankrike.

Pling! E-postene gir lyd fra seg idet de går inn for landing hos emballasjeprodusentene i Tyskland, Irland og Sverige.

Plutselig snakker den norske vinimportbransjen og store deler av emballasje- og tappeindustrien i Europa om plastflasker av resirkulert plast, Bag-in-Box med hvit tappe-tut og pouch uten aluminium i plastposen. Hva har skjedd?

Jo, et par måneder før den nye lanseringsplanen ble offentliggjort, tok Vinmonopolet kontakt med den norske importbransjen. I en åpen invitasjon la vi fram detaljert informasjon om tre emballasjetyper som er enda mer miljøsmarte, ved at de fremmer kildesortering og øker bruken av resirkulert materiale. Importørene fikk ennå ikke vite hvilke vinstiler vi ville etter spørre i den ferdige lanseringsplanen, men de fikk gi tilbakemeldinger om tilgjengeligheten på emballasje og tapping, komme med innspill og stille spørsmål til de nye

emballasjetyperne.

Og hva skjer når importørene øyner muligheten for en lukrativ lansering i Vinmonopolets basisutvalg? Jo, da begynner en miljøsmart snøball å rulle.

I en perfekt verden foregår det slik: Emballasjebransjen klør seg i hodet en kort stund, men utvikler nye produkter av typen som stadig flere importører og produsenter på det nordiske markedet etterspør. Innen kort tid blir disse nye formatene standard i bransjen, og millioner av flasker, kartonger og vinposer over hele Europa – kanskje hele verden – blir mer miljøvennlige og lettere å resirkulere.

Det som startet med en liten, lys idé og en åpen tilnærming fra Vinmonopolets side, ender gjennom godt samarbeid med bransjen i noe som gjør en stor forskjell for både klima og miljø. Mindre plastsjøppel, mer sirkulær økonomi, tusenvis av tonn CO₂ spart.

I virkeligheten kan ting ta litt lengre tid. Det kan oppstå humper i veien, og kanskje blir ikke første runde med innovative emballasjetyper den lille snøballen som begynner å rulle. Men i andre runde vil snøen være enda mer kram. I tredje runde ruller ballen enda litt lettere.

Og kanskje er det ikke så mange snøballer som skal til før kundene på Vinmonopolet kan plukke ned en hvilken som helst vin fra hylla, og – helt uten å vite det – ta med seg en miljøsmart, gjenvunnet og fullt resirkulerbar pappvin eller plastflaske hjem.

For bak kulissene har Polet, norske importører og emballasjebransjen i Europa spilt hverandre gode. Og det som begynte som en liten snøball i desember 2021, har nå blitt standard. De samme vinene, de samme gode kundemøtene og smaksopplevelsene. Men litt smartere pakket inn.



7

Anstendig arbeid i leverandørkjeden

Kurs

41

kurs om anstendig arbeidsforhold holdt for totalt

932

deltakere



I desember 2021 ble Vinmonopolet medlem i Etisk Handel Norge.



Offentlige anbud

Særskilte krav til etisk handel stilt i

46

av

62

offentlige anbud



Spesialprogrammer i 2021:

Forbedringer på sukkerrørsplantasjer i Mellom-Amerika og Karibia

Konflikthåndtering og kommunikasjonsveiledning i Sør-Afrika

Ansvarlig rekruttering og håndtering av sårbare grupper i Italia



Anstendig arbeid i leverandørkjeden

Anstendig arbeid i leverandørkjeden er et område som har vært i stor utvikling de senere årene, men én ting har ligget relativt fast: myndighetenes – og våre eieres – forventninger til Vinmonopolet om at vi skal være en foregangsvirksomhet på området.

10-årsjubileum

I år er det 10 år siden Vinmonopolet stilte etiske krav til leverandørkjeden for første gang. Siden 2012 har de nordiske monopolene i Norge, Sverige, Finland, Island og Færøyene stått sammen om å stille felles krav til våre produsenter i form av «The Nordic Alcohol Monopolies' Code of Conduct».



Allerede i St. meld. nr. 10 (2008-2009) *Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi* ble det stilt forventninger fra regjeringen om at selskaper med statlig eierskap skal være ledende i arbeidet med samfunnsansvar. Senere har dette blitt stadfestet gjennom «Eierskapsmeldingen» (2019) og nå i 2021 gjennom åpenhetsloven, som formaliserer forventningene til faktiske krav til selskaper. Loven trer i kraft 1. juli 2022.

Bærekraft er en sentral del av Vinmonopolets selskapsstrategi, hvor vi bl.a. ønsker å bidra aktivt til å oppnå FNs bærekraftsmål. Bærekraftsmål nr. 8, anstendig arbeid og økonomisk vekst, handler om å beskytte arbeiderrettigheter og fremme et trygt og sikkert arbeidsmiljø for alle arbeidstakere, avskaffe tvangsarbeid, få slutt på moderne slaveri og menneskehandel og



Mål fra bærekraftstrategien

→ **Mål 2022: Alle arbeidere i vår leverandørkjede har arbeidsforhold som er i tråd med ILO-konvensjonene og UN Guiding Principles.**

→ **Delmål:** 100 % av identifiserte brudd på våre etiske retningslinjer skal rettes opp.

→ **Delmål:** Samtlige avsluttende revisjoner som gjennomføres, skal være bestått.

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.

avskaffe alle former for barnearbeid. Det er en selvfølge at Vinmonopolet, gitt vår posisjon som betydelig innkjøper på den globale markedsarena, bidrar til at verdenssamfunnet når disse målene.

I vår bærekraftstrategi har vi satt oss som ambisjon at alle arbeidere i vår leverandørkjede har arbeidsforhold som er i tråd med internasjonale konvensjoner, og at vi ikke har tilfeller av menneskerettsbrudd. Vinmonopolet har videre ambisjon om å møte forventningene som stilles til oss om å være ledende, og vi legger i den sammenheng vekt på å være innovative og utfordre etablert praksis for å kunne introdusere varige og bærekraftige løsninger.

Risikoen i vår leverandørkjede

Mange av våre leverandører er del av jordbrukssektoren, som tradisjonelt har vært forbundet med utfordringer knyttet til brudd på menneskerettigheter og dårlige arbeidsforhold. Dette har stor betydning for vårt arbeid, ikke minst hvilke temaer vi har valgt å fokusere på. Selv om flere av våre utfordringer kan relateres til globale forhold som f.eks. utnyttelse av migrantarbeidere, er vi også stilt overfor mer spesifikke utfordringer i de enkelte produksjonsland. Overordnet anser vi at følgende forhold utgjør størst risiko i vår leverandørkjede:

<p>Helse og sikkerhet på arbeidsplassen</p>	<p>Dessverre opplever vi at helse og sikkerhet ikke er godt nok ivaretatt alle steder, eller at det er forhold som potensielt kan påvirke arbeidernes helse og sikkerhet uten at det er tilstrekkelig adressert.</p>
<p>Utnyttelse av sårbare grupper/ tvangsarbeid</p>	<p>Tvangsarbeid, trafficking og andre former for ikke-frivillig arbeid og utnyttelse av sårbare grupper er et globalt problem, særlig knyttet til rekruttering av migrantarbeidere i jordbrukssektoren. Vi pålegger våre leverandører å utøve særlig aktsomhet ved rekruttering – både direkte og indirekte, og vi har stort søkelys på dette i land hvor risikoen anses å være høyest.</p>
<p>Verbal trakassering/dårlig kommunikasjon</p>	<p>Ingen form for diskriminering basert på kjønn, rase, sosial bakgrunn, etnisk og nasjonal opprinnelse eller medlemskap i fagforeninger mv. skal forekomme, og ingen arbeidere skal utsettes for umenneskelig og nedverdiggende behandling eller verbal trakassering. Likevel er dette noe vi regelmessig blir gjort oppmerksomme på av våre interessenter, og som vi selv har avdekket gjennom oppfølgingsaktiviteter enkelte steder.</p>
<p>Muligheten til å fremme bekymringer på arbeidsplassen</p>	<p>Arbeideres involvering i arbeidsmiljøet og rett til å si fra om uønskede forhold på arbeidsplassen er sentrale prinsipper i vår Code of Conduct. Likevel opplever vi at mangel på varslingssystemer, manglende respekt for fagforeninger og diskriminering av fagforeningsmedlemmer, maktubalanse mellom ledelse og arbeidere og frykt for represalier hindrer de ansattes mulighet til å involvere seg i forhold som har betydning for deres arbeidssituasjon – enten direkte eller indirekte.</p>



FOTO: JUUSO PALONEN

Kompetanseheving: Kurs for produsenter, underleverandører og arbeidere er viktig for å heve deres kompetanse. De er nødt til å arbeide med bakenforliggende utfordringer og være i stand til å implementere og etterleve vår Code of Conduct. I 2021 gjennomførte vi med våre samarbeidspartnere kurs for over 900 deltakere.

Vår tilnærming til arbeidet

Måten Vinmonopolet jobber på, bygger på anerkjente prinsipper for aktsomhetsvurderinger. Vi benytter kartlegging og forebygging av negativ påvirkning og overvåkning av gjennomførte tiltak i samarbeid med berørte parter. Egen tilstedeværelse og dialog med leverandørene, tredjeparts revisjoner og aktiv veiledning er viktige prinsipper vi vektlegger i vårt oppfølgingsarbeid. I 2021 har vi imidlertid måttet endre arbeidet vårt pga. pandemien. Som i 2020 har vi derfor lagt vekt på kompetanseheving hos våre leverandører for å skape oppmerksomhet rundt sentrale utfordringer og deres ansvar for å sikre gode og trygge arbeidsforhold. Vi har også introdusert alternative og digitale løsninger for å skaffe informasjon om arbeidsforholdene hos våre produsenter. Tradisjonelt har vi jobbet med risikovurdering og oppfølging av eksisterende leverandørportefølje, men i 2021 har vi også stilt krav til produsenter ved anbud på nye produkter som skal inn i sortimentet.

Oppfølging 2021

Som i fjor ble også oppfølgingsarbeidet i 2021 preget av korona, med begrensede muligheter til å gjennomføre produsentbesøk og revisjoner. Vi har derfor jobbet med å bygge kompetanse hos våre leverandører, slik at de kan sette i gang programmer og utbedringstiltak for å ta tak i sine utfordringer – både på egen hånd og med Vinmonopolet som aktiv veileder. I 2021 startet vi pilotprogrammer med nye digitale oppfølgingsmetoder, som vil bli et viktig supplement til våre revisjoner når de kan starte opp igjen.

Kompetanseheving

Kurs for produsenter, underleverandører og arbeidere er viktig for å heve deres kompetanse. De er nødt til å arbeide med bakenforliggende årsaker og være i stand til å implementere og etterleve vår Code of Conduct. I 2021 gjennomførte vi med våre samarbeidspartnere kurs i Sør-Afrika, Argentina, Italia og flere land i Mellom-Amerika og Karibia. Det ble i tillegg gjennomført ulike kurs for våre norske produsenter og importører. Kursene omhandlet

forebygging av moderne slaveri, verbal trakassering, konflikthåndtering og styring av arbeidstid og pauser for å unngå «heat stress» samt etterlevelse av vår CoC. Til sammen hadde vi godt over 900 deltakere på våre kurs i 2021.

Våre spesialprogrammer


I enkelte risikoland hvor vi har identifisert bakenforliggende årsaker til risikoer og utfordringer, gjennomfører vi programmer som omhandler akkurat dette. Ved å inkludere flere produsenter i programmene bidrar vi til å løfte industrien med bærekraftige løsninger og reduserer eksponeringen for den aktuelle risikoen.

Etiske sertifiseringer

Ved å stille krav om etiske sertifiseringer ved lansering av nye produkter bidrar vi til å redusere risikoeksponeringen knyttet til anstendig arbeid i leverandørkjeden. I 2021 lanserte vi tre nye produkter som er sertifisert etter standarder som tilfredsstillende våre etiske krav. Dette utgjør 0,7 % av de produkter som ble lansert i 2021. Videre etter spurte vi tilsvarende seks slike produkter i 2021 for lansering i 2022.

Land/region	Kursinnhold/tema	Kursholder	Type kurs	Målgruppe	Antall kurs	Antall deltakere
Mellom- og Sør-Amerika (inkl. Mexico)	Water, rest, shade & sanitation. Hvordan forebygge «heat stress» under innhøsting av sukkerrør.	La Isla Network	Webinar	Sukkerrørplantasjer og romprodusenter	5	249
Sør-Afrika	Addressing the root causes of conflict and creating better communication, 4 modules:	Procare	Fysisk kurs	Arbeidere, ledere og arbeideres representanter hos vin- og drueprodusenter	25	510
	Communication and Conflict Management	Procare	Fysisk kurs	Arbeidere hos vin- og drueprodusenter	10	235
	Alcohol and Substance Use/ Abuse/FASD	Procare	Fysisk kurs	Arbeidere hos vin- og drueprodusenter	10	235
	Motivation of Employees/Managing Demands in the Workplace/Conflict Management	Procare	Fysisk kurs	Ledere og arbeideres representanter hos vin- og drueprodusenter	4	31
	Communication and Conflict Management & Work Risk/Stress Assessments Managers	Procare	Fysisk kurs	Ledere og arbeideres representanter hos vin- og drueprodusenter	1	9
Sør-Afrika	Forebygging av moderne slaveri i sørafrikansk vinindustri – Introduction workshop	Stronger Together	Webinar	Produsenter	2	9
Sør-Afrika	Forebygging av moderne slaveri i sørafrikansk vinindustri – Advanced Workshop	Stronger Together	Webinar	Produsenter	3	6
Sør-Afrika	Forebygging av moderne slaveri i sørafrikansk vinindustri	Stronger Together	Webinar	Produsenter og norske grossister	1	10
USA	Forebygging av moderne slaveri i amerikansk vinindustri	Stronger Together	Webinar	Produsenter og norske grossister	1	11
Italia	Introduksjon til amfori BSCI Code of Conduct og cascading effect	amfori BSCI	Webinar	Produsenter	2	60
Argentina	Internal auditing training	amfori BSCI	Webinar	Produsenter	1	14
Norge	Etterlevelse av Code of Conduct for grossister	Vinmonopolet	E-læringskurs	Norske grossister	1	58
Norge	Arbeidsgiverkurs for landbruket	Gartnerforbundet	Webinar	Produsenter	9*)	5

*) Norsk Gartnerforbund arrangerete totalt ni kurs for norske produsenter i jordbrukssektoren i 2021.



Ikke bare idyll i Italia.
En rapport avdekket i 2021 risiko for
menneskerettighetsbrudd og dårlige
arbeidsforhold i vinindustrien i Italia.
Vinmonopolet satte umiddelbart i gang
et program for å ta tak i problemene.

Water, Rest, Shade & Sanitation: forbedringer på sukkerrørsplantasjer

Vinmonopolet har lenge jobbet med utfordringene knyttet til «heat stress» hos arbeidere på sukkerrørsplantasjer i Mellom-Amerika og Karibia. Det hele begynte med en rapport som påviste sammenheng mellom nyresykdommen CKDu og tøffe arbeidsforhold hvor man er utsatt for heat stress. Vinmonopolet har utviklet et nett-kurs hvor produsenter lærer om hvordan de kan forebygge heat stress gjennom å styre hyppigheten og lengden på arbeidernes pauser, benytte flyttbare telt for å gi ly mot sola og sørge for anbefalt mengde drikkevann. Vi gjennomførte ti kurs for våre produsenter i 2020, og i 2021 holdt vi fem kurs for produsenter som er tilknyttet sertifiseringsordningene Bonsucro og Proforest og andre medlemsbedrifter i amfori BSCI. Over 250 produsenter deltok, og vi nådde dermed ut til et bredt spekter av interessenter og samarbeidspartnere som ønsker å bidra til positiv endring i sukkerindustrien. Vinmonopolet har også utviklet et implementeringsprogram, hvor det gis veiledning i å innføre tiltakene i *water, rest, shade & sanitation*-programmet på sukkerrørsplantasjene. I 2021 startet dette programmet for to av våre romprodusenter i Karibia.

Konflikthåndtering og kommunikationsveiledning i Sør-Afrika

Dårlig kommunikasjon mellom ledere og arbeidere og verbal trakassering er en av flere utfordringer i vinindustrien i Sør-Afrika. Dette har vi jobbet aktivt med å forbedre de senere årene. Alkohol- og rusmisbruk som kan føre til vold i nære relasjoner og utfordringer knyttet til konflikthåndtering, er noen av årsakene til problemene blant arbeidere. I 2019 satte vi i gang kursprogrammet Employee and Management Empowerment: Addressing the root causes of conflict and creating better communication for å bedre situasjonen. I 2021 har vi gjennomført 25 kurs, fordelt på 4 moduler hvor arbeidere og ledere har deltatt. Vi har fått svært positive tilbakemeldinger, og deltakerne mener kurset danner en konstruktiv plattform for videre engasjement på farmene. Noen produsenter har selv tatt initiativ til å videreføre jobben Vinmonopolet har satt i gang.

Italia – vårt største vinland

Med 6000 produkter i våre produktutvalg og salg på nærmere 27 millioner liter er Italia vårt største og viktigste vinland. Gjennom en rapport utført av organisasjonen Oxfam, ble det i 2021 avdekket risiko for menneskerettighetsbrudd og dårlige arbeidsforhold i vinindustrien i landet, dette er utfordringer vi er kjent med fra andre deler av jordbrukssektoren.

Vinmonopolet satte umiddelbart i gang et program for å ta tak i problemene. Vi la vekt på å inkludere importørene i oppfølgingsarbeidet og å få dem til å ta ansvar for forholdene hos sine respektive produsenter og underleverandører. Vår rolle i den innledende fasen i 2021 var derfor å støtte importørene med kunnskap, veiledning og konkrete oppfølgingsverktøy. Vinmonopolet utarbeidet bl.a. kurs for norske importører og deres produsenter og underleverandører om ansvarlig rekruttering av arbeidskraft og oppmerksomhet rundt tvangsarbeid og utnyttelse av sårbare grupper. Kursene vil bli avholdt i 2022. Vinmonopolet tilbød et digitalt verktøy for importørene og produsentene. Undersøkelsen skal gi produsentene informasjon om hvordan arbeidere opplever sin arbeidssituasjon, slik at de kan sette i gang eventuelle forbedringstiltak.

Basert på foreløpige erfaringer fra arbeidet som ble satt i gang i 2021, er Vinmonopolet usikre på om italienske produsenter i tilstrekkelig grad tar ansvar for arbeidsforholdene hos sine underleverandører. Vi vil derfor vurdere å ta en mer aktiv rolle i direkte oppfølging av produsentene og deres underleverandører i 2022. Allerede før Oxfam rapporten ble publisert, stilte Vinmonopolet særskilte krav til italienske produsenter om ansvarlig rekruttering av arbeidskraft og gode arbeidsforhold i vår lanseringsplan.

Krav i nye produktlanseringer

Også i 2021 har vi brukt Vinmonopolets lanseringsplan som et virkemiddel for å sette søkelyset på utfordringer i leverandørkjeden. I lanseringsplanen som ble publisert 1. juni, krevde vi en erklæring fra italienske produsenter om ansvarlig rekruttering av arbeidskraft og anstendige arbeidsforhold. De nye produktene lanseres i våre butikker første halvår 2022. Vinmonopolet kommer

til å følge opp at produsentene etterlever kravene gjennom et eget oppfølgingsprogram.

Det ble stilt tilsvarende krav til sørafrikanske produsenter, hvor vi krevde en erklæring om at de respekterer fagforeningsfrihet og har implementert vår Code of Conduct i sin leverandørkjede. For produktene som ble lansert første halvår 2021, ble det satt i gang et program for å følge opp kravene. Syv produsenter inngår i programmet, og foreløpige resultater viser at 82 % av arbeidene har et positivt eller nøytralt inntrykk av produsentenes respekt for fagforeningsfrihet.

Tiltaket med å stille slike krav i lanseringsplaner er en pilot som bl.a. ble satt i gang som følge av begrensninger med å gjennomføre fysiske revisjoner grunnet koronapandemien.

Anstendig arbeid hos våre leverandører av driftsmidler og tjenester

Ved innkjøp av driftsmidler og tjenester følger vi regelverket i LOA (lov om offentlige anskaffelser) og stiller sosiale og miljømessige krav i våre anbud der det er relevant. I 2021 har Difis sosiale kontraktsvilkår vært inkludert i 46 av 62 anbud.

Vinmonopolet har utviklet en egen prosessbeskrivelse for risikovurdering og oppfølging av leverandører til driftsmidler og tjenester. Koronasituasjonen har imidlertid medført at vi ikke har kunnet følge opp leverandørene våre i 2021.

Samarbeid for å nå våre mål

Samarbeid med organisasjoner som har spisskompetanse innenfor sine fagfelt, styrker vårt arbeid og bidrar til at våre programmer er i tråd med beste praksis på området. Samarbeid med andre gir oss også større påvirkning, anledning til erfaringsutveksling og mulighet for å gjennomføre andre typer aktiviteter enn om vi jobbet alene.



Amfori BSCI

Vinmonopolet har vært medlem av den internasjonale organisasjonen amfori BSCI siden 2015 og legger The amfori BSCI Code of Conduct til grunn som etiske krav i vår leverandørkjede. Amfori BSCI støtter sine medlemmer med en systematikk for oppfølging av leverandører og tilbyr et nettverk av revisorer. I amfori BSCI sin database har vi tilgang til revisjonsrapporter som er utført av de vel 2000 andre medlemsbedriftene fra hele verden. De gjennomfører også kurs for leverandører som vi promoterer overfor våre produsenter.



Systembolaget, Alko, ÁTVR/Vinbudin og Rúsdrekkasøla Landsins

Vinmonopolet har samarbeidet med de fire andre nordiske alkoholmonopolene i Sverige, Finland, Island og Færøylene om etikk i leverandørkjeden siden 2009. De nordiske monopolene har mange av de samme leverandørene, og ved å stå sammen om felles krav og programmer har vi større mulighet til å oppnå positive endringer i vår leverandørkjede.



