



Års- og bærekraftsrapport 2024

A/S VINMONOPOLET

Innhold

FORORD	Administrerende direktør har ordet	3
DEL 1 - ÅRSBERETNING		
Om oss	Dette er Vinmonopolet	7
	Nøkkeltall 2024	8
	Foretaksstyring og ledelse	9
	Strategi	13
	Samfunnsoppdrag	14
	Utvikling av våre salgskanaler	16
	Salget i 2024	18
DEL 2 - ÅRSBERETNING		
Bærekraft	Organisering og rapportering av bærekraft	20
	Vesentlighetsanalyse	25
	Vinens vei	28
	Klima	29
	Natur	41
	Egne ansatte	45
	Arbeidere i verdikjeden	58
	Kunder	63
	Forretningsadferd	73
	Vedlegg	
	1. GRI-indeks	75
	2. Oversikt over risiko, muligheter og påvirkninger	82
	3. Detaljer klimarisiko	85
	4. Detaljer naturrisiko	87
DEL 3 - ÅRSBERETNING		
Om regnskapet	Om regnskapet	90
	Styrets signatur på årsberetningen	91
DEL 4		
Årsregnskap	Resultat	94
	Noter	98
	Revisors beretning om regnskapet	112
	Revisors uttalelse om bærekraft	114
DEL 5		
Vedlegg	Salget i 2024	117

ADMINISTRERENDE DIREKTØR HAR ORDET

Beste resultat på alderskontroll noensinne

Vår viktigste oppgave er å sikre et ansvarlig salg av alkohol. Derfor er jeg ekstra stolt over våre fantastiske resultater på alderskontroll i 2024.

I fjor hadde vi rundt 39 millioner kunder, og sjekket alderen til rundt 4 millioner av dem. Interne målinger viste at 97 prosent av kontrollører under 25 år ble spurt om legitimasjon. Dette er vårt beste resultat noensinne og nærmest uslåelig! Resultatet er effekten av målrettet arbeid, med tett oppfølging internt og kontinuerlig innsats fra hver eneste butikk og medarbeider i Vinmonopolet. Takk til hver og en av Vinmonopolets medarbeidere for fantastisk innsats!



Alkohol er en annerledes vare

Så hvorfor er alderskontrollen så viktig for oss? Det er fordi alkohol er en annerledes vare og Vinmonopolet en annerledes butikk. Vi er nemlig ikke kun en butikk, men et av de viktigste alkoholpolitiske virkemidlene i landet vårt. Vi oppfordrer vi ikke til mersalg og prøver ikke å selge deg mer enn du hadde tenkt å kjøpe. Gjennom fravær av markedsføring, nøktern produktinformasjon, regulerte åpningstider og den viktige alderskontrollen er Vinmonopolet med å begrense skadevirkningene av alkohol for samfunnet og den enkelte.

Vinmonopolet er god helsepolitikk

I februar 2025 kom en ny rapport om den nordiske monopolordningens betydning for folkehelsen. Rapporten, som er utarbeidet av Verdens helseorganisasjon (WHO), slår fast at vinmonopolordningen reduserer alkoholskadene i samfunnet og at dødeligheten knyttet til alkohol er lavere i Norge enn i mange andre europeiske land.

Ifølge rapporten har Norge lavest alkoholkonsum per innbygger i Europa. Når vi vet at økt alkoholkonsum fører til økte kostnader for samfunnet i form av helseskader og sosiale problemer, er vi stolte av å være en begrensende faktor.

Påvirker drikkekultur

WHO-rapporten påpeker at de nordiske monopolene har bidratt til å endre befolkningens drikkemønster. Tidligere var sterk alkohol og beruselsesdrikking mer utbredt i Norden. I dag ser vi en økende trend mot produkter med lavere alkoholprosent. I 2024 solgte Vinmonopolet mer alkoholfritt enn noensinne, og siden 2016 er salget vårt av alkoholfritt mer enn firedoblet.

Vinmonopolet har påvirket utviklingen av den norske drikkekulturen gjennom vektlegging av mat og drikke i kombinasjon, ansvarlig salg og fremheving av kvalitet og fag. Vi vil fortsette å tilpasse oss samfunnsutviklingen og møte endret drikkemønster og preferanser i befolkningen med et bredere utvalg av alkoholfrie og alkoholsvake produkter, samtidig som vi skal sikre et bredt utvalg der vi møter økt interesse innenfor flere ulike temaer og varetyper.