Stronger Together

Den internasjonale organisasjonen Stronger Together bistår selskaper med å redusere risikoen for moderne slaveri i sin leverandørkjede gjennom veiledning, opplæring og ulike typer verktøy. Problemene

er spesielt knyttet til tvangsarbeid, menneskehandel og annen skjult tredjeparts utnyttelse av arbeidere. Vinmonopolet er Business Partner med Stronger Together i Sør-Afrika og California. I 2021 utviklet Stronger Together et spesialprogram for Vinmonopolet og våre produsenter i Italia og deres norske importører.



La Isla Network

Den amerikanske organisasjonen La Isla Network (LIN) er en internasjonal forskningsorganisasjon som søker å kartlegge årsakene til og bekjempe utbredelsen av heat stress og nyresykdommen CKDu blant sukkerrørarbeidere rundt omkring i verden. Vinmonopolet samarbeider med La Isla Network om å øke kompetansen til våre romprodusenter og sukkerrørplantasjer om utfordringene knyttet til heat stress og hvordan man kan forebygge alvorlig sykdom hos arbeiderne. De har bistått oss med å utvikle et webinar og et implementeringsprogram for våre romprodusenter og deres leverandører innen sukkerindustrien. Webinarene har vært gjennomført i 2020 og 2021, mens implementeringsprogrammet startet i 2021 og vil fortsette i 2022.



Procure

Det sørafrikanske selskapet Procure er en av landets ledende konsulenter og kursholdere innen psykososialt arbeidsmiljø. Procure har bistått Vinmonopolet med å analysere bakgrunnsårsaker knyttet til kommunikasjon og verbal trakassering. De har gjennomført kurs for arbeidere, fagforeninger og ledere hos sørafrikanske produsenter. Kursene setter søkelys på alkoholmisbruk, kommunikasjon og konflikthåndtering samt hvordan man bygger gode relasjoner mellom arbeidere og ledere.



Gartnerforbundet

Vinmonopolet er kjent med utfordringer

norske produsenter har hatt med rekruttering av faste sesongarbeidere fra utlandet på grunn av koronapandemien. Vi har inngått avtale med Gartnerforbundet om å tilby deres kurs for norske produsenter i jordbrukssektoren om ansvarlig rekruttering.



&Wider

Det sørafrikansk-nederlandske selskapet &Wider bistår bedrifter med å innhente arbeideres oppfatning av sine arbeidsforhold. Det gjøres gjennom en spørreundersøkelse på arbeidernes mobiltelefon. Vinmonopolet har i 2021 fått &Wider til å gjennomføre undersøkelser hos sørafrikanske produsenter. Undersøkelsen gjennomføres over fire runder, noe som gir produsentene anledning til å gjøre konkrete oppfølgingstiltak mellom hver runde. Vinmonopolet får tilgang til resultatene og kan følge opp at produsentene tar tak i sine forbedringsområder.



Verisk Maplecroft

Det britiske selskapet Verisk Maplecroft (VM) bistår virksomheter med å identifisere og kartlegge risikoeksponeringen av deres operasjoner, leverandørkjeder og investeringer. Vinmonopolet benytter VM til å kartlegge risikoen for brudd på ulike deler av vår Code of Conduct i produsentland. På denne måten kan vi rette vår innsats mot steder der risikoen er høyest.



Etisk Handel Norge

Etisk Handel Norge er en medlemsorganisasjon og et ressursenter for bærekraftig handel. Deres formål er å fremme ansvarlig forretningspraksis i leverandørkjeder slik at handel bidrar til å ivareta menneske- og arbeidstakerrettigheter, samfunn og miljø. Vinmonopolet ble medlem i desember 2021.



VASSIA N° 40
20HL
CANTINA PALMELI S.P.A. C.A.P. 01100
C.A. 01100
C.A. 01100
C.A. 01100
C.A. 01100



I DYBDEN

Rom uten bismak

Selv enkle grep kan bety mye for arbeiderne i Karibia og Mellom-Amerika som leverer sukker og melasse til rom-hylla på Vinmonopolet.

Når Vinmonopolet nå lanserer en brun rom fra Nicaragua, og polansatte i butikker over hele landet pakker flaskene ut av eskene, vil de få et glimt av et lite merke på baketiketten. Den blå sirkelen med «Bonsucro» og et stilisert sukkerrør ser kanskje unnselig ut. Men bak etiketten skjuler det seg en historie om målrettet arbeid for å bekjempe helseproblemer forårsaket av sol og sterk varme.

7500 kilometer unna, i Mellom-Amerika og Karibia, høstes sukkerrør med machete under en brennende sol. Noen av sukkerrørene skal bli rom. Andre går videre til egne møller der det utvinnes sukker. Restproduktet melasse sendes igjen til destillerier i regionen for å forvandles til edle dråper. Gjennom hele leverandørkjeden i sukker- og romindustrien jobber arbeiderne ofte når solen er aller sterkest, de kan mangle nødvendig verneutstyr, de har få pauser i skyggen og dårlig tilgang på drikkevann.

Selv om rom utgjør en liten del av Vinmonopolets totale salg, er arbeidsforholdene i romindustrien et prioritert område for oss. Dette skyldes blant annet den alvorlige nyresykdommen CKDu. Sykdommen settes i sammenheng med arbeid i sterk varme og stekende sol, med lite hvile og mangel på drikkevann.

Romindustrien er kompleks og uoversiktlig, med en rekke ledd. Fra råvareproduksjon og høsting via foredling av sukker og melasse til destillering, modning



og tapping. De nordiske importørene har i stor grad forholdt seg til romprodusentene, og ikke til sukkerleverandørene bak. I stedet for å «gå i strupen» på produsentene for å tvinge gjennom en bedring har vi gått i bresjen for et samarbeid med industrien. Vinmonopolet har satt i gang et omfattende opplæringsprogram for å skape bevissthet

om disse utfordringene blant bedriftene i romindustrien.

Vinmonopolet har forent ulike interesser til felles innsats. Med de andre nordiske monopolene og amfori BSCI på laget har våre tydelige krav bidratt til at temaet «Vann, skygge, hvile og sanitære forhold» har blitt innlemmet i sertifiseringsordningen Bonsucro, som har tusenvis av medlemsbedrifter innen sukkerindustrien. I begynnelsen var arbeidsgiverne skeptiske. Verken romprodusenter eller underleverandører kjente seg igjen. Stegvis formidlet vi budskapet om forebygging. Dette handler ikke om akutt overoppheting, men om små grep for å unngå skader over lang tid. Nå er fokuset endret. Produsenter og plantasjeiere er med på laget og har innsett at gode arbeidsvilkår ikke bare reduserer risikoen for helseskader – jo mer skygge, hvile og vann arbeiderne får, desto bedre og mer effektivt leverer de på jobb.

I Karibia og Mellom-Amerika kan sukkerarbeidere nå få en litt bedre hverdag, uten å måtte bekymre seg for «heat stress» og fare for alvorlig nyresykdom. Ved hjelp av målrettet arbeid og en egen lansering av Bonsucro-sertifisert rom har Vinmonopolet bidratt til å bedre forholdene for arbeiderne.

Og hjemme i Norge kan de polansatte som studerer de nyankomne flaskene fra Nicaragua, være trygge på at de kan anbefale produktet – uten en skjæmmende bismak i munnen – neste gang de skal hjelpe en kunde som er nysgjerrig på kvalitetsrom.

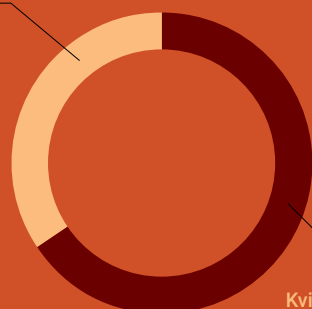


8

God og inkluderende arbeidsplass

Kjønnsfordeling blant de ansatte

Menn: 34,4 %



Kvinner: 65,6 %



SHE Index

Vinmonopolet oppnådde

91 av 100

poeng i SHE Index



Ansettelsestid

16,9 år

er gjennomsnittlig ansettelsestid i Vinmonopolet



Opplæring

15 559

timer med internopplæring i 2021



En god og inkluderende arbeidsplass

Vinmonopolet har som ambisjon å være Norges beste arbeidsplass. Motiverte og faglig dyktige ansatte er avgjørende for å være en attraktiv arbeidsplass og for å gi god veiledning til våre kunder. Derfor legger vi i Vinmonopolet stor vekt på kompetanseutvikling, likestilling, mangfold og HMS.

I Vinmonopolet er vi opptatt av å utvikle og ta vare på våre ansatte. Gjennom tydelig etisk forankring og utviklingsmuligheter for alle ansatte har vi som ambisjon å være Norges beste arbeidsplass. For organisasjonens toppladelse, styre og ansatte er det viktig at vi når våre ambisjoner og mål og lykkes med strategien. Det skal være god dialog mellom toppladelse og fagforeningene, og vi skal utøve tillitsbasert ledelse i alle ledd.

Resultatene fra den siste medarbeiderundersøkelsen, i 2020, viser at bedriften, til tross for utfordringer knyttet til covid-19, har fornøyde og høyt engasjerte medarbeidere. Det er lav turnover, og våre medarbeidere blir lenge i selskapet. Vi ser sammenhengen mellom fornøyde medarbeidere og det gode kundemøtet i butikk. Våre ansatte har et høyt engasjement, og vi har også høy score på lederskapsindeksen som viser at medarbeiderne stort sett er fornøyde med sine ledere. Samtidig har covid-19 påvirket og preget våre ansatte også i 2021, med et høyere sykefravær, flere midlertidige ansettelser og midlertidige stillingsøkninger for å imøtekomme økningen i antall kunder og omsetning i butikk.

Et prioritert område i vår bærekraftstrategi og våre virksomhetsmål er å ta vare på våre ansatte på best mulig måte. Dette gjør vi blant annet gjennom kompetanseheving og medarbeiderutvikling, inkludering og mangfold.

Kompetanse og medarbeiderutvikling

For å sikre ansvarlig salg av alkohol er vi helt avhengig av å ha folks støtte – vi skal være

ønsket av alle. Det krever kompetente og serviceinnstilte medarbeidere i alle ledd. Av den grunn satser vi tungt på kompetanseutvikling.

Gjennomføring av kurs og varefaglig påfyll

Også 2021 ble preget av koronasituasjonen, med begrensede muligheter til å gjennomføre fysiske kurs og samlinger. Gjennom 2020 og 2021 har vi tatt i bruk digitale løsninger som alternativ til fysiske møter, samlinger og kurs. Vi har lenge hatt et ønske og et mål om å nå ut til flere av våre ansatte med varefaglig kompetanseutvikling og så på digitale løsninger som en plattform å møte flere på.

I 2021 lanserte vi et nytt varefaglig læringskonsept: «Digitale temasmakinger». Her deltar ansatte sammen med sine nærmeste kollegaer og smaker på produkter i butikk, samtidig som de følger med på en «live» varefaglig kursholder som veileder dem gjennom smakingen med teoretisk påfyll. Totalt har 1 813 ansatte fra 232 butikker deltatt på digitale smakinger i 2021.

Vi har også brukt 2020 og 2021 til å produsere digitale læringsopplegg som omfatter bl.a. varefaglige temaer, butikkdrift, etterlevelse, bærekraft og kundemøtet. Vi har fortsatt med å utvikle læringsspill med forskjellige temaer, til stort engasjement fra de ansatte.

I tillegg fortsetter våre ansatte å bruke andre kommunikasjonskanaler, som Workplace, Vinmonopolets podkast, og *Vinbladet* for å opprettholde og hente varefaglig påfyll og inspirasjon.



Mål fra bærekraftstrategien

→ **Mål 2022: Vinmonopolet skal ha et relevant mangfold i organisasjonen.**

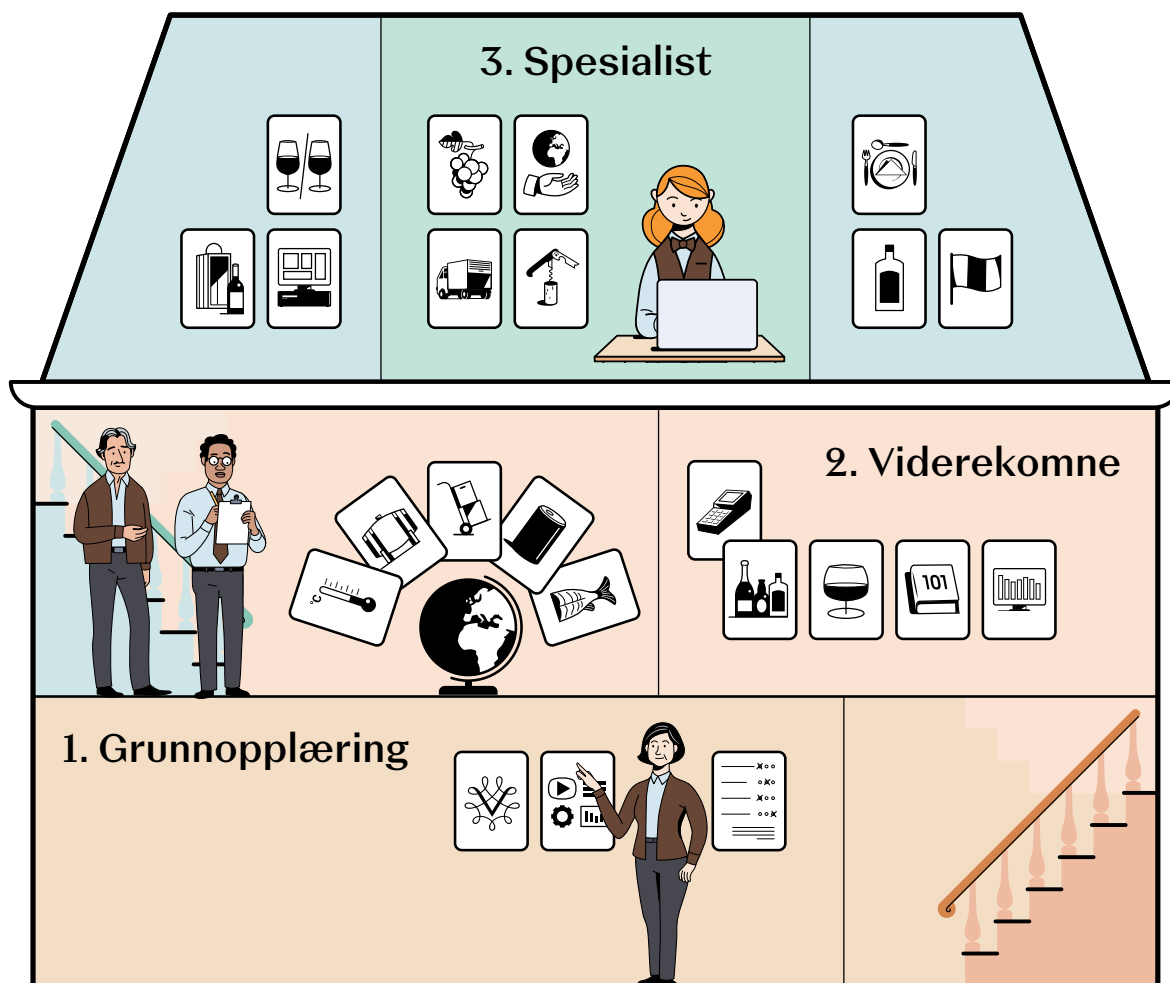
→ **Delmål:** Sikre en balansert kjønnsfordeling i ledende stillinger – oppnå 90 poeng på SHE Index.

→ **Resultat 2021:** She Index 2021: 89 poeng.

→ **Mål 2022: Vinmonopolet er en lærende organisasjon med kompetente medarbeidere.**

→ **Delmål:** Etablere Polakademiet – vårt kompetansesenter for opplæring og utvikling av medarbeidere.

→ **Resultat 2021:** Polakademiet ble etablert i 2021.



Kursholdere

Som en forlengelse av ønsket om å nå ut til enda flere ansatte gikk vi i 2021 i gang med å rekruttere flere kursholdere fra hele landet. Dette gir butikkene og distriktene gode kursholdere som kan kjøre mer spissede og lokalt etterspurte kurs etter butikkens/ distriktets behov.

Polakademiet

Vinmonopolets læringsunivers, Polakademiet, ble lansert i 2021. Polakademiet består av digitale og fysiske kurs, utviklende aktiviteter og digitale læringsspill for både ansatte og ledere. Nyhetslanseringer blir også lansert her. Ansatte skal kunne bruke Polakademiet som en kunnskapsbank hvor de lett kan finne opplæring som passer sitt kompetansenivå, samt verktøyene de trenger for å skape gode kundeopplevelser.

Lederutvikling

Som en del av Polakademiet bygget vi også en egen ledersti for å gi våre ledere mulighet for utvikling i sin rolle. Arbeidet for å utvikle program og læring ble satt i gang i 2021, men ambisjonene om å starte fysiske kurs ble utsatt til 2022.

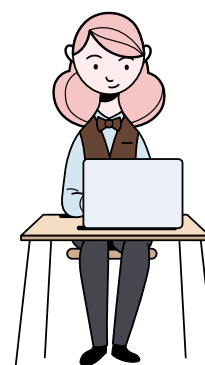
Gjennomført opplæring:

Polakademiet:

Gjennomsnittlig tid hver ansatt bruker i Polakademiet per år	7,8 timer
Totalt antall timer brukt på digital læring i Polakademiet	10 509 timer

Digitale læringsspill:

Spilletid per spiller	2,3 timer
Samlet spilletid alle ansatte	5 050 timer
Totalt antall timer brukt på opplæring i 2021	15 559 timer



Et prioritert område i vår bærekraftstrategi og våre virksomhetsmål er å ta vare på våre ansatte på best mulig måte. Dette gjør vi blant annet gjennom kompetanseheving og medarbeiderutvikling, inkludering og mangfold.

Styrets sammensetning
Vinmonopolets styre består av 9 medlemmer:



4



5

Styret

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

Totalt antall ansatte 2021

1935

herav 1 270 kvinner og 665 menn.
Til sammenligning var det i 2020 1 943 ansatte,
herav 1 291 kvinner og 652 menn.

Vi har 1 208 ansatte på deltid og 727 ansatte på heltid.

	Antall ansatte	Kvinner	Kvinner %	Menn	Menn %
Heltid	727	389	20,1 %	338	17,5 %
Deltid	1 208	881	45,5 %	327	16,9 %
Totalt	1 935	1 270	65,6 %	665	34,4 %

Gjennomsnittsalder: 46 år Antall ansatte over 50 år: 41 %

Gjennomsnittsalder og antall ansatte over 50 år har holdt seg stabilt de seneste årene, med noe økning i 2021. I 2020 var gjennomsnittsalderen 45 år, og 42 prosent av alle ansatte var over 50 år.

Antall ledere fordelt på kjønn og ledernivå

Vinmonopolet har de seneste årene fått en økt andel kvinnelige ledere. Til sammenligning var andelen ledere i 2019 på 56 prosent kvinner og 44 prosent menn, mens det i 2018 var 55 prosent kvinner og 45 prosent menn.

	Kvinner	Kvinner %	Menn	Menn %	Totalt
Ledergruppen	3	43 %	4	57 %	7
Ledere på nivå 3	17	53 %	15	47 %	32
Butikksjefer	164	57 %	122	43 %	286
Ledere totalt	184	57 %	141	43 %	325
Styret	4	44 %	5	56 %	9

Andel midlertidig ansatte fordelt på kjønn

Midlertidig ansatte

Kvinner	77
Menn	44
Totalt	121

Vinmonopolet har tradisjonelt hatt få midlertidig ansatte. Som følge av covid-19 har antallet midlertidige stillinger i virksomheten økt. Dette er et resultat av et behov for økt bemanning i butikkene, basert på økt omsetning og et høyere antall kunder. Vinmonopolet vil i 2022 vurdere det videre bemanningsbehovet og vil fra 1.1.2022 øke stillingene til deltidsansatte der det er grunnlag for dette i kombinasjon med midlertidige stillinger.

Ledergruppen

Alder	Antall
20–29	0
30–50	3
Over 50	4

SHE Index

Vinmonopolet deltar i SHE Index hvor vi i 2021 oppnådde en poengindeks på 91 av 100. Her har vi gått opp fra 89 poeng i fjor. SHE Index måler hvor gode norske selskaper er på kjønnsbalanse, og gjennomføres i samarbeid med rådgivnings- og revisjonsselskapet EY. Poengindeksen viser at vi har oppnådd gode resultater knyttet til kjønnsbalanse i selskapet.

Inkluderings og mangfold

Vinmonopolet har et mål om å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell orientering og kulturell bakgrunn. Vi jobber aktivt for å ansette mennesker med ulike bakgrunn, og potensielle ansatte skal vite at vi setter pris på mangfold. Derfor ga også Vinmonopolet sin støtte til Pride i året som gikk.

God og inkluderende arbeidsplass er et av strekkmålene i bærekraftstrategien. Vi har bl.a. som mål å øke nærværet, redusere antall lave stillingskontrakter under 7,5 timer per uke (20 prosent stilling er et krav for medlemskap i vår pensjonsordning), reduksjon i bruk av mertid og lavere avgang knyttet til full uførepensjon. Vinmonopolet jobber også aktivt for å forhindre frafall fra arbeidslivet hos egne ansatte og jobber for at restarbeidsevnen skal brukes i størst mulig grad.

Likestilling

Arbeidet med likestilling er en viktig del av vår personalpolitikk. Dette gjelder ved rekruttering, kompetanseutvikling, lønnspolitikk og arbeidsvilkår. Vinmonopolet ønsker en mest mulig jevn fordeling mellom kjønnene.

Ved utgangen av året var det 66 prosent kvinner og 34 prosent menn i bedriften. Fordeling mellom kjønn i lederstillinger er 57 prosent kvinner og 43 prosent menn. Våre ansatte i butikk har tarifflønn som sikrer lik lønn mellom kvinner og menn. For individuelt avlønnede stillinger tilstreber Vinmonopolet lik lønn for likt arbeid ved lønnsfastsettelse.

I Vinmonopolet tok kvinner gjennomsnittlig ut 7,01 uker foreldrepermisjon mens menn hadde 6,5 uker foreldrepermisjon. Dette innebærer en positiv utvikling sammenlignet med 2020, hvor både kvinner og menn tok ut et høyere gjennomsnittlig antall uker foreldrepermisjon.

Vinmonopolet deltar i SHE Index hvor vi i 2021 oppnådde en poengindeks på 91 av 100. Her har vi gått opp fra 89 poeng i fjor. SHE Index måler hvor gode norske selskaper er på kjønnsbalanse og gjennomføres i samarbeid med rådgivnings- og revisjonsselskapet EY. Poengindeksen viser at Vinmonopolet har oppnådd gode resultater knyttet til kjønnsbalanse i selskapet.

Minoriteter

Vinmonopolet ønsker å ha en balansert sammensetning av alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell legning samt kulturell



FOTO: JARLE HVIDSTEN

Balanse. Vinmonopolet har et mål om å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell orientering samt kulturell bakgrunn.

bakgrunn blant de ansatte. Dette er et uttalt mål i vår rekrutteringsprosess og kommer fram i våre stillingsutlysninger. Vi opplever imidlertid få søkere fra kulturer der rusmidler generelt, og alkohol spesielt, er imot deres religiøse overbevisning.

Personer med nedsatt funksjonsevne

Arbeid i Vinmonopolets butikker er tidvis fysisk krevende. Vinmonopolet jobber for å redusere antall ansatte som slutter grunnet full uførepensjon, og ser viktigheten av at våre ansatte med særskilte behov skal kunne stå lenger i jobb, med nødvendig tilrettelegging. Vi ser at små butikker har større utfordringer med tilrettelegging enn større butikker, i tillegg til at den fysiske belastningen på øvrige ansatte øker.

Lærlinger, praksisstudenter og arbeidstrening

Vinmonopolets kjedekontor er en lærebedrift for kontor- og administrasjonsfaget, og det tas inn en ny lærling hver høst, slik at vi til enhver tid har to lærlinger på Kjedekontoret. Ved utgangen av 2021 har vi en lærling i bedriften. Covid-19 i kombinasjon med høy arbeidsbelastning har gjort det mer krevende å følge opp lærlinger på en god måte.

Så langt det lar seg gjøre, etterstreber vi å ta imot praksisstudenter for kortere og lengre perioder, både i butikk og på Kjedekontoret. Også i 2021 har utfordringer knyttet til covid-19-situasjonen gjort at vi ikke hatt kapasitet til å ta imot praksisstudenter.

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

Vinmonopolet ønsker å bidra med å gi personer som har falt ut av arbeidslivet, en mulighet for å få relevant praksis i form av arbeidstrening gjennom NAV. Vi gir dem derfor 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 fylte 50 år

46 prosent av de ansatte i Vinmonopolet er over 50 år, og gjennomsnittlig ansettelsestid er 16,9 år. Dette indikerer at ansatte trives i jobben, og at vi tar vare på våre medarbeidere. Ved rekruttering oppfordres alle aldersgrupper til å søke.

I 2020 og 2021 har vi hatt en økning av sykefraværet, slik at vi igjen er tilbake på tidligere nivå. Fraværet kan relateres til koronasituasjonen, og det forventes at fraværet også i 2022 vil være høyere enn normalt.

Turnover fordelt på kjønn i 2020:

Kjønn	%	Antall
Kvinner	6,65	96
Menn	6,16	44
Totalt	6,49	140

Turnover fordelt på aldersgrupper:

Aldersfordeling	%	Antall
20–29	16,49	41
30–39	8,36	32
40–49	2,74	16
50–59	1,86	12
60–69	14,45	39
Totalt	6,49	140

Turnover og nyansettelser

Tabellene under viser turnover fordelt på kvinner og menn. I tillegg fordeles turnover på aldersgrupper.

Turnover i 2021 er som forventet og er noe lavere enn i 2020. De siste årene har Vinmonopolet hatt en lav og stabil turnover som er høyest blant våre yngre og eldre ansatte. Dette er naturlig da yngre ansatte bytter arbeid oftere, og ansatte over 60 år slutter i forbindelse med at de går over på avtalefestet pensjon eller alderspensjon. Til sammenligning var turnover i 2021 7,05 prosent. Nedgangen i turnover kan være et resultat av covid-19 og den påvirkning pandemien har hatt på arbeidstakeres mobilitet.

Tabellene til høyre viser nyansatte fordelt på aldersgrupper og kjønn. Framstillingen viser også regionvise nyansettelser inklusive nyansettelser på Kjedekontoret.

Nyansatte fordelt på alder i 2020

Aldersgruppe	Nyansatte
20–29	19
30–50	33
Over 50	8
Totalt	60

Nyansettelser fordelt på kjønn i 2020:

Nyansatte	Antall
Kvinner	43
Menn	17
Totalt	60

Nyansettelser fordelt på region og Kjedekontoret:

Nyansatte	Antall
Kjedekontoret	8
Region Nord	11
Region Vest	10
Region Øst	12
Region Sør	19
Totalt	60

Antallet nyansettelser i Vinmonopolet varierer fra år til år og beror blant annet på antallet nyåpninger og utvidelser. Sammenlignet med 2020 ble det i 2021 rekruttert færre til Vinmonopolet.

Nærvær og helsefremmende tiltak

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

Sykefraværet for 2021 var totalt 9,46 prosent mot 8,69 prosent i 2020. Dette gir en økning på 0,77 prosentpoeng.

Vinmonopolet har siden 2017 jobbet aktivt med å øke nærværet og klarte før covid-19 å redusere sykefraværet betydelig. Fra 2016 til 2019 var reduksjonen på 14,1 prosent. I 2020 og 2021 har vi hatt en økning der vi er tilbake på tidligere sykefraværnivå. Fraværet kan relateres til koronasituasjonen, og det forventes at fraværet også i 2022 vil være høyere enn normalt. Det antas at sykefraværet vil stabilisere seg når samfunnet igjen normaliseres. Vinmonopolet har i perioden 2020–2022 hatt et mål om å redusere sykefraværet og øke nærværet. For 2021 var målet 95,5 % nærvær.

Sykefravær i 2021 fordelt på heltid/deltid

Kvinner heltid	11,75 %
Menn heltid	6,25 %
Kvinner deltid	5,43 %
Menn deltid	2,01 %



Kursing av våre ansatte har lenge vært en prioritering for oss.



Vi bruker egne ansatte som forelesere, her Fei Xu fra butikken vår på CC Vest i Oslo



Marianne Barstad-Ølnes er opplæringskonsulent og har ansvaret for oppbygging og innhold i Polakademiet.

HMS i Vinmonopolet – sikkerhet i butikk for kunder og ansatte

Gjennom koronapandemien har vi sørget for at smittevernreglene har blitt løpende oppdatert og fulgt opp i hele organisasjonen. Det har vært viktig for oss å ivareta opplevelse av sikkerhet i butikk for både kunder og ansatte. Vinmonopolet har gjennomført jevnlig evaluering av iverksatte smitteverntiltak og har løpende fulgt utviklingen.

Både i 2020 og 2021 har koronapandemien ført til et betydelig økt arbeidspress for mange av våre ansatte. Vinmonopolet har derfor i 2021 hatt søkelys på fysisk og psykisk slitasje på ansatte. Ansatte har fått tilbud om samtaler med bedriftshelsetjenesten der det har vært behov for det.

Arbeidsmiljøutvalget (AMU) i Vinmonopolet, som består av representanter fra både arbeidsgiver- og arbeidstakersiden, har fulgt koronasituasjonen tett også i 2021. Ved utgangen av året hadde AMU gjennomført åtte møter, hvorav fire var ekstraordinære og knyttet til oppfølgingen av koronasituasjonen.

Til tross for høyt arbeidspress har det vært jobbet veldig godt ute i butikkene med de planlagte HMS- og miljørelaterte tiltakene i 2021. Per utgangen av året var ca. 15 000 av 17 000 planlagte tiltak gjennomført i henhold til de fristene som var satt opp.

Nærværarbeidet vi startet i 2021, fortsetter gjennom 2022. Her legger vi blant annet vekt på forebyggende arbeid, lederopplæring og helsefremmende arbeidsplasser.

Fagforeningene i Vinmonopolet

Vinmonopolet har overenskomster med tre fagforeninger. Totalt er 69 % av de ansatte organisert i fagforening.

Antall medlemmer pr. 31.12.21

FKV	1061
AV	318
Delta	32

9

Styret, ledelse og regnskap

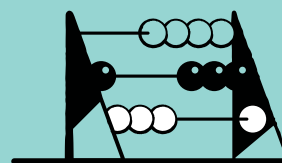
Liter solgt



118,4 millioner

2,5 % økning fra 2020

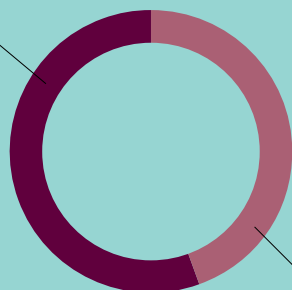
Omsetning totalt



21 701 mill. kr

Styret

5 menn



4 kvinner

Alkoholritt

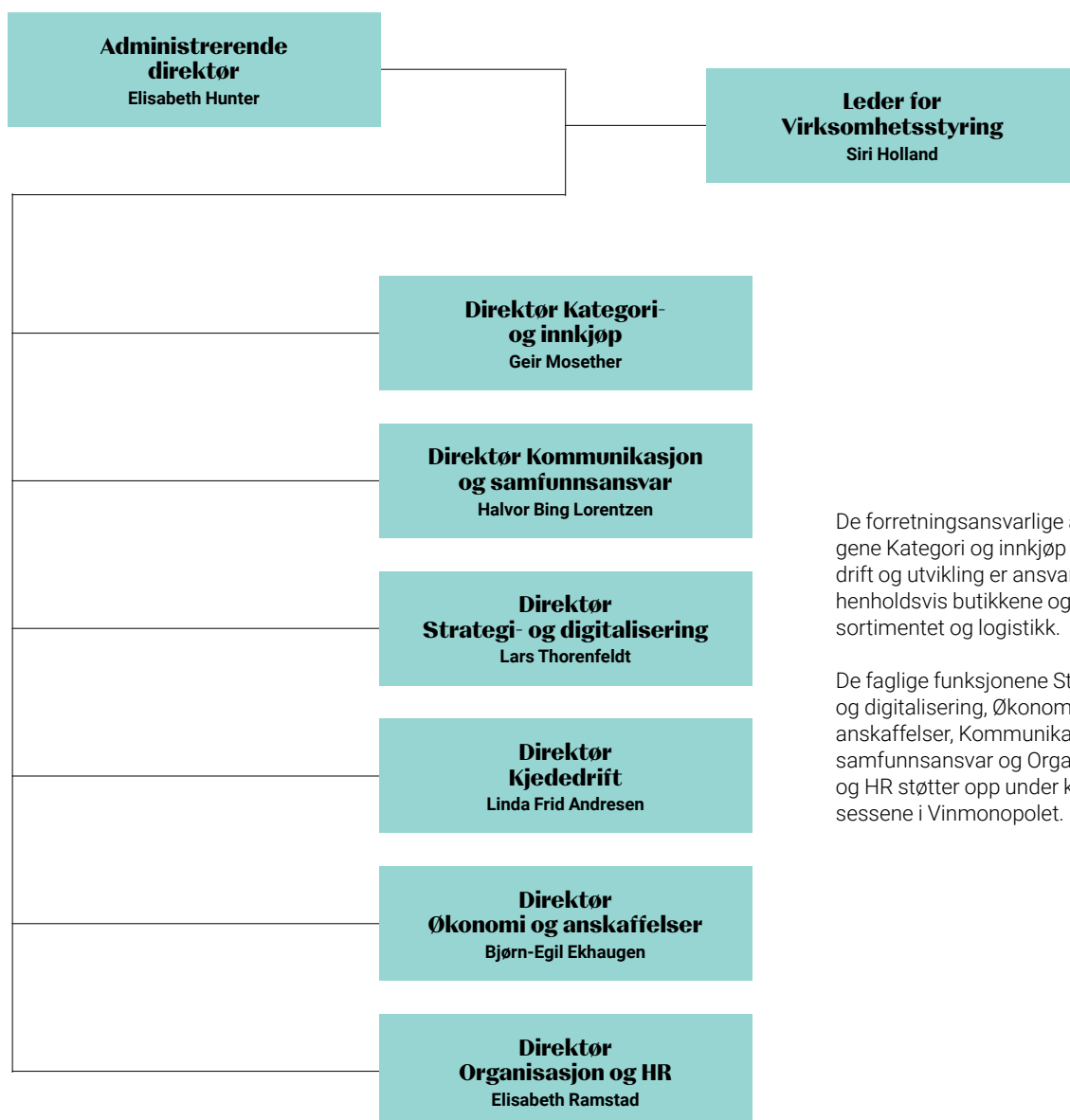


21 %

økning i salget av av alkoholfrie varer



Organisasjonskart



De forretningsansvarlige avdelingene Kategori og innkjøp og Kjededrift og utvikling er ansvarlig for henholdsvis butikkene og salget og sortimentet og logistikk.

De faglige funksjonene Strategi og digitalisering, Økonomi og anskaffelser, Kommunikasjon og samfunnsansvar og Organisasjon og HR støtter opp under kjerneprosessene i Vinmonopolet.

Ledergruppen



Administrerende direktør
Elisabeth Hunter

Født: 1968

Tidligere stillinger: direktør Kjededrift og utvikling i Vinmonopolet, adm.dir. Boots Norge AS, markedsdirektør Boots Norge AS, produktsjef Nycomed Pharma

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

Andre verv: styremedlem i Nille og Coop Øst



Direktør Kjededrift og utvikling
Linda Frid Andresen

Født: 1974

Tidligere stillinger: adm. direktør Ark Bokhandel AS, adm. direktør Fargerike Norge AS, drifts- og markedsdirektør Hadeland Glassverk AS, samt lederstillinger i TUI

Utdannelse: Bachelor of Arts, University of Strathclyde Business School

Andre verv: styremedlem i Fondsfinans Kapitalforvaltning



Direktør Kategori og innkjøp
Geir Mosether

Født: 1967

Tidligere stillinger: direktør supply chain Nille AS, logistikksjef Europris ASA, logistikksjef Interpress Norge, ulike lederroller i Narvesen ASA Distribusjon, tømmer Ringsaker Allmenning, fabrikkarbeider Moelven Bolig AS

Utdannelse: ex.phil. UiO, økonomifag Høgskolen i Oslo, tømmer

Andre verv: styremedlem i Elektroimportøren Holding AS – Herkules Capital Consumer Industry group



Direktør Strategi og IT
Lars Thorenfeldt

Født: 1968

Tidligere stillinger: kjedeutviklingssjef i Vinmonopolet, daglig leder DIIZ AS, innkjøp og markedsdirektør Sunkost kjede AS, daglig leder VestPharma AS, kategoriansvarlig Boots Norge AS, daglig leder og partner Retail Deal AS, seniorkonsulent ACNielsen Norge AS, salgskonsulent Datamedia AS

Utdannelse: Diplom markedsøkonom NMH/BI



Direktør Kommunikasjon og samfunnsansvar
Halvor Bing Lorentzen

Født: 1968

Tidligere stillinger: informasjonssjef, fagsjef i varefaglig rådgivningsgruppe og informasjonsrådgiver i Vinmonopolet

Utdannelse: cand.polit. UiO

Andre verv: styremedlem i brannstyret i Nedre Romerike brann- og redningsvesen



Direktør Organisasjon og HR
Elisabeth Ramstad

Født: 1973

Tidligere stillinger: avdelingsdirektør Direktoratet for økonomistyring, konsulent Agenda Kaupang, rådgiver Statens vegvesen

Utdannelse: cand.mag. i pedagogikk og psykologi, NTNU, cand.polit. psykologi NTNU



Direktør Økonomi og anskaffelser
Bjørn-Egil Ekhaugen

Født: 1974

Tidligere stillinger: direktør økonomi og finans Mesta AS, øk.dir. NorgesGruppen ASA, mngr. revisjon BDO.

Utdannelse: høyere revisorstudium NHH, revisjon, øk. og administrasjon HiM

Verv: Styremedlem i NorgesGruppen Finans Holding AS

Årsberetning 2021

Vinmonopolet er et sektorpolitisk særlovselskap, regulert i vinmonopolloven. Rammene for selskapets drift reguleres også av alkoholloven og alkoholforskriften. Statens mål som eier er å sikre at omsetning av alkoholholdig drikk over 4,7 volumprosent alkohol skjer i kontrollerte former slik at skadevirkningene av alkohol for den enkelte og for samfunnet begrenses. Helse- og omsorgsdepartementet praktiserer skriftlig eierstyring gjennom et årlig oppdragsbrev. Vinmonopolet har 339 butikker over hele landet.

For Vinmonopolet var 2021 nok et ekstraordinært år. Pandemien preget Vinmonopolet i stor grad, og på grunn av reiserestriksjoner og skjenkestopp var salget det høyeste noen gang i Vinmonopolets 100-årige historie. Utenom en kort nedstenging i Oslo-området i januar 2021 har Vinmonopolets butikker holdt åpent gjennom hele pandemien, takket være god innsats fra alle ansatte. Det har til tider vært utfordrende med leveranser til Vinmonopolet, og flere kunder har ikke fått varene de har bestilt. At Vinmonopolet toppe omdømmeundersøkelsen til Apeland (Traction-undersøkelsen), viser likevel at kundene har satt stor pris på selskapets håndtering av situasjonen i et krevende pandemiår.

Regnskap

Vinmonopolet hadde i 2021 netto salgsinntekter på 21 700,6 millioner kroner, hvorav 10 495,2 millioner kroner utgjør alkoholavgift. Salgsinntektene økte med 1 132,3 millioner kroner. Salgsinntektene både i 2020 og 2021 har vært preget av pandemien, hvor nordmenn i stor grad har handlet sin alkohol på Vinmonopolet og lite gjennom grensehandel og taxfreesalg. Vinmonopolet forventer en gradvis normalisering av salgsinntektene fra 2022.

Driftsresultatet for 2021 ble 622,7 millioner kroner, noe som er 83,5 millioner lavere enn i 2020. Resultat før skatt ble 642,8 millioner kroner, som er 92,4 millioner kroner lavere enn i 2020. Statens overskuddsandel er for 2021 vedtatt å være 80 prosent av resultat etter skatt. I henhold til lov om Aktieselskapet Vinmonopolet (vinmonopolloven) utbetales i tillegg et aksjeutbytte til eierne med 2 500 kroner. Til sammen utgjør

dette 400,9 millioner kroner. Resterende 100,2 millioner kroner overføres til annen egenkapital.

Per 31.12.2021 var samlet beholdning av kontanter, kontantekvivalenter og finansielle plasseringer 3 465,6 millioner kroner, mot 3 040,9 millioner kroner ved forrige årsskifte. Likviditeten er normalt høy ved årsskiftet på grunn av høy omsetning i desember, hvor en stor andel av innkjøpene betales etter årsskiftet. Vinmonopolets likvide midler er hovedsakelig plassert i en konsernkontoordning med flytende rente. I tillegg er 364,8 millioner kroner plassert i obligasjoner og sertifikater innenfor stats-, kommune- og finanssektoren.

Totalkapitalen i selskapet utgjorde 5 412,9 millioner kroner per 31.12.2021. Bokført egenkapital var 665,1 millioner kroner, tilsvarende en egenkapitalandel på 12,3 prosent. Til sammenligning var egenkapitalen per 31.12.2020 på 857,0 millioner kroner, noe som ga en egenkapitalandel på 17,1 prosent. Reduksjonen i egenkapital skyldes estimatavvik knyttet til selskapets pensjonsordning, etter skatt, med 292,2 millioner kroner, mens positivt resultat fratrukket overskuddsandel til eier gir en økning på 100,2 millioner kroner.

Kontantstrøm fra drift fratrukket utbetalt overskuddsandel var 487,9 millioner kroner i 2021. Avviket mellom kontantstrøm fra drift og driftsresultatet skyldes i hovedsak endring i leverandørgjeld og varelager samt utbetalt overskuddsandel til staten. Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter var minus 63,3 millioner kroner.

Total renterisiko for Vinmonopolet anses for liten. Vinmonopolet er i begrenset grad direkte eksponert for valutarisiko, da salg og innkjøp i all hovedsak gjøres i norske kroner. Vinmonopolet har god likviditet og følger opp likviditetssituasjonen løpende og anser at det er begrenset eksponering mot likviditetsrisiko. Selskapet har i hovedsak ikke kredittsalg og har derfor ikke kreditt risiko i vesentlig grad.

Styret følger selskapets drift løpende gjennom året med vekt på måloppnåelse, effektiv drift, forsvarlig likviditet og soliditet. Etter styrets oppfatning gir årsregnskapet et rettviseende bilde av resultatet for 2021 og selskapets finansielle situasjon den

31.12.2021. Selskapet er i en sunn økonomisk og finansiell stilling. Styret anser at vilkårene for fortsatt drift er til stede, og regnskapet er avlagt under denne forutsetning.

Utøvelse av samfunnsoppdraget

Vinmonopolet er ett av de viktigste virkemidlene i norsk alkoholpolitikk og bidrar til å begrense alkoholforbruket i samfunnet gjennom regulering av tilgjengeligheten. Det alkoholpolitiske ansvaret kommer til uttrykk gjennom effektiv sosial kontroll, holdningsskapende tiltak og fravær av kjøpepress. Aldersgrense for kjøp av alkoholholdige drikkevarer er regulert av alkoholloven og er fastsatt til 18 år for alkoholholdig drikk under 22 prosent og 20 år for alkoholholdig drikk over 22 prosent. Alle kunder under 25 år blir bedt om å vise legitimasjon uoppfordret. Dette gjelder både ved kjøp i en av Vinmonopolets butikker og ved utlevering av varer som er bestilt gjennom nettbutikk eller kundesenter.