Norske produsenter

I 2024 var jeg så heldig å få være med en gruppe polansatte på studietur gjennom deler av Norge. Som faghandel må vi vite hva som rører seg, vi må smake produktene og lære om produksjonen. Og de norske produsentene må vite hvordan de kan benytte seg av Vinmonopolet som salgskanal. Mye spennende skjer på det norske markedet og jeg ble imponert over utviklingen og kvaliteten. I dag har Vinmonopolet mer enn 2 000 ulike norske produkter i sortimentet. Selv om utvalget varierer etter størrelsen på butikken og lokal etterspørsel, kan småskalaprodusenter få distribusjon over hele landet, og kundene får tilgang til hele utvalget, uansett hvor de bor. At vinmonopolordningen sikrer markedstilgang for alle, er med på å bygge et marked for norske produkter i Norge.

Opplæring og kunnskap

Studieturen i Norge var for mine pol-kolleger en del av deres opplæringsløp. For å møte kundenes stadig økte fagkunnskap og interesse, må vi hele tiden utvikle oss. Vinmonopolet har et eget læringsunivers, Polakademiet, med fysiske og digitale kurs, smakinger og studiereiser.

En sentral målsetting for 2024 har vært å strukturere arbeidet med kompetanseutvikling enda mer for å sikre ønsket effekt. I 2025 vil vi bruke disse erfaringene for å lage mer målrettede og brukervennlige tiltak innenfor innhold, opplæringsmetoder, differensiering og valg av teknologi. Motiverte og faglig dyktige medarbeidere er nøkkelen til Vinmonopolets kundeservice og gode omdømme – og uten tillit i møte med kundene våre, vil vi ikke kunne oppfylle visjonen vår om å bli ønsket av alle.

Lønnsom drift og flere heltidsstillinger

Vinmonopolet skal drifte effektivt og lønnsomt, samtidig som vi skal jobbe for en heltidskultur. Butikkene våre har en svært ujevn kundetilstømming gjennom uken. Nær 70 prosent av kundene besøker Vinmonopolet i forbindelse med helgehandel, og en del av de minste butikkene våre er gjerne stengt, eller har redusert åpningstid, fra mandag–onsdag. Dette er hovedårsaken til at Vinmonopolet har en større andel deltidsansatte – det er rett og slett behov for flere medarbeidere i butikkene våre opp mot helgen og færre i begynnelsen av uken.

I 2024 har vi jobbet for å finne løsninger som kan bidra til at flere medarbeidere får kontraktstørrelser de er fornøyde med, samt øke andelen som jobber heltid i Vinmonopolet. I 2025 vil vi jobbe videre med konkrete tiltak som vi håper vil vise seg som en solid løsning for å kunne ansette flere på heltid.

Normalisering av salget

Etter et økt salg under covid-19 med over 40 prosent vekst, ser vi nå en normalisering av salget. I 2024 solgte Vinmonopolet totalt 92,1 millioner liter, en nedgang på 3,7 prosent fra 2023. Med andre ord går inntektene våre ned samtidig som kostnadene øker som følge av høy pris- og lønnsvekst.

Stortinget vedtok i 2024 livsvarig avtalefestet pensjon (AFP) for ansatte i offentlig sektor. Denne endringen medfører en ekstraordinær engangskostnad i 2025, i tillegg til en kraftig økning i de årlige pensjonskostnadene for Vinmonopolet.

Vinmonopolet er pålagt å drive lønnsomt og ha en mest mulig kostnadseffektiv drift. Vi vil derfor i 2025 iverksette tiltak for å sikre fremtidig lønnsomhet. Dette innebærer både en strukturert gjennomgang av egen virksomhet med påfølgende tiltak, og justering av avansen med virkning fra 1. mai 2025.

Stor innkjøper

At Vinmonopolet drives effektivt, kommer kundene våre til gode. Kundene får også glede av at Norge har én innkjøper av vin på vegne av alle. Det gjør oss til en betydelig innkjøper som kan oppnå bedre innkjøpspris enn andre mindre innkjøpere. I vårt arbeid med bærekraft har vi i tillegg slått oss sammen med andre monopoler i Norden og Canada. Dette gjør oss til verdens største innkjøper av vin og vi kan stille krav også til bærekraft.

Internasjonal pådriver på bærekraft

I forlengelsen av vår rolle med ansvarlig salg av alkohol, er vi opptatt av at produktene vi selger er produsert under anstendige arbeidsforhold, på en måte som ivaretar klima og miljø. Vår rolle som internasjonal pådriver er viktig i dette arbeidet. Vinmonopolets verdikjede er svært kompleks. Vi kjøper inn varer fra norske grossistselskaper som igjen har sine leverandørkjeder i bortimot 100 land. Samarbeid med bransjen er derfor veldig viktig for å få til endring.

I 2024 innførte vi krav om klimasmart emballasje på rødvin, hvitvin og rosevin (under 250 kroner) fra og med 1. januar 2026. Dette er et utfordrende krav for våre leverandører, men vi ser at mange leverandører har endret til klimasmart emballasje allerede. Stor honnør til våre norske grossister for å ville være med på reisen mot en mer bærekraftig drikkevarebransje. Vi vet det er krevende.