Gjennom registrering i kassen og gjennom såkalte «mystery shoppers» måles det ansvarlige salget. Totalt ble nesten 5,2 millioner kunder kontrollert for alder i 2021. Det tilsvarte 11,9 prosent av alle kundemøter i fjor. Det er kunder som må spørres om legitimasjon, som øker betydelig i fjor, hvor det er en dobling i antallet mot 2019. Antallet kunder som uoppfordret viser legitimasjon, har holdt seg relativt stabilt. Dette skyldes den utstrakte bruken av munnbind blant kundene, som har gjort alderskontrollen mer krevende. Samtidig viser tallene at ansvarlig salg har hatt høy oppmerksomhet i kundemøtet i fjor. Resultatene av «mystery shoppers» var i 2021 93,2 prosent. Dette er under målet på 95 prosent, men en økning på 2,2 prosent fra 2020.

Leverandør for utlevering på dør kunne ikke garantere ivaretagelse av samfunnsoppdraget på en forsvarlig måte sikre et ansvarlig salg som følge av høye volumer, så avtalen ble terminert våren 2021. Vinmonopolet har derfor ikke kunnet tilby en slik tjeneste for kundene gjennom året. Ny avtale er framforhandlet med innskjerpede krav og tydeligere presisering av ansvarlig salg samt system for omfattende opplæring og kontroll av sjåførere. Tjenesten forventes tatt opp igjen våren 2022.

Det er i 2021 gjennomført flere interne kampanjer for å støtte og øke oppmerksomheten på ansvarlig salg.

Salget av alkoholfrie festdrikker er en viktig del av Vinmonopolets omsetning. Totalt ble det solgt 835 000 liter alkoholfrie produkter i 2021, en økning på 21 prosent fra året før. Alkoholfritt er den varegruppen som har hatt den største prosentvise økningen i fjor. Det er de musserende alkoholfrie produktene, moster og vin, som utgjør det største salget, og som utgjør 34 prosent av omsetningen i kategorien. Det ble lansert 34 nye alkoholfrie produkter i 2021.

Foretaksstyring

Vinmonopolet er 100 % eid av staten ved Helse- og omsorgsdepartementet. Vinmonopolet følger den til enhver tid gjeldende norske anbefaling for eierstyring og selskapsledelse så langt det passer. Redegjørelse for selskapets eierstyring og selskapsledelse er gjengitt i sin helhet på selskapets nettsider.

Butikketableringer

Vinmonopolet skal sikre mest mulig lik tilgjengelighet til sine produkter og tjenester over hele landet innenfor fastsatte alkoholpolitiske og bedriftsøkonomiske rammer. Totalt ble det åpnet to nye butikker i 2021. Ved utgangen av året hadde Vinmonopolet til sammen 339 butikker.

Innenfor gjeldende regelverk skal Vinmonopolet også sikre kundene god og lik tilgang til Vinmonopolets produkter og tjenester gjennom mulighet for handel både via telefon og nett. I 2021 var 3 prosent av salgsvolumet fra nett, en økning på 33 prosent fra 2020, mens kundesenteret stod for 0,3 prosent av salget.

Arbeidsmiljø

Ved utgangen av 2021 arbeidet 1 935 fast ansatte i Vinmonopolet, og de utførte 1 299 årsverk. I tillegg hadde selskapet 121 midlertidig ansatte i 2021.

I 2021 har arbeidspresset i forbindelse med pandemien fortsatt. Smittevern for ansatte og kunder har vært høyt prioritert, samtidig som salget har vært på et høyt nivå, med mange flere kunder i butikk enn hva som er vanlig.

Vinmonopolet ønsker å ha et jobbnærver som reflekterer at selskapet er en av Norges beste arbeidsplasser. Sykefraværet for 2021 var totalt 9,46 prosent mot 8,69 prosent i 2020. Dette gir en økning på 0,77 prosentpoeng.

Vinmonopolet har siden 2017 jobbet aktivt med å øke nærværet og klarte før pandemien å redusere sykefraværet betydelig fram til og med 2019 med en samlet reduksjon på 14,1 prosent fra 2016 til 2019. Med økningen som var i 2020 og 2021, er selskapet igjen tilbake på tidligere sykefraværnivå. Fraværet kan relateres til koronasituasjonen. Det antas at sykefraværet vil stabilisere seg når samfunnet igjen normaliseres. Vinmonopolet har i perioden 2020–2022 hatt et mål om å redusere sykefraværet og øke nærværet. For 2021 var målet 95,5 % nærvær.

I 2021 ble det rapportert til sammen 302 HMS-relaterte avvik i Vinmonopolets registreringssystem. 18 av disse var av en slik karakter at de ble meldt til NAV, fordi hendelsen førte til fravær og/eller medisinsk behandling.

Inkludering og mangfold

Vinmonopolet har et mål om å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell orientering og kulturell bakgrunn. Det arbeides aktivt for å ansette mennesker med ulik bakgrunn, og potensielle ansatte skal vite at Vinmonopolet setter pris på mangfold.

Arbeidet med likestilling er en viktig del av selskapets personalpolitikk. Dette gjelder ved rekruttering, kompetanseutvikling, lønnspolitikk og arbeidsvilkår. Vinmonopolet ønsker en mest mulig jevn fordeling mellom kjønnene. Selskapet har tarifflønn som er kjønnsnøytral. Mer om inkludering og mangfold står i kapittel 8, side 78. Det er også utarbeidet en egen redegjørelse for likestilling og diskriminering, som er tilgjengelig på selskapets nettsider.

Styret har fastsatt retningslinjer for lederlønn i selskapet i tråd med statens retningslinjer for lønn og annen godtgjørelse til ledende ansatte i foretak og selskaper med statlig eierandel. Det er utarbeidet en egen lederlønnrapport som er tilgjengelig

på selskapets nettside, samt at lønn til ledende ansatte og styrehonorar er oppgitt i note til årsregnskapet. Det er ikke tegnet en egen forsikring for styret og daglig leder i Vinmonopolet.

Personer med nedsatt funksjonsevne

Arbeid i Vinmonopolets butikker er tidvis fysisk krevende. Vinmonopolet jobber for å redusere antall ansatte som slutter grunnet full uførepensjon, og ser viktigheten av at ansatte med særskilte behov skal kunne stå lenger i jobb, med nødvendig tilrettelegging.

Yrkesaktiviteter etter 50 år

46 prosent av de ansatte i Vinmonopolet er over 50 år, og gjennomsnittlig ansettelsestid er nesten 17 år. Så langt som mulig tilrettelegges arbeidsoppgaver for å sikre at arbeidstakere skal kunne stå i jobb. I tillegg oppfordres alle aldersgrupper til å søke stillinger i bedriften ved nyrekrutteringer. I 2021 var 8 av 60 nyansatte over 50 år.

Bærekraft og ytre miljø

Vinmonopolet skal opptre ansvarlig i alle ledd og balanserer økonomiske, sosiale og miljømessige forhold på en måte som bidrar til langsiktig verdiskaping. Selskapet skal også bidra til å oppnå FNs bærekraftsmål. Det innebærer blant annet å identifisere og håndtere risikoen selskapet påfører mennesker, samfunn og miljø.

Etikk i leverandørkjeden

Brudd på Vinmonopolets etiske retningslinjer i leverandørkjeden kommer høyt opp på Vinmonopolets risikokart. Utfordringene er erfaringsmessig størst lengst nede i leverandørkjeden, på farmnivå der produktene råvarer dyrkes. Vinmonopolet stiller strenge etiske krav til alle leverandører helt ned til farmnivå og jobber aktivt med å kartlegge hvor risikoen for at kravene ikke innfris, er størst. Der hvor det er grunn til å tro at det er utfordringer med å møte kravene, gjennomføres oppfølgingsprogram i form av revisjoner og «pre-assessments». Leverandører som ikke lever opp til Vinmonopolets krav, må sørge for å komme opp på et akseptabelt nivå. I dette arbeidet er Vinmonopolet en støttespiller som aktivt bistår med veiledning og kompetanse. Gjennom slik

aktivitet kan Vinmonopolet bidra til gode arbeidsforhold i leverandørkjeden.

I fjor var det 10 år siden Vinmonopolet stilte etiske krav til leverandørkjeden for første gang. Siden 2012 har de nordiske monopolen i Norge, Sverige, Finland, Island og Færøyene stått sammen om å stille felles krav til produsentene.

I 2021 ble Vinmonopolets arbeid endret på grunn av pandemien. Som i 2020 er det derfor lagt vekt på kompetanseheving hos leverandører for å skape oppmerksomhet rundt sentrale utfordringer og deres ansvar for å sikre gode og trygge arbeidsforhold. I arbeidet er det også introdusert alternative og digitale løsninger for å skaffe informasjon om arbeidsforholdene hos produsentene.

I 2021 er det gjennomført kurs i Sør-Afrika, Argentina, Italia, flere land i Mellom-Amerika og på de karibiske øyer. Det ble i tillegg gjennomført ulike kurs for norske produsenter og importører. Kursene omhandlet forebygging av moderne slaveri, verbal trakassering, konflikthåndtering og styring av arbeidstid og pauser for å unngå «heat stress» samt etterlevelse av Vinmonopolets etiske regelverk. Til sammen deltok over 900 personer på Vinmonopolets kurs i 2021.

Mer om etikk i leverandørkjeden er å lese i kapittel 7 på side 66.

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 med å redusere klimagassutslippene med 50 % fra 2018-nivå innen 2030 følges opp gjennom årlig klimarapportering. I tillegg rapporteres klimagassutslipp knyttet til emballasje som styringsparameter hver måned, og hver enkelt butikk setter egne mål for andel klimasmarte produkter.

For å nå målene kreves en omstilling i måten Vinmonopolet som selskap drives på, og ikke minst en omstilling knyttet til produktene vi selger. Noen av tiltakene som videreføres, er kravene til produktene Vinmonopolet selv kjøper inn: pant på all pantbar emballasje og klimasmart emballasje på alle produkter der det er mulig. Selv om tiltakene gir effekt, må omstillingstakten økes om det overordnede klimamålet skal nås.

Global oppvarming medfører hyppigere ekstremvær og andre fysiske klimaendringer, og verdens felles behov for å redusere klimagassutslippene tvinger fram en omstilling som påvirker alle verdikjeder og bransjer. Vinproduksjon og Vinmonopolet er ingen unntak. For å bedre forstå hvordan vinindustrien og Vinmonopolet selv er eksponert for klimarisiko, er det, i samarbeid med ekstern konsulent, gjennomført en omfattende analyse av både fysisk klimarisiko og overgangsrisiko. Arbeidet og påfølgende rapportering er i tråd med TCFD-anbefalingene.

Vinmonopolets rammevilkår og plass i verdikjeden gjør at eksponeringen for klimarelaterte risikoen og muligheter først og fremst er indirekte gjennom leverandørene.

Formålet med analysen var å se på klimarisiko for hele vinindustrien, for deretter å forstå og utrede mulige konsekvenser for Vinmonopolet.

Mer om tiltak innen ytre miljø står i kapittel 6 på side 54.

Framtidsutsikter

Selv om 2021 også var et ekstraordinært år for Vinmonopolet, ser effektene av pandemien ut til gradvis å avta. Åpne grenser og økt reisevirksomhet påvirker omsatt volum. Samtidig ser det ikke ut til at reisevirksomheten tar seg opp på nivåer som før pandemien i nær framtid. Også i 2022 vil Vinmonopolet ha et salgsvolum som er preget av en koronaeffekt.

Hvordan livet vil fortone seg etter at effektene av pandemien har lagt seg, er fremdeles ukjent. Det er mye som påvirker forbruksvaner og forventninger. Det vil kunne få betydning for selskapets organisering og arbeid. Styret vil, sammen med administrasjonen, ha stor oppmerksomhet om dette framover. Styret ser og anerkjenner også den fysiske og psykiske slitasjen ansatte har kjent på gjennom pandemien.

Vinmonopolet er 100 år i 2022, og samtidig er selskapets strategiperiode over. Styret retter dermed oppmerksomheten mot utvikling av selskapet for framtiden og har startet arbeidet med å etablere en ny strategi som setter mål for selskapets virke.

Styret ønsker å takke alle ansatte for den innsatsen hver og en har bidratt med gjennom nok et helt spesielt år i Vinmonopolets historie.

Oslo, 29. april 2022



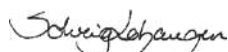
Ellen Seip
styreleder



Sverre Helnø
nestleder



Trine Marit Stensen
styremedlem



Solveig Løhaugen
styremedlem



Per Arne Lodding Olsen
styremedlem



Lars Jacob Tynes Pedersen
styremedlem



Helge Storvik
styremedlem



Åse Engesæth
styremedlem



Alf Ole Berglund
styremedlem



Elisabeth Hunter
adm. direktør

Ansatte	2021	2020
Antall ansatte, totalt	1 935	1 943
Antall ansatte, butikk	1 751	1 760
Antall ansatte, kjedekontor	184	183
Antall årsverk	1 299	1 218
– Endring i årsverk fra året før	81	59
Heltid	727	710
Deltid	1 208	1 233

Sykefravær	2021	2020
Totalt sykefravær	9,46	8,63
Korttidsfravær (inntil 16 dager)	2,88	2,64
Langtidsfravær (over 16 dager)	6,58	5,99

Likestilling (kjønnsfordeling i prosent)	2021		2020	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Heltid	54	46	54	46
Deltid	73	27	74	26
Butikksjefer	57	43	58	42
Alle ledere	57	43	59	41
Ledergruppe	43	57	43	57
Styret	44	56	44	56
Totalt i Vinmonopolet	66	34	66	34

Butikketableringer	2021	2020
Antall butikker	339	337
Antall nye butikker	2	3
Kommuner med Vinmonopol	230	228
Prosentvis andel av befolkningen som bor i en kommune med Vinmonopol eller nærmere enn 30 km til nærmeste vinmonopolbutikk	97,8	97,7



Styret



Styreleder
Ellen Seip

Tidligere departementsråd. Har særlig arbeidet med arbeids- og velferdspolitik, rusmiddelpolitikk og reformer i forvaltningen.

Født: 1949

Utdannelse: hovedfag sosiologi fra UiO



Styrets nestleder
Sverre Helno

Konsernsjef Oslo

Født: 1962

Utdannelse: siviløkonom fra Stiftelsen Bedriftsøkonomisk Institutt (BI)



Styremedlem
Trine Stensen

Generalsekretær i Blå Kors. Har tidligere hatt lederstillinger innen helse og rus.

Født: 1964

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



Styremedlem
Solveig Løhaugen

Advokat fra Kristiansand og har arbeidet i ulike posisjoner i Kristiansand kommune, bl.a. som assisterende rådmann

Født: 1965

Utdannelse: cand.jur. fra UiB

Tillitsvern: styreleder i bl.a. Agderforskning og Agder kollektivtrafikk



Styremedlem
Per Arne Olsen

Fylkesmann, Vestfold

Født: 1961

Utdannelse: Tønsberg handelsgymnas



Styremedlem
Lars Jacob Tynes Pedersen

Førsteamanuensis og leder av Centre for Ethics and Economics ved Norges Handelshøyskole. Forsker, underviser og rådgir bedrifter innenfor temaer som bærekraft, forretningsmodelldesign og strategisk innovasjon

Født: 1979

Utdannelse: doktorgrad i økonomi og administrasjon fra Norges Handelshøyskole



Ansattes representant
Helge Storvik

Butikksjef Vinmonopolet Sogndal og leder av Funksjonærklubben Vinmonopolet

Født: 1954

Utdannelse: cand. mag. UiB



Ansattes representant
Alf Ole Berglund

Butikksjef Vinmonopolet Hammerfest og leder av Akademikerforbundet i Vinmonopolet

Født: 1963

Utdannelse: Bedriftsøkonomi Finnmark Distrikthøyskole



Ansattes representant
Åse Engesæth

Butikksjef Vinmonopolet Sotra og nestleder i Funksjonærklubben i Vinmonopolet Vest.

Født: 1964

Utdannelse: handelsskole, kurs bedriftsøkonomi NKI

Resultat

Tall i millioner kroner	Note	2021	2020
Driftsinntekter			
Salgsinntekter	2	21 700,6	20 568,3
Andre inntekter		13,5	11,3
SUM DRIFTSINTEKTER		21 714,1	20 579,6
Driftskostnader			
Vareforbruk	1	18 972,7	17 966,0
Lønn og andre personalkostnader	3,18	1 512,3	1 325,1
Av- og nedskrivninger på varige driftsmidler	12	78,9	85,7
Andre driftskostnader	4	527,5	496,6
SUM DRIFTSKOSTNADER		21 091,4	19 873,4
DRIFTSRESULTAT		622,7	706,2
Finans			
Finansinntekter	5,7	20,2	29,2
Finanskostnader	5	0,1	0,2
SUM FINANSRESULTAT		20,1	29,0
RESULTAT FØR SKATT		642,8	735,2
Skattekostnad	13	141,6	162,1
ÅRETS RESULTAT		501,1	573,1
Avsatt til			
overskuddsandel og utbytte	14	400,9	286,5
annen egenkapital	17	100,2	286,5
SUM		501,1	573,1

Balanse

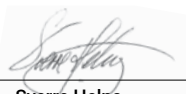
Tall i millioner kroner	Note	2021	2020
Eiendeler			
Lisenser og programvare	12	46,2	46,3
Utsatt skattefordel	13	269,6	191,0
Varige driftsmidler	12	242,4	258,6
Obligasjoner og aksjer	11	0,6	0,6
ANLEGGSMIDLER		558,7	496,5
Varebeholdning	8	1 318,7	1 421,0
Kundefordringer	9	5,3	3,1
Andre kortsiktige fordringer	10	64,4	55,0
Finansielle plasseringer	7	364,8	366,1
Kontanter, bankinnskudd	6,7	3 100,7	2 674,8
OMLØPSMIDLER		4 853,9	4 520,0
SUM EIENDELER		5 412,6	5 016,6

Tall i millioner kroner	Note	2021	2020
Gjeld og egenkapital			
Innskutt kapital			
Aksjekapital	16, 17	0,1	0,1
Opptjent kapital			
Annen egenkapital	17	665,0	857,0
EGENKAPITAL		665,1	857,0
Pensjonsforpliktelser	18	1 258,7	917,1
LANGSIKTIG GJELD		1 258,7	917,1
Leverandørgjeld		2 487,5	2 359,1
Betalbar skatt	13	137,6	147,5
Skyldig offentlige avgifter		206,5	206,0
Overskuddsandel og utbytte	14	400,9	286,5
Annen kortsiktig gjeld	15	256,3	243,3
KORTSIKTIG GJELD		3 488,8	3 242,5
SUM GJELD OG EGENKAPITAL		5 412,6	5 016,6

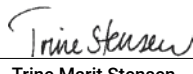
Oslo, 28.04.2022



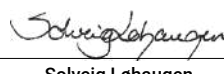
Ellen Seip
styreleder



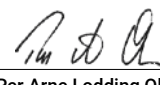
Sverre Helno
nestleder



Trine Marit Stensen
styremedlem



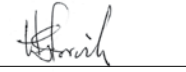
Solveig Løhaugen
styremedlem



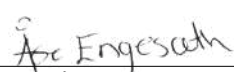
Per Arne Lodding Olsen
styremedlem



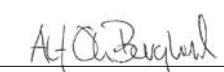
Lars Jacob Tynes Pedersen
styremedlem



Helge Storvik
styremedlem



Åse Engesæth
styremedlem



Alf Ole Berglund
styremedlem



Elisabeth Hunter
adm. direktør

Kontantstrømoppstilling

Tall i millioner kroner	Note	2021	2020
Likvider tilført fra virksomheten			
Tilført fra årets virksomhet *)		255,3	495,0
Endring leverandører		128,4	918,6
Endring i lager, debitorer		100,2	-445,7
Endring andre kortsiktige poster		4,1	68,0
NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA VIRKSOMHETEN		488,0	1 035,9
Likvider brukt på investeringer			
Investeringer i varige driftsmidler	12	-63,3	-70,4
NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA INVESTERINGER		-63,3	-70,4
Netto endring i likvider gjennom året		424,6	965,5
Likvider 1.1.		3 040,9	2 075,2
LIKVIDER 31.12.		3 465,6	3 040,9
Spesifikasjon likvider 31.12.			
Kontanter		68,5	69,8
Bankinnskudd		3 032,3	2 604,9
Finansielle plasseringer		364,8	366,1
SUM LIKVIDER		3 465,6	3 040,9
Resultat før skatt		642,8	735,2
Tap ved avgang driftsmidler		0,8	0,5
Ordinære av- og nedskrivninger	12	78,9	85,7
Betalbar skatt (vinmonopolavgift)	13	-147,3	-24,5
Forskjell mellom kostnadsført pensjon og inn-/utbetalinger		-33,2	-67,4
Overskuddsandel		-286,5	-234,5
*) TILFØRT FRA ÅRETS VIRKSOMHET		255,3	495,0

Noter til regnskapet

1.0 SAMMENDRAG 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 varekretsløpet. Øvrige poster er klassifisert som anleggsmidler / langsiktig gjeld.

Omløpsmidler vurderes til laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi. Kortsiktig gjeld balanseføres til nominelt beløp på opptakstidspunktet.

Anleggsmidler vurderes til anskaffelseskost, men nedskrives til virkelig verdi dersom verdifallet ikke forventes å være forbigående.

1.3 VAREBEHOLDNING OG VAREFORBRUK

Varebeholdningens verdi blir beregnet etter prinsippet om glidende gjennomsnitt og fluktuierer 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 salgssum 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 forskjeller 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 verdi av de framtidige pensjonsytelser som anses påløpt på balansedagen. Det forutsettes at arbeidstakerne opparbeider sine pensjonsrettigheter lineært over den yrkesaktive perioden. Pensjonsmidlene er vurdert til virkelig verdi og fratrukket i netto pensjonsforpliktelse i balansen. Eventuell overfinansiering balanseføres i den grad overfinansieringen kan utnyttes eller tilbakebetales. Netto pensjonsmidler presenteres som andre langsiktige fordringer i balansen. Endringer i forpliktelsen og pensjonsmidlene som skyldes endringer i og avvik mot beregningsforutsetningene (estimaterendringer), 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 arbeidstaker 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 KONTANTSTRØMOPPSTILLING

Kontantstrømoppstillingen er utarbeidet etter den indirekte metode. Kontanter og kontantekvivalenter omfatter kontanter, bank og finansielle plasseringer.

1.11 VALUTA

Transaksjoner i utenlandsk valuta omregnes til månedens siste dag basert på Norges Banks valutakurser. Valutakursendringer resultatføres løpende i regnskapsperioden under finansposter.

1.12 TILKNYTTET SELSKAP

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

2 SALGSINNTEKTER

Fordeling hovedvaregrupper

Tall i millioner kroner	2021	2020
Svakvin	14 115	13 576
Sterkvin	141	139
Brennevin	6 776	6 238
Øl	491	462
Alkoholfritt	66	53
Andre salgsvare	112	102
Sum	21 701	20 568

Alkoholavgifter utgjør 10 495,2 millioner kroner av salgsinntekter og varekostnader (10 414,6 millioner kroner i 2020).

3 LØNNSKOSTNADER, ANTALL ANSATTE OG GODTGJØRELSER

Tall i 1 000 kroner	2021	2020
Lønn	1 180 245	1 071 019
Arbeidsgiveravgift	152 770	130 591
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	139 773	81 602
Innleid arbeidskraft	11 467	14 208
Andre godtgjørelser	5 823	5 987
Andre personalkostnader	22 193	21 654
Sum	1 512 271	1 325 061
Personale		
Antall ansatte pr. 31.12.	1 935	1943
Herav: heltidsansatte	723	710
deltidsansatte	1455	1233
Antall årsverk	1 299	1 218
Lønnsjustering i 2021 var 3,1 %.		

Per 31. desember 2021 besto Vinmonopolets ledergruppe av Elisabeth Hunter (adm.dir), Geir Mosether, Halvor Bing Lorentzen, Elisabeth Ramstad, Linda Frid Andresen, Lars Thorenfeldt og Bjørn-Egil Ekhaugen.

LØNN OG YTELSER TIL LEDEDE ANSATTE

Godtgjørelser ledergruppen 2021

1 000 kroner	Lønn	Pensjonskostnad	Andre godtgjørelser	Sum
Hunter, Elisabeth	2 688	217	213	3 118
Mosether, Geir	1 709	197	157	2 063
Lorentzen, Halvor Bing	1 547	194	159	1 900
Ramstad, Elisabeth	1 542	194	157	1 893
Andresen, Linda Frid	1 979	203	158	2 340
Thorenfeldt, Lars	1 539	194	157	1 890
Ekhaugen, Bjørn-Egil	1 500	196	159	1 855

Godtgjørelser ledergruppen 2020

1 000 kroner	Lønn	Pensjonskostnad	Andre godtgjørelser	Sum
Hunter, Elisabeth	2 589	185	208	2 981
Mosether, Geir	1 665	184	157	2 006
Lorentzen, Halvor Bing	1 449	187	159	1 795
Ramstad, Elisabeth	1 060	120	112	1 292
Andresen, Linda Frid	1 203	109	106	1 418
Thorenfeldt, Lars	460	61	20	541
Ekhaugen, Bjørn-Egil	133	2	13	148
Braaten, Olav André	1 451	142	117	1 710

Elisabeth Ramstad startet 14.04.2020

Linda Frid Andresen startet 01.05.2020

Lars Thorenfeldt startet 01.09.2020

Olav André Braaten sluttet 30.09.2020 og ble erstattet av Bjørn-Egil Ekhaugen som startet 01.12.2020

Samlet utbetalt styrehonorar i 2021 er kr 1 425 959,-, herav kr 240 000,- til styrets leder. For 2020 var det utbetalt styrehonorar på kr 1 442 146,-, herav kr 240 000,- til styrets leder. Samlet honorar til bedriftsforsamlingen og kontrollkomiteen i 2021 var kr 107 959,- (i 2020 kr 124 147,-) Administrerende direktør Elisabeth Hunter har en 12 md. etterlønsavtale.

REVISJONSHONORERER

1 000 kroner	2021	2020
Lovpålagt revisjon (inkl. teknisk bistand med årsregnskapet)	700	859
Annen bistand	215	245
SUM	915	1 104

Alle tall oppgitt i oversikten over er eksklusive merverdiavgift.

4 ANDRE DRIFTSKOSTNADER

Andre driftskostnader inkluderer følgende kostnader:

1 000 kroner	2021	2020
Energi og lokalkostnader	228 961	222 409
Vedlikehold og anskaffelser inventar o.l.	102 033	95 026
Eksterne tjenester	73 136	68 606
Forsikringer og bankomkostninger	47 913	44 505
Frakt og transport	16 110	15 497
Informasjons- og emballasjemateriell	16 351	15 330
Kontorrekvisita, IT, telefon o.l.	11 103	11 296
Møte- og reisekostnader	15 759	10 501
Andre kostnader	16 121	13 441
SUM	527 488	496 610

5 FINANSPOSTER

Finansposter inneholder følgende inntekter og kostnader:

1 000 kroner	2021	2020
Finansinntekter		
Renteinntekter bank	21 186	12 028
Avkastning obligasjoner og sertifikater	-1 037	17 108
Andre finansinntekter	34	97
SUM	20 183	29 232
Finanskostnader		
Andre finanskostnader	124	223
SUM	124	223

6 KONTANTER OG BANKINNSKUDD

Pr. 31.12.2021 var 47 millioner kroner av selskapets bankinnskudd avsatt til betaling av skattetrekk for ansatte (51,7 millioner kroner i 2020).

Bankbeholdningen er plassert på konsernkontosystem i Sparebanken Midt-Norge.

7 FINANSIELLE PLASSERINGER

Vinmonopolets finansielle plasseringer består av følgende:

1 000 kroner	Kostpris	Markedsverdi	Bokført verdi
Høyrenteinnskudd	1 250 000	1 269 165	1 269 165
Obligasjoner og sertifikater	289 959	364 845	364 845
SUM	1 539 959	1 634 010	1 634 010

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

Plasseringene hadde ved utgangen av 2021 en kreditturasjon på 3,52 år.

Faktisk netto avkastning fratrukket forvaltningshonorar har i 2021 vært -1,29 millioner kroner, tilsvarende -0,29 %.

Investeringene, som gjennomføres gjennom ekstern forvalter, inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg og er vurdert til markedsverdi. Høyrenteinnskudd er regnskapsført som kontanter/bankinnskudd.

8 VAREBEHOLDNING

Vinmonopolets varebeholdning fordeles på 339 butikker samt et eget lager som håndterer utsendelser for fjernhandelskanalen.

Verdien av varebeholdningen vises i tabellen under:

1 000 kroner	2021	2020
Varelager i butikk	1 301 476	1 403 843
Varelager fjernhandel	20 241	20 578
Total varelagerbeholdning	1 321 717	1 424 421
Ukurans	-3 000	-3 500
Varebeholdning arbeidsklær	-	111
SUM	1 318 717	1 421 032

9 KUNDEFORDRINGER

Kundefordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap på krav med 0,3 millioner kroner (0,3 millioner kroner i 2020). I kundefordringer inngår det ingen krav mot kredittkortselskap i 2021 (det samme gjaldt i 2020).

10 ANDRE KORTSIKTIGE FORDRINGER

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

1 000 kroner	2021	2020
Forskuddsbetalte kostnader	62 791	53 432
Andre kortsiktige fordringer	1 559	1 573
SUM	64 350	55 005

11 LANGSIKTIGE FORDRINGER OG AKSJER

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

1 000 kroner	2021	2020
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 2021 viser et resultat før skatt på henholdsvis 24,0 millioner kroner (Sirkel Materialgjenvinning AS) og 27,2 millioner kroner (Sirkel Glass AS). Sum egenkapital viser 81,3 millioner kroner for Sirkel Materialgjenvinning AS og 50,5 millioner kroner for Sirkel Glass AS.

12 LISENER, PROGRAMVARE OG VARIGE DRIFTSMIDLER

1 000 kroner	Lisenser og programvare	IT-utstyr/kontorutstyr	Transportmidler	Inventar	Forretningsbygg
Anskaffelseskost 01.01.	261 970	156 484	2 996	639 815	13 045
Tilgang	18 930	12 005	175	21 322	-
Avgang	-	-340	-5	-9 868	-
Anskaffelseskost 31.12.	280 900	168 149	3 167	651 268	13 045
Akkumulert avskrivning 01.01.	215 822	134 255	1 712	453 989	9 407
Årets avskrivning	19 083	13 267	198	37 834	190
Avgang	-	-340	-4	-9 225	-
Akkumulert avskrivning 31.12.	234 904	147 182	1 906	482 597	9 596
Bokført verdi 01.01.2021	46 149	22 229	1 285	185 826	3 638
Bokført verdi 31.12.2021	45 996	20 967	1 261	168 671	3 449

1 000 kroner	Leide lokaler	Tomter	Kunst	Totalt
Anskaffelseskost 01.01.	197 574	4 119	1 136	1 277 140
Tilgang	10 912	-	-	63 344
Avgang	-5 959	-	-	-16 172
Anskaffelseskost 31.12.	202 527	4 119	1 136	1 324 312
Akkumulert avskrivning 01.01.	157 154	-	-	972 338
Årets avskrivning	8 322	-	-	78 893
Avgang	-5 809	-	-	-15 378
Akkumulert avskrivning 31.12.	159 667	-	-	1 035 853
Bokført verdi 01.01.2021	40 419	4 119	1 136	304 802
Bokført verdi 31.12.2021	42 860	4 119	1 136	288 459

Ordinære avskrivninger beregnes på bakgrunn av økonomisk levetid for driftsmidlene og fordeles lineært etter følgende satser:

Lisenser og programvare	20 %
IT-utstyr/kontormaskiner	20 - 33,3 %
Transportmidler	20 %
Inventar	15 - 20 %
Forretningsbygg	1,5 - 5 %
Leide lokaler	10 %
Tomter	0 %
Kunst	0 %

13 SKATT

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

1 000 kroner	2021	2020
Varige driftsmidler	32 195	38 271
Skattefunn	-61	-101
Fordringer	-300	-300
Varelager	-3 000	-3 500
Pensjonsforpliktelser	-1 258 715	-917 059
Gevinst og tapskonto	4 452	5 565
Andre forskjeller	0	8 231
Grunnlag for utsatt skatt/skattefordel i balansen	-1 225 429	-868 893
Utsatt skatt/skattefordel i regnskapet	-269 594	-191 157
Grunnlag for skattekostnad, endring i utsatt skatt og betalbar skatt		
Resultat før skattekostnad	642 769	735 195
Permanente forskjeller	956	1 685
Grunnlag for årets skattekostnad	643 726	736 879
Endring i forskjeller som inngår i grunnlag for utsatt skatt/skattefordel	-18 090	-65 929
Skattepliktig inntekt (grunnlag for betalbar skatt i balansen)	625 636	670 950
Fordeling av skattekostnaden		
Sum betalbar skatt	137 640	147 609
Endring i utsatt skatt/ skattefordel	3 980	14 504
Skattekostnad (22 prosent av grunnlag for årets skattekostnad)	141 620	162 113
Avstemming av årets skattekostnad		
Regnskapsmessig resultat for skattekostnad	642 769	735 195
Beregnet skatt 22 %	141 409	161 743
Skattekostnad i resultatregnskapet	141 620	162 113
Differanse	-210	-371
Differanse består av følgende:		
22 % av permanente forskjeller	210	371
Betalbar skatt i balansen		
Betalbar skatt i skattekostnaden	137 640	147 609
Betalbar skatt i balansen	137 640	147 609

14 OVERSKUDDSANDEL

Det er beregnet 80 prosent overskuddsandel av resultat etter skatt for 2021. Overskuddsandelen kommer i tillegg til lovpålagt utbytte på 2 500 kroner i henhold til vinmonopolloven § 4. Sum av utbytte og overskuddsandel er presentert som overskuddsandel i note 18.

15 ANNEN KORTSIKTIG GJELD

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

Balanse per 31.12. i 1 000 kroner	2021	2020
Gavekort	69 117	60 888
Uopptjent inntekt	4 898	3 730
Skyldig lønn og feriepenger	182 247	178 716
SUM	256 261	243 334

16 AKSJEKAPITAL

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

17 EGENKAPITAL

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

1 000 kroner	Aksje- kapital	Annen egen- kapital	Estimat- avvik pensjoner	Sum
Egenkapital 31.12.2020	50	2 092 912	-1 235 923	857 038
Årets resultat		501 149		501 149
Årets endring estimatavvik			-292 208	-292 208
Overskuddsandel		-400 920		-400 920
Egenkapital 31.12.2021	50	2 193 141	-1 528 131	665 059

18 PENSJONSFORPLIKTELSE

Vinmonopolet har pensjonsordninger som omfatter i alt 2 249 personer, en nedgang på 183 personer fra 2020. Ordningene gir rett til definerte framtidige ytelser. Disse er i hovedsak avhengig av antall opptjeningsår, lønnsnivå ved oppnådd pensjonsalder og størrelsen på ytelsene fra folketrygden. Vinmonopolets pensjonsordninger er organisert gjennom Statens pensjonskasse. I tillegg til den kollektive pensjonsordningen har tidligere administrerende direktør tilleggspensjon som finansieres over drift. Selskapets pensjonsordninger tilfredsstiller kravene i lov om obligatorisk tjenestepensjon. Ved beregning av årets netto pensjonskostnad legges foregående års forutsetninger til grunn. De aktuarmessige forutsetninger er basert på vanlige forutsetninger innen forsikring når det gjelder demografiske forhold.

Forutsetninger	2021	2020
Diskonteringsrate	1,90 %	1,70 %
Lønnsregulering	2,75 %	2,25 %
Pensjonsregulering	1,75 %	1,25 %
Avkastning på pensjonsmidler	1,90 %	1,70 %
G-regulering	2,50 %	2,00 %
Frivillig avgang	6 % under 50 år og 2 % over 50 år	6 % under 50 år og 2 % over 50 år
Årlig uttakstilbøyelighet – AFP (62–67 år)	6,00 %	6,00 %

Årets pensjonskostnad framkommer slik:

Periodens netto pensjonskostnad i 1 000 kroner	2021	2020
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	129 600	79 556
Resultatført estimatavvik	135	79
Rentekostnad av påløpte pensjonsforpliktelser	45 880	52 403
Risikopremie/administrasjon	3 119	2 686
Avkastning av pensjonsmidlene	-33 665	-43 907
Netto pensjonskostnad	145 070	90 818
Arbeidsgiveravgift	15 524	9 223
Netto pensjonskostnad før ansatt-trekk	160 594	100 041
Medlemsandel trukket	20 821	18 439
Total netto pensjonskostnad	139 773	81 602

Pensjonsforpliktelser og pensjonsmidler framkommer slik:

Per 31.12. i 1 000 kroner	2021	2020
Pensjonsforpliktelser brutto – DBO	-3 167 353	-2 746 595
Verdi av pensjonsmidler	2 063 866	1 942 556
Beregnet netto pensjonsforpliktelse	-1 103 487	-804 039
Arbeidsgiveravgift	-155 228	-113 020
Balanseført netto pensjonsforpliktelse	-1 258 715	-917 059

19 LEIEFORPLIKTELSE

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

1 000 kroner	2025	2024	2023	2022
	165 148	171 270	179 576	183 272

Antall leieavtaler som er leie av butikklokaler, er 334. Ved leie av butikklokaler er det vanlig å inngå 15-årskontrakter som er delt opp i tre eller fire leieperioder.

20 NORDPOLET

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

Resultat 1 000 kroner	2021	2020
Salgsinntekter	29 696	22 792
Vareforbruk	18 321	13 382
Ordinære avskrivninger	182	
Andre driftskostnader	4 528	4 023
Driftsresultat	6 666	5 387
Finansposter		22
Årets resultat	6 666	5 409
Disponering av resultat:		
Til Longyearbyen lokalstyre	6 666	5 409

Resultat 1 000 kroner	2021	2020
Anleggsmidler	1 184	0
Omløpsmidler	12 374	10 225
Eiendeler	13 557	10 225
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	7 817	5 845
Langsiktig gjeld	1 360	0
Gjeld og egenkapital	13 557	10 225

21 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.

22 HENDELSER ETTER BALANSEDATOEN

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

KONTROLLKOMITEENS INNSTILLING

Kontrollkomiteen har gjennomgått det avsluttede og reviderte årsoppgjøret samt revisjonsberetningen. Styrets forslag til disposisjon av overskuddet kr 501,1 mill. har Kontrollkomiteen ingen merknader til. Kontrollkomiteen anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjøret for 2021.

Oslo, 19. mai 2022

Øystein Østraat
Anders Amundsen
Sonja Sjøli

BEDRIFTSFORSAMLINGENS UTTALELSE

I samsvar med styrets vedtak av 29. april 2022 og kontrollkomiteens innstilling, anbefaler bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2021 fastsettes. Likeledes anbefaler bedriftsforsamlingen at årsberetningen godkjennes.

Oslo, 19. mai 2022



Til Helse- og omsorgsdepartementet

Uavhengig revisors beretning

Konklusjon

Vi har revidert årsregnskapet til Aktieselskapet Vinmonopolet som består av balanse per 31. desember 2021, 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 2021, 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 de internasjonale revisjonsstandardene 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 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. 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.

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



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 avviklet.

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. Betryggende 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 som eksisterer. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon blir vurdert som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke økonomiske beslutninger som brukerne foretar basert på årsregnskapet.

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

Oslo, 29. april 2022

PricewaterhouseCoopers AS

Marius Thorsrud

Statsautorisert revisor
(elektronisk signert)



Til styret i Aktieselskapet Vinmonopolet

Uavhengig uttalelse vedrørende Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering av bærekraft

Vi har gjennomført et attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet om Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering av bærekraft. Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering av bærekraft omfatter GRI-indeks for 2021 og målinger og beregninger av nøkkeltall for bærekraft per 01. januar – 31. desember 2021.

Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks er en oversikt over hvilke av prinsippene, aspektene og indikatorene i retningslinjene fra The Global Reporting Initiative som Aktieselskapet Vinmonopolet har benyttet for å måle og rapportere resultater knyttet til bærekraft; sammen med en henvisning til hvor informasjonen om bærekraft er rapportert. Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks 2021 er en del av Aktieselskapet Vinmonopolets årsrapport for 2021. Vi har kontrollert om Aktieselskapet Vinmonopolet har utarbeidet en indeks for 2021 og om informasjon er gitt slik det kreves i standarder utgitt av The Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org/standards) (kriterier).

Nøkkeltall for bærekraft er indikatorer for bærekraft som Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks 2021 viser til, og som Aktieselskapet Vinmonopolet måler og følger opp. Nøkkeltall for bærekraft er tilgjengelige og inngår i Aktieselskapet Vinmonopolets årsrapport for 2021. Aktieselskapet Vinmonopolets har utarbeidet nøkkeltallene. Vi har kontrollert grunnlaget for målingene, etterberegnet målingene, og kontrollert om Aktieselskapet Vinmonopolet har presentert nøkkeltallene slik det kreves i standarder utgitt av the Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org/standards) (kriterier).

Ledelsens ansvar

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

Vår uavhengighet og kvalitetskontroll

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

Revisors oppgaver og plikter

Vår oppgave er å avgi en uttalelse som gir moderat sikkerhet om Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering av bærekraft basert på vår kontroll. Vi har foretatt våre kontroller og avgir vår uttalelse i samsvar med standard for attestasjonsoppdrag "ISAE 3000 Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon

*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*



eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon". Et attestasjonsoppdrag som skal gi moderat sikkerhet, har et betydelig mindre omfang enn et attestasjonsoppdrag som skal gi betryggende sikkerhet, både med hensyn til risikovurderingshandlingene, herunder forståelsen av den interne kontrollen, og handlingene som utføres for å håndtere de anslåtte risikoene.

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

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

Etter vår mening er innhentede bevis 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 ikke i det alt vesentlige utarbeidet i overensstemmelse med kravene i standarder utgitt av The Global Reporting Initiative; og

Nøkkeltall for bærekraft ikke i det alt vesentlige utarbeidet, målt og rapportert i overensstemmelse med kravene i standarder utgitt av The Global Reporting Initiative.

Oslo, 29. april 2022

PricewaterhouseCoopers AS

Marius Thorsrud
Statsautorisert revisor

Nøkkeltall

	2021	2020
Salg i 1 000 liter		
Svakvin	96 721	95 265
Sterkvin	640	631
Brennevin	16 075	15 071
Øl *)	4 161	3 872
Alkoholritt *)	836	689
*) Tidligere definert som «øvrige produkter»		
Sum	118 433	115 528
INNETEKTER OG RESULTAT millioner kroner		
Driftsinntekter	21 714,1	20 579,6
Driftsresultat	622,7	706,2
Resultat før skatt	642,8	735,2
KAPITAL		
Total kapital i millioner kroner	5 412,9	5 016,6
Egenkapital i millioner kroner	665,1	857,0
Egenkapitalandel i prosent	12,3	17,1
LØNNSOMHET		
Dekningsgrad 1)	12,6	12,7
Resultatgrad 2)	3,0	3,6
Avkastning på sysselsatt kapital 3)	84,5	81,6
LIKVIDITET		
Likviditetsgrad 4)	1,01	0,96
PERSONALE		
Antall ansatte pr. 31.12.	1 935	1 943
Herav: heltidsansatte	723	710
deltidsansatte	1 455	1 233
Antall årsverk	1 299	1 218
Antall butikker pr. 31.12.	339	337

1) Salgsinntekter - varekost / salgsinntekter

2) Resultat før skatt / salgsinntekter

3) Resultat før finanskostnader / gjennomsnittlig gjeld og rentebærende gjeld

4) Omløpsmidler - varelager / kortsiktig gjeld

Key figures

	2021	2020
Sales 1 000 liter		
Table wine	96 721	95 265
Fortified wine	640	631
Spirits	16 075	15 071
Beer *)	4 161	3 872
Alcohol free *)	836	689
*) Formerly defined as "other products"		
Total	118 433	115 528
REVENUE AND RESULTS (NOK mill)		
Operating revenues	21 714,1	20 579,6
Operating profit	622,7	706,2
Net profit before tax	642,8	735,2
CAPITAL		
Assets (NOK mill)	5 412,9	5 016,6
Shareholder's equity (NOK mill)	665,1	857,0
Equity to asset ratio (%)	12,3	17,1
PROFITABILITY (%)		
Dekningsgrad - Coverage 1)	12,6	12,7
Operating margin 2)	3,0	3,6
Return on capital employed 3)	84,5	81,6
LIQUIDITY		
Current ratio ⁴⁾	1,01	0,96
EMPLOYEES		
Total employees at Dec 31	1 935	1 943
Of which: Full time	723	710
Part time	1 455	1 233
Equivalent full time employees	1 299	1 218
Retail outlets at Dec 31	339	337

1) Salgsinntekter - varekost / salgsinntekter

2) Resultat før skatt / salgsinntekter

3) Resultat før finanskostnader / gjennomsnittlig gjeld og rentebærende gjeld

4) Omløpsmidler - varelager / kortsiktig gjeld

Salget i 2021

Vinmonopolet solgte totalt 118,4 millioner liter i 2021, en vekst på 2,9 millioner liter eller 2,5 prosent fra 2020. 2021 er med dette nok et år for historiebøkene, salget er Vinmonopolets største noensinne.

Årsaken til de historiske volumene er koronarestriksjonene som medførte betydelig reduksjon i grensehandel, taxfree-salg og uteliv store deler av året.

Veksten for 1. halvår var på 15 prosent mot en nedgang på 7 prosent for 2. halvår. I takt med gjenåpningen av samfunnet fra sommeren 2021 økte nedgangen i Vinmonopolets salg utover høsten, fra en reduksjon på 2 prosent i august til en nedgang på 19 prosent i november. I desember, da koronarestriksjonene økte, blant annet med nasjonalt skjenkeforbud fra midten av måneden, gikk Vinmonopolets salg ned med 6 prosent.

Med god margin er rødvin Vinmonopolets største kategori. Slik har det vært siden 70-tallet, men mens det var nedgang for rødvin på 2 prosent til 53,3 millioner liter, var det vekst på 2 prosent for hvitvin – nest største kategori – til 28 millioner liter: tidenes høyeste salg av hvitvin.

Både musserende viner og rosévin økte med 13 prosent i 2021. Salget av musserende stoppet til slutt på 8 millioner liter, rosévin på 5,4 millioner liter. Musserende og rosévin, Vinmonopolets tredje og fjerde største, utgjorde med dette henholdsvis 6,7 og 4,5 prosent av Vinmonopolets salg – tidenes høyeste markedsandeler for begge kategoriene.

At rødvin går ned mens hvitvin, musserende og rosévin øker, peker klart i retning av at markedet fortsatt dreier i retning av lettere og lysere vinstiler, produkter som ofte ligger noe lavere på alkohol-, sukker- og kaloriinnhold enn det rødvin gjør. Årsaken til denne dreiningen kan være at stadig flere ønsker å leve litt «lettere».



FOTO: JARLE HVIDSTEN

Klimatiske forhold, at Norge stadig blir litt varmere for hvert år, bidrar også til å forklare veksten for hvitvin, musserende og rosévin. Mens rødvin regjerer i kulden, øker populariteten til de lysere vinstilene i takt med varmegradene.

Brennevinssalget stoppet til slutt på 16,1 millioner liter, tilsvarende en vekst på 7 prosent. Brennevin utgjorde med dette 13,6 prosent av salget målt i vareliter. Høyere vekst for brennevin enn svakvin kan ha sammenheng med nedgangen i taxfree-salget. Ifølge tall fra Folkehelseinstituttet utgjorde brennevin 24 prosent av salget på taxfree i 2019.

Rekordsalget til tross: Det er heldigvis ingen grunn til å tro at nordmenn drikker mer alkohol. Tall fra Opinion viser at 69 prosent av de spurte siden mars 2020 rapporterer om stabilt alkoholkonsum, 22 prosent svarer at konsumet har gått ned, mens 9 prosent forteller om økt konsum. Totalt er drøyt 130 000 personer intervjuet i perioden mars 2020–desember 2021.

Noter

[1] Drikk som inneholder tilvirket alkohol ublandet eller i blanding med andre produkter, og som ikke er vin.

[2] Drikk som er laget av druesaft ved alkoholgjæring og tilsatt tilvirket alkohol.

[3] Drikk som er laget av druesaft, frukt, bær, plantesaft eller honning ved alkoholgjæring uten tilsetning av tilvirket alkohol.

[4] Øl med alkoholstyrke over 4,75 volumprosent alkohol.

[5] Drikk med alkoholstyrke til og med 0,7 volumprosent alkohol.

Tabell 1 Vinmonopolets salg 2012 – 2021, hovedvaretype, 1 000 liter

År	Totalt	Brennevin ¹	Sterkvin ²	Svakvin ³	Øl ⁴	Alkoholfritt ⁵
2012	79 869	11 852	670	65 692	1 433	223
2013	80 631	11 479	609	66 449	1 815	280
2014	81 160	11 254	569	66 804	2 215	318
2015	80 466	11 185	539	65 911	2 482	349
2016	81 303	11 300	519	66 407	2 641	436
2017	80 680	11 205	500	65 746	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

Tabell 2 Vinmonopolets salg av brennevin 2017 – 2021, 1 000 liter

Brennevin ¹	2017	2018	2019	2020	2021
Vodka	3 359	3 321	3 354	4 045	4 187
Norge	1 145	1 106	1 125	1 393	1 582
Sverige	492	495	522	713	808
Polen	624	645	647	677	554
Finland	346	404	429	534	503
England	403	375	344	374	452
Frankrike	67	71	83	125	128
EU	194	143	130	132	55
Andre land	88	82	76	97	105
Likør	1 367	1 382	1 423	1 864	2 164
Irland	460	452	461	672	740
Danmark	224	229	243	275	294
Finland	91	95	106	137	191
Nederland	85	93	97	129	152
Norge	75	79	79	85	146
Frankrike	76	72	72	99	112
Italia	57	57	60	87	110
Canada	62	70	72	85	105
Andre land	239	236	232	295	314
Whisky	1 342	1 341	1 373	1 950	2 029
Skottland	908	916	936	1 287	1 334
Irland	215	213	213	329	354
USA	133	138	158	240	252
Canada	78	64	55	65	59
Japan	6	7	8	16	19
Norge	0	1	2	4	6
Andre land	2	2	3	8	5
Akevitt	1 291	1 297	1 330	1 903	1 918
Norge	1 132	1 113	1 140	1 591	1 604
Sverige	102	131	135	224	225
Danmark	46	43	42	65	63
Andre land	11	10	13	24	27

Tabell 2 Vinmonopolets salg av brennevin 2017–2021, 1 000 liter

Druebrennevin	1 593	1 485	1 417	1 708	1 662
Frankrike	1 550	1 440	1 369	1 635	1 581
Spania	34	36	42	63	69
Andre land	10	9	6	10	12
Brennevin, annet	601	693	723	1 035	1 245
Jamaica	163	165	171	251	279
Bermuda	136	139	151	195	246
Italia	52	97	103	174	206
Norge	147	131	130	180	199
Finland	0	45	60	85	118
Andre land	102	116	108	151	197
Gin	501	555	596	1 018	1 172
England	441	473	478	739	791
Norge	32	44	71	153	213
Finland	10	12	14	59	75
Skottland	13	14	17	31	32
Andre land	5	12	16	36	62
Bitter	661	656	656	875	939
Tyskland	450	445	449	593	634
Danmark	110	107	104	148	160
Italia	48	52	51	74	81
Norge	51	48	47	53	57
Andre land	3	3	5	7	7
Rom	167	173	178	286	323
Bermuda	78	86	84	133	143
Cuba	39	31	30	52	67
Jamaica	27	26	26	34	37
Barbados	7	9	14	27	25
Guatemala	8	8	8	13	14
Venezuela	2	4	5	8	10
Trinidad,Tobago	0	0	0	1	8
Andre land	6	9	10	18	20
Brennevin, nøytralt < 37,5 %	247	239	279	272	300
Norge	166	164	213	198	200
EU	63	56	45	49	68
Andre land	18	19	20	24	32
Fruktbrennevin	62	65	67	101	121
Mexico	40	43	46	74	93
Frankrike	18	18	19	24	26
Andre land	4	4	2	3	2
Genever (Nederland)	15	15	14	15	14
Totalt	11 205	11 222	11 409	15 071	16 075

Tabell 3 Vinmonopolets salg av sterkvin 2017–2021, 1 000 liter

Sterkvin ²	2017	2018	2019	2020	2021
Vermut	238	229	217	297	301
Italia	222	214	202	276	279
Frankrike	16	15	14	20	21
Andre land	0	0	0	1	1
Portvin (Portugal)	153	146	156	211	216
Sherry (Spania)	74	67	65	78	74
Sterkvin, annen	24	27	26	32	35
Madeira (Portugal)	12	12	11	14	14
Totalt	500	481	474	631	640

Tabell 4 Vinmonopolets salg av svakvin, 2017–2021, 1 000 liter

Svakvin ³	2017	2018	2019	2020	2021
Rødvin	39 780	38 684	38 581	54 115	53 254
Italia	15 651	14 639	14 523	20 478	19 442
Piemonte	3 570	3 862	4 110	6 554	6 698
Veneto	4 078	3 698	3 384	4 486	4 240
Puglia	2 636	2 006	1 847	2 178	1 821
Toscana	1 324	1 254	1 312	1 852	1 818
Sicilia	721	719	754	1 010	929
Lombardia	442	404	458	715	660
Abruzzo	864	754	602	769	611
Andre distrikter	2 018	1 942	2 056	2 913	2 665
Frankrike	4 566	4 894	5 152	7 111	7 213
Rhône	2 152	2 189	2 270	3 192	3 351
Pays d'Oc	1 265	1 325	1 190	1 515	1 252
Burgund	300	404	503	978	1 013
Bordeaux	479	672	638	876	1 003
Andre distrikter	368	304	552	550	593
Spania	5 696	5 772	5 691	7 473	6 948
Aragon	1 439	1 667	1 684	2 218	1 932
Rioja	1 213	1 211	1 229	1 663	1 693
Valencia	1 618	1 361	1 172	1 417	1 208
Catalonia	510	435	380	529	501
Castilla y León	238	201	168	236	235
Navarra	157	205	163	195	195
Andre distrikter	521	694	893	1 215	1 184
USA	2 924	2 984	3 222	4 929	5 067
Chile	3 970	3 572	3 317	4 871	4 257
Australia	2 449	2 333	2 253	3 165	3 704

Portugal	2 567	2 622	2 431	3 355	3 332
Argentina	741	658	761	1 008	1 145
Sør-Afrika	837	787	751	844	810
Libanon	48	83	102	167	369
Tyskland	10	33	68	219	313
Østerrike	135	134	148	233	287
New Zealand	106	103	124	119	147
Hellas	5	3	4	49	129
Andre land	76	67	35	93	92
Hvitvin	17 881	19 063	19 030	27 441	27 993
Tyskland	5 031	5 289	5 235	7 690	7 808
Mosel	1 658	1 627	1 474	2 025	2 051
Pfalz	705	902	1 037	1 680	1 911
Rhein Hessen	1 414	1 433	1 363	1 947	1 901
Nahe	539	548	556	753	764
Rheingau	457	393	328	436	391
Andre distrikter	258	387	477	849	790
Frankrike	4 628	4 737	4 815	7 012	7 208
Burgund	1 198	1 161	1 239	1 835	2 131
Pays d'Oc	917	1 021	1 154	1 984	2 128
Sørvest	1 056	975	855	1 050	852
Loire	560	580	542	749	718
Alsace	181	192	184	201	234
Bordeaux	189	143	127	127	117
Andre distrikter	529	665	714	1 065	1 029
Italia	1 979	2 045	1 888	2 660	2 617
Veneto	945	1 017	922	1 241	1 164
Sicilia	123	90	86	222	299
Piemonte	97	112	149	275	269
Dolomiti	104	106	137	242	264
Trentino-Alto Adige	80	96	92	101	95
Andre distrikter	631	625	502	578	526
Chile	1 462	1 632	1 663	2 542	2 510
Australia	1 347	1 334	1 126	1 586	1 542
Portugal	341	609	758	1 227	1 269
New Zealand	576	610	658	999	1 063
Ungarn	613	638	655	972	913
Østerrike	481	582	549	875	838
Sør-Afrika	460	500	542	671	756
Spania	464	572	498	533	536
USA	177	243	241	294	454
Argentina	301	239	343	322	251
Romania	0	0	0	0	100

Andre land	20	31	59	58	128
Musserende vin	4 817	5 187	5 469	7 019	7 959
Italia	2 427	2 523	2 512	3 080	3 291
Prosecco	1 339	1 383	1 373	1 720	1 648
Veneto	687	711	707	764	675
Piemonte	255	270	276	307	288
Andre distrikter	146	159	156	288	680
Frankrike	1 113	1 294	1 519	2 187	2 921
Burgund	479	597	719	1 059	1 368
Champagne	389	429	469	624	817
Jura	57	70	78	107	137
Bordeaux	70	76	67	91	132
Andre distrikter	118	123	187	307	467
Spania	1 086	1 158	1 218	1 395	1 330
Cava	1 056	1 143	1 210	1 385	1 296
Andre distrikter	30	15	8	11	35
Australia	123	126	121	177	170
England	3	13	14	43	76
Sør-Afrika	19	12	18	48	64
Tyskland	15	18	17	32	61
Andre land	31	42	49	57	46
Rosévin	2 215	2 793	2 755	4 751	5 350
Frankrike	1 063	1 472	1 499	2 616	2 837
Pays d'Oc	289	436	475	978	984
Provence	172	263	298	546	657
Languedoc	173	227	213	338	365
Loire	197	202	199	259	268
Méditerranée	63	115	102	120	193
Andre distrikter	170	229	212	375	370
Italia	453	534	529	825	998
Piemonte	196	237	261	367	535
Veneto	88	112	134	283	304
Andre distrikter	169	185	134	176	159
USA	319	353	286	455	372
Chile	110	57	44	174	284
Tyskland	47	91	84	215	271
Spania	162	208	210	295	252
New Zealand	3	19	36	75	157
Andre land	59	60	68	97	179
Perlende vin	609	676	677	975	1 014
Italia	351	383	374	470	458
Østerrike	49	106	110	183	235
Australia	72	75	74	129	117

Andre land	136	112	120	193	204
Aromatisert vin	261	311	357	544	672
Sverige	16	27	36	150	256
Italia	31	57	75	94	123
Andre land	213	227	246	300	292
Sider	126	213	236	326	373
Norge	79	138	160	244	286
Vestland	73	126	148	218	250
Viken	6	11	10	13	12
Oslo	-	0	1	4	9
Møre og Romsdal	-	-	0	5	5
Rogaland	-	-	-	1	5
Vestfold og Telemark	-	1	1	1	5
Andre distrikter	0	1	0	1	0
Sør-Afrika	1	6	10	17	18
England	19	33	26	21	17
Sverige	0	0	1	10	16
Storbritannia	14	13	12	10	13
Frankrike	4	11	16	10	10
Spania	2	4	5	9	9
Andre land	7	7	5	5	3
Fruktvin	58	58	60	94	106
Finland	41	40	38	51	53
Danmark	14	15	14	19	23
Norge	3	3	5	15	16
Andre land	0	1	2	8	14
Totalt	65 746	66 985	67 164	95 265	96 721

Tabell 5 Vinmonopolets salg av øl 4, 2017–2021, 1 000 liter

Øl ⁴	2017	2018	2019	2020	2021
Lys lager	521	601	700	923	1 131
Norge	160	199	249	307	354
Sverige	84	92	98	128	130
Tsjekkia	11	9	19	55	121
Nederland	34	76	109	120	119
Danmark	60	57	51	75	94
Spania	51	50	46	70	93
Tyskland	26	20	36	55	86
Japan	17	18	22	33	39
Thailand	27	27	27	30	31
Andre land	50	53	44	49	65
India pale ale	589	585	687	952	1 021
Norge	436	441	509	700	751
England	15	16	29	65	78
Skottland	29	30	48	63	49
USA	55	51	49	50	35
New Zealand	16	13	10	4	27
Sverige	4	4	14	19	21
Andre land	34	30	26	51	59
Mørk lager	346	352	310	348	353
Norge	319	309	278	315	312
Tyskland	23	40	25	20	34
Andre land	3	3	7	14	7
Hveteøl	261	230	212	271	300
Tyskland	157	144	133	189	207
Spania	28	27	25	35	35
Norge	23	22	17	14	25
Belgia	13	10	6	5	15
Island	5	4	7	10	9
Frankrike	27	18	11	10	4
Andre land	8	5	13	9	6
Porter & stout	165	163	187	238	238
Norge	102	102	117	158	170
England	13	13	22	32	27
USA	20	16	18	14	10
Andre land	30	32	29	35	30
Klosterstil	188	171	176	242	219
Belgia	97	93	88	133	122
Norge	78	69	79	102	91
Andre land	14	10	10	7	6

Surøl	85	87	110	207	212
Norge	18	22	39	97	96
Belgia	44	47	54	64	56
Sverige	2	1	2	6	23
England	6	4	4	22	19
Andre land	15	12	12	18	18
Pale ale	96	98	94	139	139
Norge	40	46	45	63	67
Danmark	24	26	22	37	36
USA	13	13	13	18	16
England	9	6	8	14	14
Andre land	10	7	5	8	6
Lys ale	90	95	80	114	135
Belgia	48	48	40	71	92
Norge	33	34	29	35	34
Andre land	9	13	11	8	9
Spesial	135	116	119	135	123
Norge	114	90	97	113	103
Andre land	22	25	22	22	20
Saison farmhouse ale	120	116	114	128	121
Norge	88	74	72	84	69
Belgia	11	22	30	30	32
Andre land	21	19	12	14	19
Brown ale	51	54	57	57	59
Norge	42	39	37	41	46
Andre land	9	15	20	17	13
Mjød	17	14	18	22	27
Danmark	10	10	12	16	18
Norge	3	4	5	5	7
Andre land	3	1	1	1	2
Scotch ale	28	25	26	33	23
Sake	11	13	15	20	22
Barley wine	16	21	22	24	19
Red/amber	18	26	22	18	18
Totalt	2 738	2 767	2 948	3 872	4 161

Tabell 6 Butikkenes omsetning i 2021 i 1 000 kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i 1 000 kroner	Vareliter totalt	Brennevin	Sterkvin	Svakvin	Øl	Alkoholfritt
Aksdal, åpnet 1. juni	29 668	135 791	19 706	370	111 098	3 591	1 025
Alta	114 440	484 926	89 064	1 543	369 993	21 346	2 981
Alver	121 252	554 887	87 052	2 322	445 934	15 456	4 124
<i>Knarvik</i>	106 580	487 300	76 011	2 013	391 692	13 824	3 759
<i>Radøy</i>	14 672	67 588	11 041	308	54 242	1 631	365
Andenes	22 403	97 513	18 462	440	74 880	2 827	903
Arendal	172 645	793 648	100 861	4 286	666 191	18 165	4 145
Asker	551 658	2 519 907	220 425	13 538	2 186 466	79 549	19 929
<i>Asker sentrum</i>	176 923	795 259	65 077	4 091	684 845	35 303	5 942
<i>Holmen Senter</i>	205 258	928 277	63 876	5 890	829 196	20 958	8 358
<i>Slemmestad</i>	96 249	454 078	47 722	2 052	386 362	14 975	2 967
<i>Sætre</i>	46 952	218 846	27 601	951	183 072	5 544	1 678
<i>Tofte</i>	26 276	123 447	16 150	554	102 990	2 768	985
Askvoll	16 198	73 016	12 420	394	55 885	3 536	781
Askøy	87 806	401 812	56 050	1 665	329 320	12 263	2 515
Austevoll	22 096	98 056	13 394	381	81 929	1 752	599
Bagn	24 530	107 394	17 160	584	86 381	2 691	579
Bardufoss	45 429	192 587	37 643	577	145 299	7 985	1 082
Beitostølen	35 634	149 768	16 502	818	127 004	4 347	1 097
Bergen	1 509 075	6 689 650	796 947	30 720	5 561 463	251 082	49 439
<i>Arna</i>	69 365	318 964	45 149	1 226	259 664	10 271	2 655
<i>Bergen Storsenter</i>	161 395	682 748	98 910	3 555	516 786	58 690	4 807
<i>Fyllingsdalen</i>	128 716	593 886	67 053	2 923	498 919	20 916	4 076
<i>Lagunen</i>	195 170	870 494	91 247	3 750	743 354	25 250	6 893
<i>Laksevåg</i>	68 082	309 866	41 976	1 171	253 783	10 457	2 479
<i>Nesttun</i>	119 850	550 287	55 363	2 752	471 387	16 122	4 663
<i>Sletten</i>	158 934	714 630	69 809	3 613	608 782	26 915	5 511
<i>Valkendorfs gate</i>	189 928	723 385	94 694	3 299	596 939	23 699	4 755
<i>Vestkanten</i>	134 604	614 670	82 901	2 635	509 358	16 439	3 337
<i>Åsane</i>	129 129	598 680	67 800	2 742	506 456	17 226	4 456
<i>Åsane Horisont</i>	153 902	712 037	82 045	3 053	596 035	25 098	5 807
Bjørkelangen	59 169	260 823	49 508	2 015	199 362	8 026	1 913
Bjørnafjorden	98 696	452 947	62 255	1 439	376 209	10 663	2 381
<i>Eikelandssosen</i>	11 520	51 479	8 901	158	41 074	1 103	243
<i>Os</i>	87 176	401 468	53 354	1 281	335 135	9 560	2 138
Bodø	340 662	1 498 282	207 337	5 870	1 205 209	64 627	15 238
<i>City Nord</i>	178 372	783 512	108 301	3 255	623 294	40 403	8 258
<i>Hunstad</i>	76 879	343 050	48 717	1 160	277 955	11 833	3 385
<i>Bodø sentrum</i>	85 411	371 720	50 320	1 455	303 960	12 390	3 594
Brokelandsheia	50 298	237 386	31 911	1 094	197 774	5 157	1 450

Bruhagen	22 196	94 257	17 939	758	71 481	3 254	824
Bryne	82 560	365 504	50 430	1 705	288 897	21 058	3 414
Brønnøysund	51 389	219 072	42 264	1 072	165 180	8 405	2 152
Bærum	823 123	3 658 461	284 240	22 240	3 216 543	108 966	26 473
<i>Bekkestua</i>	180 836	765 286	49 670	5 393	676 382	27 153	6 688
<i>Bærum Verk</i>	55 919	255 544	17 508	1 335	225 970	8 641	2 089
<i>Fornebu</i>	117 977	500 039	29 817	2 242	452 449	12 241	3 290
<i>Kolsås</i>	183 676	861 640	76 983	5 066	748 901	25 967	4 722
<i>Sandvika</i>	157 118	689 745	72 009	3 858	585 701	23 308	4 868
<i>Østerås</i>	127 597	586 208	38 252	4 346	527 139	11 655	4 816
Bø i Telemark	54 858	240 536	44 222	1 346	185 584	8 131	1 253
Bø i Vesterålen	10 136	43 595	9 349	193	32 421	1 358	274
Bømlo	33 812	158 785	24 047	676	126 783	5 851	1 428
Båtsfjord	13 717	53 463	14 585	348	35 590	2 571	370
Dokka	39 862	170 476	37 023	1 136	124 681	6 452	1 183
Dombås	24 762	107 501	19 905	482	82 077	4 394	644
Drammen	526 968	2 364 004	322 686	17 391	1 926 329	81 430	16 168
<i>Buskerud Storsenter</i>	129 077	586 847	93 112	4 187	467 780	17 254	4 514
<i>Bragernes</i>	103 108	457 865	57 445	4 127	381 381	11 780	3 132
<i>CC</i>	163 434	738 483	87 492	5 052	606 442	34 816	4 681
<i>Strømsø</i>	98 830	431 542	62 515	2 951	349 814	13 376	2 886
Svelvik	32 520	149 267	22 122	1 074	120 912	4 203	955
Drangedal	21 628	97 939	17 741	467	76 291	2 900	540
Drøbak	93 266	436 857	39 136	2 402	383 369	8 210	3 739
Egersund	69 195	302 020	52 727	1 248	235 925	9 979	2 140
Eggedal	16 170	69 464	10 405	358	56 194	2 019	488
<i>Eidsvoll</i>	121 003	539 215	90 934	3 859	420 876	19 366	4 180
<i>Eidsvoll sentrum</i>	46 048	204 790	33 446	1 497	161 801	6 549	1 497
<i>Råholt</i>	74 955	334 425	57 488	2 362	259 074	12 817	2 683
eLager	170 049	624 522	77 313	3 024	519 309	19 340	5 536
Elnesvågen	36 454	157 504	32 031	941	117 210	6 304	1 018
Elverum	119 944	532 281	90 294	3 443	417 949	17 955	2 638
Etne	27 547	126 015	20 756	494	99 683	4 214	868
Evenskjer	27 193	122 147	22 481	520	95 113	3 375	659
Evje	37 549	170 640	31 380	752	130 713	6 709	1 087
Fagernes	85 836	376 697	65 022	2 542	297 428	9 058	2 647
Farsund	42 822	197 808	28 992	762	160 453	6 168	1 432
Fauske	68 842	295 932	58 183	1 173	227 604	6 975	1 997
Finnsnes	82 978	356 913	66 600	1 202	273 105	13 539	2 468
Fitjar, åpnet 14. oktober	2 263	9 592	1 776	41	7 117	526	131
Flekkefjord	37 344	174 195	27 461	525	140 250	4 942	1 017
Flisa	52 575	225 317	49 822	1 851	166 420	6 022	1 202
Flå	12 683	55 426	8 677	323	44 221	1 910	296

Fosnavåg	23 821	105 891	18 125	561	83 190	3 438	576
Fredrikstad	368 741	1 675 624	227 453	10 311	1 382 016	47 183	8 662
<i>Torvbyen</i>	197 556	886 431	119 332	5 604	731 497	25 092	4 906
<i>Østsiden</i>	171 185	789 194	108 120	4 707	650 519	22 091	3 756
Froland	45 346	217 094	34 140	1 004	177 235	4 081	634
Frosta	13 298	57 590	12 432	378	43 120	1 385	275
Frøya	27 817	107 142	29 168	590	73 446	3 154	784
Færder	253 413	1 155 869	113 993	6 545	1 011 805	17 424	6 102
<i>Nøtterøy</i>	196 021	889 431	87 773	5 037	778 692	13 343	4 586
<i>Tjøme</i>	57 392	266 438	26 220	1 508	233 113	4 081	1 515
Førde	99 437	434 810	76 557	1 586	337 570	16 075	3 022
Gausdal	29 680	130 356	22 624	700	103 293	3 138	600
Geilo	68 127	284 678	28 617	1 232	245 508	7 248	2 072
Gjerdrum	25 812	113 667	17 366	663	90 844	4 049	746
Gjøvik	155 029	668 889	111 426	4 671	528 815	19 709	4 268
Gol	60 641	265 640	41 599	1 434	212 474	7 980	2 153
Gran	87 893	386 368	67 166	2 863	302 723	11 080	2 536
Grimstad	89 361	420 357	51 191	2 100	354 094	10 740	2 233
Grong	25 635	105 835	24 743	633	77 376	2 634	449
Halden	115 604	550 552	80 601	3 281	449 078	14 914	2 677
Hamar	249 299	1 089 342	143 547	6 831	897 794	33 932	7 237
Hammerfest	55 958	233 979	45 316	921	177 316	8 723	1 703
Harstad	128 895	568 293	88 382	2 545	456 471	17 383	3 511
Haugesund	142 622	636 507	90 663	3 318	520 480	17 936	4 110
Hemsedal	34 873	139 422	16 911	607	115 678	4 429	1 797
Herøy	10 429	45 275	9 067	235	34 377	1 433	164
Hitra	30 595	126 592	29 002	925	92 703	3 154	809
Hokksund	80 082	355 025	62 313	2 589	278 468	9 625	2 031
Holmestrand	114 457	521 812	76 543	3 735	424 925	13 808	2 801
<i>Holmestrand sentrum</i>	62 572	284 232	41 742	2 122	230 366	8 213	1 790
<i>Sande</i>	51 885	237 580	34 801	1 614	194 559	5 595	1 012
Honningsvåg	18 522	78 722	16 078	310	60 107	1 818	409
Horten	188 681	884 710	113 757	5 627	738 459	21 403	5 465
<i>Horten sentrum</i>	100 828	464 194	65 135	3 052	381 421	11 912	2 674
<i>Åsgårdstrand</i>	87 853	420 516	48 622	2 575	357 038	9 490	2 791
<i>Hov</i>	22 588	98 350	16 400	688	77 474	3 241	546
Hovden	15 389	66 407	8 295	195	55 923	1 551	444
Hvaler	41 437	196 277	21 293	766	169 631	3 371	1 216
Hønefoss	113 443	511 717	78 445	4 217	411 147	14 321	3 588
Høyanger	13 539	57 770	11 492	284	42 877	2 616	500
Inderøy	18 997	79 885	16 051	357	60 282	2 759	436
Indre Østfold	172 232	772 616	136 618	4 861	602 249	25 343	3 545
<i>Askim</i>	112 162	505 864	85 335	3 289	397 306	17 718	2 215

<i>Mysen</i>	60 070	266 752	51 283	1 572	204 943	7 625	1 329
Jevnaker	41 793	189 621	31 923	1 562	149 428	5 843	865
Jørpeland	54 008	246 728	39 866	1 008	193 989	10 059	1 806
Karmøy	213 036	966 025	149 082	3 836	779 850	27 545	5 712
<i>Kopervik</i>	74 745	331 152	57 082	1 543	258 740	11 537	2 251
<i>Oasen</i>	138 291	634 873	92 000	2 293	521 109	16 009	3 462
Kautokeino	5 313	21 435	5 860	40	14 823	632	80
Kinn	83 889	354 592	67 911	1 296	268 078	13 948	3 359
<i>Florø</i>	52 257	220 418	42 065	826	165 449	10 176	1 902
<i>Måløy</i>	31 632	134 174	25 847	470	102 629	3 772	1 457
Kirkenes	56 420	244 863	43 624	1 470	187 143	10 115	2 511
Kjøllefjord	9 337	36 210	10 097	129	23 713	2 080	190
Klepp	94 575	426 242	64 052	2 023	339 778	17 502	2 887
Kongsberg	126 872	573 803	79 688	3 551	466 162	20 105	4 296
Kongsvinger	91 883	407 778	74 077	3 499	314 777	13 000	2 425
Koppang	14 651	61 194	14 010	337	44 893	1 504	450
Korgen	16 339	68 848	14 829	415	50 522	2 467	615
Kragerø	77 373	353 232	42 548	1 654	299 359	6 948	2 723
Kristiansand	521 606	2 433 268	284 618	11 770	2 050 802	70 853	15 226
<i>Lillemarkens</i>	181 819	807 079	95 294	3 961	669 349	33 300	5 176
<i>Sørlandssenteret</i>	171 935	815 038	95 056	3 840	691 852	19 501	4 790
<i>Vågsbygd</i>	89 007	436 929	47 673	2 188	373 934	10 288	2 845
<i>Søgne</i>	78 845	374 222	46 595	1 780	315 667	7 765	2 415
Kristiansund Sentrum	129 693	567 602	95 757	3 034	447 283	18 369	3 159
Kvinesdal	14 795	64 883	14 617	337	47 831	1 808	290
Kvinnherad	48 161	217 295	35 105	741	174 733	5 363	1 353
<i>Husnes</i>	37 474	167 188	29 276	615	131 722	4 442	1 133
<i>Rosendal</i>	10 687	50 106	5 829	125	43 010	922	220
Kyrksæterøra	24 657	104 228	23 202	603	76 199	3 595	630
Lakselv	32 493	138 485	28 402	628	101 128	7 525	801
Langevåg	25 857	118 411	18 273	456	95 498	3 536	648
Larvik	246 188	1 132 987	141 979	7 855	952 849	24 183	6 122
<i>Larvik sentrum</i>	158 438	717 336	95 567	5 370	596 581	15 924	3 895
<i>Stavern</i>	87 751	415 651	46 413	2 485	356 268	8 259	2 227
Leknes	68 454	292 747	55 132	1 344	224 722	8 315	3 234
Lena	54 563	227 029	48 649	1 577	170 669	4 708	1 426
Levanger	86 158	386 429	67 113	2 087	300 542	14 813	1 874
Liertoppen	139 048	631 911	76 602	3 377	528 848	19 377	3 707
Lillehammer	143 987	642 127	83 545	3 466	522 261	28 000	4 855
Lillesand	66 903	320 031	35 627	1 434	272 437	8 753	1 780
Lillestrøm	490 430	2 164 062	299 524	13 365	1 751 299	84 703	15 171
<i>Fetsund</i>	45 165	203 323	29 825	1 228	162 462	8 103	1 705
<i>Lillestrøm sentrum</i>	117 583	499 554	69 300	3 295	407 945	15 283	3 731
<i>Skedsmokorset</i>	109 884	496 490	63 519	2 894	407 239	19 704	3 133

<i>Strømmen</i>	173 890	768 617	106 525	4 871	619 632	32 339	5 250
<i>Sørumsand</i>	43 908	196 079	30 356	1 077	154 021	9 274	1 351
Lom	20 328	84 640	16 942	477	64 191	2 524	506
Lonevåg	17 110	75 136	13 536	337	58 288	2 319	656
Luster	8 735	37 343	7 580	190	28 337	945	292
Lyngdal	46 023	211 116	37 383	655	165 702	6 013	1 364
Lyngen	11 541	47 406	9 166	214	35 579	2 210	236
Lødingen	11 741	51 276	9 722	265	39 446	1 307	536
Lørenskog	207 851	945 408	118 778	4 916	776 191	38 539	6 984
<i>Metro</i>	125 030	573 860	73 490	3 175	474 976	17 767	4 453
<i>Triaden</i>	82 821	371 548	45 288	1 741	301 215	20 772	2 532
Løten	24 936	110 260	21 407	1 036	83 526	3 738	552
Malvik	64 227	292 665	43 893	1 035	231 807	14 581	1 350
Mandal	83 351	381 109	55 940	1 834	314 079	7 233	2 024
Melhus	72 304	308 211	60 089	1 500	232 842	12 121	1 660
Mo i Rana	161 921	706 034	129 284	3 201	547 525	21 289	4 736
Molde	163 791	738 407	104 529	3 698	586 878	38 843	4 458
Mosjøen	83 816	358 091	68 898	1 387	275 239	10 586	1 981
Moss	326 224	1 514 181	192 829	10 107	1 261 403	41 567	8 274
<i>Moss sentrum</i>	111 880	526 489	66 071	4 069	439 905	13 130	3 315
<i>Rygge</i>	214 344	987 692	126 758	6 038	821 499	28 437	4 959
Myre	20 916	91 973	17 499	268	70 159	3 092	955
Namsos	97 992	412 885	85 369	2 722	309 376	12 680	2 738
Nannestad	31 099	142 370	24 446	769	111 819	4 507	829
Narvik	112 797	503 446	83 956	2 088	399 980	14 440	2 981
Nesbyen	26 250	113 842	16 928	640	93 263	2 278	733
Nesna	7 979	34 504	7 095	209	25 609	1 414	177
Nesodden	104 329	477 574	39 373	3 124	416 551	14 037	4 488
Nittedal	83 917	386 035	45 112	2 535	318 753	16 473	3 163
Nordfjordeid	39 343	173 275	29 451	712	135 394	6 305	1 414
Nordre Follo	296 334	1 333 876	134 925	7 629	1 134 070	46 087	11 164
<i>Kolbotn</i>	144 157	654 395	56 290	3 561	566 155	23 126	5 264
<i>Ski</i>	152 177	679 480	78 635	4 068	567 915	22 961	5 900
Norheimsund	39 061	180 636	23 315	633	150 306	4 930	1 452
Notodden	71 024	306 243	53 863	1 797	240 149	8 615	1 819
Nærbø	45 620	190 030	36 549	716	140 405	10 630	1 729
Nærøysund	49 944	193 506	52 226	911	133 418	5 024	1 927
<i>Kolvereid</i>	19 760	77 313	21 278	386	52 899	2 045	705
<i>Rørvik</i>	30 184	116 193	30 948	525	80 519	2 979	1 222
Odda	48 398	217 778	34 817	871	174 127	6 810	1 153
Oppdal	66 220	286 831	44 908	1 669	230 215	8 277	1 763
Orkanger	113 925	485 425	94 998	2 631	369 166	16 346	2 285
Oslo	4 177 769	17 073 224	1 622 266	101 419	14 544 980	651 856	152 703

Aker Brygge	218 535	591 677	41 970	2 595	505 213	36 769	5 130
Alna	113 934	485 578	57 082	2 605	394 564	27 099	4 226
Briskeby	119 615	468 162	32 113	2 687	418 408	11 161	3 793
Bøler	79 621	376 630	37 691	2 423	315 778	16 936	3 802
Carl Berner	85 866	361 071	40 057	1 771	299 605	15 468	4 169
CC Vest	328 117	1 321 809	82 086	9 530	1 194 206	27 350	8 638
Frogner	139 088	544 468	38 591	3 254	485 336	12 597	4 690
Grorud	77 603	339 065	62 159	2 145	262 742	9 813	2 205
Grünerløkka	112 740	458 575	47 223	2 424	387 902	16 139	4 886
Grønland Basar	99 607	427 331	53 092	1 903	346 786	21 568	3 981
Hasle Torg	121 109	528 206	48 126	2 212	443 099	28 746	6 023
Holmlia	7 729	34 108	4 094	326	26 884	2 248	555
Kiellandsplass	124 121	532 493	49 136	2 260	454 866	21 227	5 004
Lambertseter	213 544	950 102	74 396	5 293	834 080	27 885	8 448
Linderud	106 365	472 535	59 824	2 431	383 554	22 423	4 302
Majorstuen	167 924	712 002	55 553	5 055	626 838	19 227	5 329
Manglerud	144 238	652 176	63 273	3 567	558 271	21 994	5 071
Mortensrud	73 721	338 990	44 411	1 974	277 211	12 579	2 817
Nydalen	59 536	262 045	21 196	1 122	224 361	12 268	3 097
Oslo City	147 363	599 589	89 489	4 041	454 847	45 675	5 538
Oslo S	107 441	449 872	69 486	2 742	356 808	17 495	3 342
Paleet	63 378	259 105	27 950	1 299	216 463	10 489	2 904
Røa	152 497	671 801	45 525	5 092	597 688	17 392	6 103
Sandaker	149 138	648 731	62 224	4 156	551 656	24 272	6 423
Skøyen	264 172	777 849	49 203	4 249	698 901	18 852	6 645
Steen & Strøm	59 701	242 548	22 511	1 026	207 517	8 688	2 806
Storo	173 168	719 856	64 812	4 953	587 396	54 380	8 315
Stovner	83 022	373 570	64 764	2 373	291 865	12 174	2 393
Thereses gate	137 762	567 703	47 444	3 041	493 185	18 478	5 555
Tveita	139 322	628 383	80 366	4 486	513 056	25 384	5 093
Ullevaal Stadion	139 179	606 319	37 887	3 622	539 434	20 118	5 259
Valkyrien	47 551	212 047	19 584	885	184 919	4 546	2 114
Vinderen	121 062	458 829	28 946	3 876	411 542	10 417	4 048
Otta	33 091	144 381	26 486	718	109 799	6 084	1 294
Porsgrunn	216 288	964 894	138 678	5 976	792 403	22 449	5 388
Down Town	137 339	601 513	84 551	3 836	494 391	14 886	3 850
Jernbanegata	78 949	363 380	54 127	2 140	298 012	7 563	1 538
Rakkestad	26 306	116 802	22 373	656	89 440	3 316	1 016
Randaberg	85 204	405 163	47 098	1 418	340 245	14 058	2 344
Raufoss	59 730	256 857	50 092	1 893	194 231	8 811	1 831
Rena	30 553	132 436	25 595	665	102 181	3 412	583
Ringebu	38 597	163 731	26 461	835	131 859	3 618	957
Ringsaker	168 982	751 360	129 918	4 688	591 557	21 263	3 935

<i>Brumunddal</i>	64 722	293 879	51 394	1 972	233 079	6 090	1 344
<i>Moelv</i>	41 160	182 298	32 254	1 150	141 690	6 109	1 094
<i>Rudshøgda</i>	63 100	275 184	46 271	1 566	216 787	9 064	1 497
Rissa	28 414	116 922	28 045	630	83 775	3 860	611
Risør	41 256	195 095	20 897	996	168 488	3 383	1 331
Rjukan	33 656	144 609	24 820	881	112 018	5 496	1 394
Rognan	23 804	101 783	21 104	342	76 510	2 916	912
Rødberg	15 210	62 172	12 405	366	47 934	1 180	288
Røros	56 477	243 846	42 551	1 325	189 649	8 582	1 739
Sandane	22 062	97 067	16 298	370	76 109	3 506	783
Sandefjord	369 622	1 632 223	205 376	10 777	1 374 829	32 666	8 576
<i>Andebu</i>	29 892	132 653	24 416	1 256	102 726	3 394	861
<i>Sandefjord sentrum</i>	258 084	1 120 924	130 759	6 930	956 864	20 655	5 717
<i>Stokke</i>	81 646	378 646	50 200	2 591	315 239	8 617	1 998
Sandnes	417 892	1 753 095	213 381	8 405	1 384 336	135 981	10 992
<i>Kvadrat</i>	230 455	983 926	117 391	3 744	752 619	103 821	6 351
<i>Sandnes sentrum</i>	187 437	769 169	95 990	4 661	631 717	32 160	4 641
Sandnessjøen	57 059	246 396	45 718	1 026	190 467	7 688	1 497
Sarpsborg	249 586	1 130 525	179 688	7 305	890 495	46 898	6 139
<i>Borg Amfi</i>	170 281	774 134	118 923	4 409	613 858	33 000	3 945
<i>Storbyen</i>	79 304	356 392	60 765	2 896	276 637	13 898	2 195
Sauda	25 262	114 756	19 797	413	90 248	3 351	946
Selbu	18 495	74 467	18 107	425	53 236	2 332	366
Seljord	29 777	132 980	23 911	709	103 360	4 407	593
Setermoen	19 641	81 840	16 745	246	61 233	2 974	642
Sjøvegan	14 336	63 115	12 265	211	48 765	1 573	302
Skarnes	44 079	199 643	36 088	1 781	156 029	4 780	966
Skien	170 682	789 431	108 078	5 116	656 212	15 946	4 080
Skjervøy	9 758	41 894	7 527	86	31 632	2 334	315
Smøla	9 117	38 289	7 909	204	28 740	1 158	278
Sogndal	57 117	251 074	44 932	934	194 264	9 165	1 779
Sola	119 977	543 385	66 545	2 384	446 462	24 542	3 452
Sortland	81 053	356 493	62 754	1 593	275 708	13 400	3 037
Stange	53 484	240 357	42 333	1 984	187 410	7 168	1 461
Stathelle	96 516	445 029	60 514	2 404	368 906	11 168	2 036
Stavanger	639 395	2 890 617	308 399	13 569	2 424 158	123 004	21 488
<i>Herbarium</i>	115 292	490 408	50 989	2 447	409 312	23 532	4 128
<i>Hillevåg</i>	168 004	797 542	82 617	3 282	676 573	29 751	5 320
<i>Hinna</i>	64 685	296 969	25 781	1 261	253 443	14 318	2 166
<i>Madla</i>	157 301	725 283	72 915	3 492	616 508	27 330	5 038
<i>Verksgata</i>	134 111	580 416	76 097	3 087	468 322	28 073	4 837
Steigen	16 067	70 428	13 351	343	53 423	2 740	571

Steinkjer	133 394	557 505	117 614	2 836	418 103	16 463	2 490
Stjørdal	116 186	515 661	93 840	2 582	394 947	20 841	3 451
Stokmarknes	32 830	149 292	24 221	760	117 794	5 196	1 321
Stord	91 821	424 452	60 841	1 587	347 258	11 993	2 773
Storslett	35 237	149 109	30 189	479	110 388	6 417	1 635
Storsteinnes	23 626	99 794	20 911	230	72 181	5 760	713
Stranda	19 651	86 172	14 500	230	67 551	3 440	450
Stryn	41 586	178 535	29 806	715	137 747	8 511	1 756
Støren	33 048	132 531	32 424	642	94 389	4 416	659
Suldal	9 885	45 043	7 067	343	35 804	1 507	321
Sunnalsøra	46 546	198 366	37 036	1 072	152 177	6 687	1 394
Surnadal	32 291	136 645	28 035	743	101 071	5 615	1 182
Svolvær	69 244	306 477	46 463	1 140	246 742	9 737	2 395
Sykkylven	25 935	115 610	18 490	338	91 148	4 783	852
Tromsø	475 712	2 091 831	269 308	7 719	1 695 430	103 617	15 758
Langnes	224 029	971 325	123 708	3 575	778 695	57 994	7 354
Tromsø sentrum	127 979	552 343	71 271	2 527	449 464	24 577	4 503
Tromsdalen	123 704	568 162	74 329	1 617	467 271	21 046	3 900
Trondheim	1 105 222	4 798 491	678 392	26 565	3 825 701	237 111	30 722
Byhaven	78 503	335 366	52 718	2 189	264 692	12 303	3 463
Byåsen	111 292	503 716	56 389	2 956	414 948	25 793	3 630
City Syd	160 584	712 683	115 294	3 574	553 779	35 548	4 489
Heimdal	83 476	375 430	64 681	1 935	291 287	15 219	2 308
Lade	183 140	815 722	107 572	4 747	665 241	33 013	5 149
Nedre Elvehavn	118 302	499 470	72 471	2 557	399 771	21 328	3 344
Trondheim Torg	117 773	483 752	85 552	2 552	343 583	48 578	3 487
Valentinlyst	252 154	1 072 351	123 713	6 055	892 400	45 330	4 853
Trysil	59 977	259 025	41 962	1 216	203 063	10 705	2 079
Tvedestrand	65 171	310 993	37 376	1 487	262 803	7 256	2 071
Tynset	49 821	214 241	42 781	978	160 923	7 969	1 590
Tysnes	11 887	54 268	8 624	200	43 943	1 245	256
Tønsberg	231 315	1 034 065	139 980	6 847	849 375	31 032	6 830
Tønsberg	154 972	691 256	86 603	4 428	572 433	22 479	5 312
Re	76 343	342 809	53 377	2 419	276 942	8 554	1 518
Ulefoss	18 143	82 363	14 986	759	64 532	1 792	295
Ullensaker	210 196	943 549	142 099	5 064	750 069	38 665	7 652
Jessheim	126 442	566 771	84 983	2 956	450 629	23 366	4 837
Kløfta	83 754	376 778	57 116	2 108	299 440	15 298	2 815
Ulsteinvik	57 561	247 141	43 080	1 069	191 710	9 004	2 277
Vadsø	38 477	168 203	30 565	492	128 470	7 294	1 382
Vanylven	6 916	29 789	6 281	315	22 062	952	179
Vardø	9 279	37 867	9 109	185	27 075	1 358	141
Vennesla	41 848	197 829	33 316	621	157 038	5 967	885

Verdal	61 001	260 048	56 255	1 258	191 002	9 972	1 561
Vestby	140 357	653 392	75 371	3 294	549 998	19 292	5 437
Vestby	94 604	438 325	56 568	2 284	361 914	13 945	3 612
Son	45 753	215 067	18 803	1 009	188 083	5 346	1 825
Vestnes	24 117	102 577	20 370	519	74 411	6 538	739
Vik i Hole	37 186	174 247	21 636	1 069	146 396	4 104	1 043
Vik i Sogn	7 929	36 074	6 615	77	26 840	2 446	95
Vikersund	56 767	253 763	44 857	1 690	198 223	7 435	1 558
Vinje	23 837	101 896	19 323	625	77 930	3 491	527
Vinstra	51 589	217 033	41 734	1 128	166 481	6 218	1 471
Volda	36 881	169 101	25 569	594	134 443	7 058	1 436
Voss	91 255	410 518	56 557	1 784	335 655	13 771	2 751
Vågå	16 645	70 531	13 785	279	54 073	2 026	368
Ytre Enebakk	33 444	154 862	23 849	1 005	124 254	4 995	758
Ølen	24 307	102 964	23 012	414	76 084	3 034	421
Ørland	56 730	236 886	51 302	1 206	173 325	9 311	1 743
Bjugn	16 644	69 860	15 389	423	51 736	1 892	419
Brekstad	40 087	167 026	35 913	783	121 588	7 419	1 323
Ørnes	29 220	126 613	24 798	434	93 944	6 164	1 273
Ørsta	39 621	181 678	28 377	587	144 025	7 415	1 274
Øyer	56 347	244 678	33 991	1 065	200 375	7 295	1 952
Øygarden	124 796	560 386	85 688	2 207	453 367	15 817	3 307
Sotra	106 047	478 011	70 482	1 918	389 259	13 465	2 888
Sund	18 749	82 374	15 206	289	64 108	2 352	419
Åfjord	19 336	80 799	17 495	312	60 497	1 855	640
Ål	21 361	96 595	13 842	433	79 550	2 023	748
Ålesund	379 764	1 674 774	242 918	7 471	1 349 379	64 102	10 904
Brattvåg	16 143	71 125	13 251	278	54 544	2 609	442
Digerneset	69 493	318 633	47 197	1 315	257 085	11 080	1 957
Moa	196 724	866 381	119 089	3 982	699 575	38 221	5 515
Ålesund sentrum	97 404	418 634	63 381	1 896	338 175	12 192	2 990
Ålgård	66 367	306 926	42 132	1 228	247 823	13 724	2 019
Åndalsnes	36 696	161 932	26 975	830	125 860	6 702	1 565
Årdal	22 801	98 718	18 397	334	75 590	3 769	628
Årnes	66 532	296 267	50 011	1 715	234 646	7 451	2 444
Ås	214 992	1 005 761	109 085	5 226	849 016	35 231	7 204
Vinterbro	157 696	743 896	77 597	3 803	633 411	23 855	5 230
Ås	57 296	261 865	31 488	1 424	215 604	11 376	1 974
Totalt	26 978 602	118 431 424	16 074 759	639 649	96 721 326	4 160 570	835 120

Tabell 7a Grossistenes markedsandel 2021, totalt salg, 1 000 liter

Grossist	2021	Andel
Arcus Wine Brands	6 587	5,6 %
Robert Prizelius AS	3 738	3,2 %
Arcus Norway AS	3 510	3,0 %
Einar A Engelstad AS	3 371	2,8 %
Fondberg AS	3 312	2,8 %
Treasury Wine Estates Norway AS	3 131	2,6 %
Concha y Toro Norway AS	2 855	2,4 %
Pernod Ricard Norway AS	2 785	2,4 %
Grape Company AS	2 719	2,3 %
VCT Norway AS	2 707	2,3 %
Symposium Wines AS	2 705	2,3 %
Moestue Grape Selections AS	2 681	2,3 %
Stenberg & Blom AS	2 357	2,0 %
Winery AS	2 325	2,0 %
Diageo Norway AS	2 324	2,0 %
Andre grossister	71 323	60,2 %
Totalt	118 431	100,0 %

Tabell 7b Grossistenes markedsandel 2021, brennevin¹, 1 000 liter

Grossist	2021	Andel
Arcus Norway AS	3 468	21,6 %
Diageo Norway AS	2 324	14,5 %
Pernod Ricard Norway AS	1 444	9,0 %
Robert Prizelius AS	1 293	8,0 %
Altia Norway AS	1 019	6,3 %
Galatea Beverages AS	925	5,8 %
Bacardi Norge AS	629	3,9 %
Edrington Norway AS	586	3,6 %
Interbev AS	331	2,1 %
Oplandske Spritfabrik ANS	318	2,0 %
Bache-Gabrielsen Norge AS	318	2,0 %
Interbrands Spirits Norway AS	316	2,0 %
Spivi AS	233	1,5 %
Engelstad Spirits AS	229	1,4 %
Distillium AS	218	1,4 %
Andre grossister	2 425	15,1 %
Totalt	16 075	100,0 %

Tabell 7c Grossistenes markedsandel 2021, svakvin ³, 1 000 liter

Grossist	2021	Andel
Arcus Wine Brands	6 587	6,8 %
Einar A Engelstad AS	3 356	3,5 %
Fondberg AS	3 214	3,3 %
Treasury Wine Estates Norway AS	3 131	3,2 %
Concha y Toro Norway AS	2 855	3,0 %
Grape Company AS	2 719	2,8 %
VCT Norway AS	2 707	2,8 %
Symposium Wines AS	2 694	2,8 %
Moestue Grape Selections AS	2 643	2,7 %
Robert Prizelius AS	2 402	2,5 %
Winery AS	2 325	2,4 %
Interbrands Norway AS	2 239	2,3 %
Stenberg & Blom AS	2 212	2,3 %
Best Cellars AS	2 098	2,2 %
Vinarius AS	2 008	2,1 %
Andre grossister	53 531	55,3 %
Totalt	96 721	100,0 %

10

GRI-indeks



GRI-indeks

OBLIGATORISKE INDIKATORER				
Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentar
102-1	Organisasjonsnavn	AS Vinmonopolet		
102-2	Aktiviteter, merkevarer, produkter og tjenester	Hvorfor er Vinmonopolet til	10	
102-3	Selskapets hovedkontor	Dronning Eufemias gate 11, 0150 OSLO Postboks 6953 St. Olavs plass, 0130 OSLO		
102-4	Plassering av driftssteder, leverandører og produsenter*	En faghandelkjede i verdensklasse Her finner du oss	12, 13	
102-5	Eierskap og juridisk informasjon	Vinmonopolet er et norsk aksjeselskap eid av staten ved Helse- og omsorgsdepartementet.		
102-6	Markeder med tilstedeværelse	Her finner du oss	13	
102-7	Selskapets størrelse	2021 i korte trekk Viktige hendelser 2021	8, 14-21	
102-8	Informasjon om ansatte og andre arbeidstakere	God og inkluderende arbeidsplass	78-85	
102-9	Leverandørkjede	Anstendig arbeid i leverandørkjeden	65	
102-10	Vesentlige endringer i størrelse, struktur, eierskap eller leverandørkjede	Viktige hendelser i 2021	14-21	
102-11	Forsiktighetsprinsipp eller -tilnærming	Vi følger amforis Code of Conduct, som bl.a.har referanser til UN Global Compact. Prinsipp 7 i Global Compact omhandler aktsomhetsprinsippet		amfori.org/content/code-conduct
102-12	Eksterne tiltak	amfori BSCI Code of Conduct, Stronger Together, Etisk Handel Norge		
102-13	Medlemsskap av foreninger	amfori BSCI, Stronger Together, Handelens Miljøfond, Emballasjeforeningen, Stiftelsen Miljøfyrtårn, Sirkelglass, Grønn punkt, Etisk Handel Norge		
102-14	Erklæring fra øverste beslutningstaker	Adm.dir. har ordet	6	
102-16	Verdier, prinsipper, standarder, normer for adferd	Hvorfor er Vinmonopolet til	10	

OBLIGATORISKE INDIKATORER

Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentar
102-18	Styringsstruktur	Organisasjonskart Ledergruppen Styret	88 89 95	
102-40	Liste over interessentgrupper	Våre interessenter	30	
102-41	Tariffavtaler	Fagforeninger i Vinmonopolet		Alle ansatte er dekket av tariffavtaler og kollektive forhandlinger
102-42	Identifisering og valg av interessenter	Våre interessenter	30	
102-43	Tilnærming til interessentengasjement	Våre interessenter Interessentdialog	30, 31	
102-44	Nøkkelemner og bekymringer tatt opp	Interessentdialog	31	
102-45	Enheter som inngår i konsernregnskapet	Regnskap	96	
102-46	Rapportinnhold og avgrensninger	Om denne rapporten	3	
102-47	Liste over materielle temaer	Vesentlighetsanalyse	27	
102-48	Gjentakelse av informasjon	-		
102-49	Endringer i rapportering	Om denne rapporten	3	
102-50	Rapporteringsperiode	2021		
102-51	Dato for siste rapport	15.05.2021		
102-52	Rapporteringscyklus	Årlig		
102-53	Kontaktpunkt for spørsmål angående rapporten	sara.gronneberg.hauge@ vinmonopolet.no		
102-54	Rapportering i samsvar med GRI Standards	Om denne rapporten	3	
102-55	GRI-indeks	GRI-indeks	132	
102-56	Ekstern revisjon	PwC – Revisors beretning	106	

VALGFRIE INDIKATORER – VESENTLIGE TEMAER				
Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
Alkohol og samfunn: Begrense skadevirkningene av alkohol				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Vi skal begrense skadevirkningene av alkohol	36	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Vi skal begrense skadevirkningene av alkohol	36	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Vi skal begrense skadevirkningene av alkohol	36	
Egendef. Indikator	Vi selger alkohol med ansvar	Vi selger alkohol med ansvar i alle våre kanaler Stille alderskontroll Ansvarlig salg ved utlevering på dør og per post	36, 37	
Egendef. Indikator	Vi legger til rette for et ansvarlig alkoholkonsum	Kampanjer og annet holdningsskapende arbeid Bidra til en bedre drikkekultur Samarbeid med Av-og-til Samarbeid med Blå Kors	37, 38	
Alkohol og samfunn: Produktsikkerhet				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Produktsikkerhet	40	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Produktsikkerhet	40	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Produktsikkerhet	40	
416-1	Vurdering av helse- og sikkerhetsåvirkning fra våre varer og tjenester	Fremmedstoffer i alkoholholdige drikkevarer Kontroller gjennomført i 2021	42, 43	
416-2	Brudd på regler og standarder for helse og sikkerhet for våre produkter og tjenester	Kontroller gjennomført i 2021 Rapporterte hendelser av reklamasjoner pga overtrykk	43	
God Forretningsetikk				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – God forretningsetikk	44	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – God forretningsetikk	44	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – God forretningsetikk	44	

VALGFRIE INDIKATORER – VESENTLIGE TEMAER

Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
205-3	Bekreftede korrupsjonshendelser og iverksatte tiltak	Klager	47	
206-1	Juridiske reaksjoner på anti-kompetitiv adferd, mistillit og monopolpraksis	Klager	47	
Bærekraftig forbrukeradferd				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Bærekraftig forbrukeradferd	50	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Bærekraftig forbrukeradferd	50	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Bærekraftig forbrukeradferd	50	
Egendef. Indikator	Kundeveiledning, informasjon og produktvalg innen bærekraft	Kunden skal få god veiledning av våre butikkansatte om bærekraftige valg Kunden skal finne tydelig og lett tilgjengelig informasjon om bærekraft i våre kanaler Kunden skal finne et relevant utvalg av bærekraftig produkter i våre butikker	52,53	
Smarte miljø- og klimaløsninger				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Smarte miljø- og klimaløsninger	56	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Smarte miljø- og klimaløsninger	56	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Smarte miljø- og klimaløsninger	56	
301-1	Materialer brukt (målt i vekt eller volum)	Klimaregnskap	64	Kun mulig for oss å rapportere på 301-1 a).
302-4	Reduksjon av energiforbruk	Klimaregnskap	64	
303-1	Vannbruk og avrenning: Interactions with water as a shared resource			Utsettes til rapport for 2022
304-2	Biomangfold: Significant impacts of activities, products and services on biodiversity			Utsettes til rapport for 2022

VALGFRIE INDIKATORER – VESENTLIGE TEMAER				
Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
305-1	Direkte klimagassutslipp (scope 1)	Klimaregnskap	64	
305-2	Indirekte klimagassutslipp (scope 2)	Klimaregnskap	64	
305-3	Andre indirekte klimagassutslipp (scope 3)	Klimaregnskap	64	
305-5	Reduksjon av klimagassutslipp	Klimaregnskap	64	
306-2	Avfallsmengde, fordelt på avfallsfraksjon og disponering av avfall	Klimaregnskap	64	
308-1	Leverandør oppfølging miljøforhold: New suppliers that were screened using environmental criteria			Utsettes til rapport for 2022
Anstendig arbeid i leverandørkjeden				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Anstendig arbeid i leverandørkjeden	69	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Anstendig arbeid i leverandørkjeden	69	
103-3	Evaluerer av temaet	Innledning – Anstendig arbeid i leverandørkjeden	69	
403-7	Forebygging og redusering av helse- og sikkerhetspåvirkninger på arbeidsplass direkte knyttet til forretningsforhold/leverandørkjeden	Risikoen i vår leverandørkjede	69	
407-1	Arbeidstakerrettigheter i leverandørkjeden: Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk			Utsettes til rapport for 2022
Egendef. Indikator	Arbeidstakerrettigheter i leverandørkjeden: Antall leverandører med ansattrepresentanter i risikoland for «lack of access to remedy»			Utsettes til rapport for 2023
409-1	Tvunget arbeid i leverandørkjeden: Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor			Utsettes til rapport for 2024
414-2	Negativ sosial påvirkning i leverandørkjeden og iverksatte tiltak	Oppfølging 2021 Samarbeid for å nå våre mål	70-74	

VALGFRIE INDIKATORER – VESENTLIGE TEMAER

Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
FP2	Prosentandel av innkjøpt volum som er verifisert i samsvar med troverdige, internasjonalt anerkjente ansvarlige produktionsstandarder	Etiske sertifiseringer	70	
God og inkluderende arbeidsplass				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – God og inkluderende arbeidsplass	80	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – God og inkluderende arbeidsplass	80	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – God og inkluderende arbeidsplass	80	
401-1	Nyansettelser og utskifting av personalet	Tabeller om nyansettelser og turnover	84	
404-1	Gjennomsnittlig antall timer organisert opplæring per år per ansatt	Kompetanse og medarbeiderutvikling Gjennomført opplæring	80,81	
404-2	Programmer for kompetanseutvikling og støtte til omstilling	Kompetanse og medarbeiderutvikling Gjennomføring av kurs og varefaglig påfyll	80	
405-1	Mangfold i styringsorganer og blant ansatte	Statistikk for antall ansatte, styret og ledere Inkludering og mangfold	82,83	

2021 highlights



Number of stores

339

Number of suppliers

662

Number of products

30 373

Countries sourced from

100

Number of employees

1935



34 %



66 %

Proportion of women

1270

Proportion of men

665

Average tenure

16,9 years

Number of hours spent on training and education

15 559



Our employees and operations



21 %

sales increase from alcoholfree products

In total, we checked the age of our customers

5,2 million

times, which is 10,4 % of all customer interactions in 2021

Liters sold

118,4 million



7 auctions

7 352

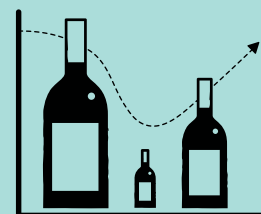
objects

99,4 %

sold

6 %

increase in sales revenue



Sales

Sales revenue mill. kr in total

21 701

Store checkouts

43,5 million

Online orders

713 605

37% increase in sales revenue



Norwegian Retailers Environmental Fund. We raised

12,6

million NOK to norwegian retailer's environmental fund from sales of our plastic bags



Sustainability

Environmentally smart packaging

59,2 %

of products sold had environmentally smart packaging



Recyclable products

7 mill.

Units sold

59 %

Increase in sale of recyclable products

Ethical trade:

We completed concerning

41 courses

concerning decent work conditions for

932

participants for producers and importers in Chile, Italy, South Africa, Norway, Central America and internationally.

GHG Emissions

59 861 ton Co₂

= 9% increase from 2020



Company reputation



1st place

as in 2020 we won the reputation award Traction Norway, conducted by Apeland. They applaud Vinmonopolet for our focus and devotion to capacity building and customer service for many years!



3d place

in IPSOS survey «Big Norwegian Companies». With 82 points Vinmonopolet reached the top three this year as well.



Press

14 500

number of times mentioned in media 2020. 12,2 % increase from 2020.



4 million views

of our campaign film: «How much can I drink before I become a person I don't want to be?»



Social media

Most liked and shared post on social media: «Vinmonopolet supports the Pride parade»



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, etisk handel, klimatiltak og arbeidsmiljø. Her er de viktigste:

[Alkoholforskriften](#)

[Alkoholloven](#)

[Code of Conduct](#)

[Terms of Implementation for amfori Participants](#)

[Arbeidsmiljøloven](#)

[Butikkhåndboken](#)

[Difi's standard kontraktvilkår for etiske krav](#)

[Etiske retningslinjer for ansatte i Vinmonopolet](#)

[EØS-avtalens artikkel 16](#)

[Forskrift om nemnd for prøving av AS Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv.](#)

[Forskrift om offentlige anskaffelser](#)

[Forskrift om Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet](#)

[Generelle innkjøpsbetingelser for AS Vinmonopolet](#)

[Instruks for personvern](#)

[Lederhåndboken](#)

[Lov om offentlige anskaffelser](#)

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

[OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper](#)

[Oppdragsbrevet](#)

[Personalhåndboken](#)

[Reglement for Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet](#)

<https://www.vinmonopolet.no/content/vmp-om-oss/Ledelse/strategi>

[Vinmonopolloven](#)



Vi selger med ansvar

A/s VINMONOPOLET