I 2025 tar vi dette ett skritt videre og innfører et sporbarhetssystem. Målet er å få bedre oversikt over vår leverandørkjede helt ned til vinåkeren der druene plukkes og dyrkes. Sporbarhetssystemet, kalt Vinmonopolets bærekraftsplattform, vil være et godt verktøy for å følge opp arbeidsforhold og miljø i leverandørkjeden.

En ordning å være stolt av

Det er urolige tider i verden. Handelskrig, klimaendringer, svak krone og dyrtid påvirker Vinmonopolet og vår bransje. I dette verdensbildet er det ekstra viktig at vi i Vinmonopolet fortsetter vårt viktige arbeid med å selge alkohol med ansvar – ansvar for de som produserer varene våre, ansvar for klima og miljø, og ansvar for å begrense alkoholens skadevirkninger – for samfunnet og den enkelte. Så skal vi fortsette å være levende opptatt av kunnskap og kundeservice med mål om å hele tiden overgå folks forventning.

Takk til alle medarbeidere for en fantastisk innsats i 2024. Og takk til våre kunder, samarbeidspartnere og hele det norske folk for den støtten dere viser oss gjennom omdømmemålinger. Det inspirerer oss til å fortsette innsatsen og utvikle oss videre.

Vinmonopolet er en sentral del av en ordning det er verdt å verne om – og være stolt av!



Elisabeth Hunter
Adm. direktør

DEL 1 - ÅRSBERETNING

Om oss

Dette er Vinmonopolet

Nøkkeltall 2024

Foretaksstyring og ledelse

Strategi

Samfunnsoppdrag

Utvikling av våre salgskanaler

Salget i 2024

Dette er Vinmonopolet

Hensikten med Vinmonopolet er å begrense skadevirkningene av alkohol i samfunnet og for den enkelte.

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

Lavere alkoholkonsum

Ifølge tall fra Verdens helseorganisasjon (WHO) er gjennomsnittlig alkoholkonsum for nordmenn over 15 år 7,4 liter ren alkohol per år, mens det i et land som Danmark er 9,5 liter årlig per innbygger over 15 år. Gjennomsnittet i Europa er 11,0 liter, ifølge WHO Global Information System on Alcohol and Health. Dette viser at norsk alkoholpolitikk og vinmonopolordningen fungerer etter hensikten.

Økende fokus på smak

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

Ansvarlig salg

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

Statens eierskap og rolle

Samtidig er det helt grunnleggende at Vinmonopolet drives effektivt og lønnsomt. Driften av Vinmonopolet reguleres gjennom et årlig oppdragsbrev fra Helse- og omsorgsdepartementet, der overskuddsandelen til staten fastsettes. For 2024 vil 50 prosent av resultatet utbetales i overskuddsandel til staten, totalt 92 millioner kroner.

Generelt utgjør avgifter til staten cirka 57 prosent av salgsprisen på en vanlig flaske vin med 13 prosent alkohol. Vinmonopolets avanse utgjør 12–13 prosent. Vinmonopolet har en transparent og lav avanse med et makstak på 110 kroner per flaske. Alkoholavgiften regnes ut fra alkoholinnholdet. Derfor blir dyrere vin forholdsmessig rimelig i Norge og brennevin forholdsmessig dyrt.

Avhengig av folks støtte

For å opprettholde vinmonopolordningen er det avgjørende at folk er fornøyde med Vinmonopolet. Derfor er et høyt service- og kunnskapsnivå blant våre ansatte, et bredt og relevant utvalg av produkter og veldrevne butikker med relativt god tilgjengelighet svært viktig for oss. Samtidig som vi jobber for å begrense skadevirkningene av alkohol, er vårt viktigste mandat å skape gode handleopplevelser for alle som er på polet. Vinmonopolet har 2 064 ansatte som hver dag jobber i tråd med samfunnsoppdraget og målet om å være en faghandel i verdensklasse.

Bredt vareutvalg

Vinmonopolets vareutvalg er blant verdens største. Gjennom monopolordningen sikrer vi et vareutvalg som møter ulike preferanser både når det gjelder smak, stil, pris og andre variabler. Vi ønsker å ha verdens beste sortiment, med stor grad av mangfold.

Butikkene våre

Våre butikker er delt inn i seks kategorier og utvalget i hver butikk varierer fra cirka 300 produkter i de minste kategori 1-butikkene til over 4 000 produkter i de største kategori 6-butikkene. Hele Vinmonopolets vareutvalg er imidlertid tilgjengelig for bestilling og henting på hvilket som helst pol. Dermed har alle i Norge lik tilgang til om lag 40 000 produkter. Vi har også 22 spesialbutikker for vin, øl og/eller brennevin. Spesialbutikkene lanserer og fører internasjonalt ettertraktede kvalitetsprodukter i tillegg til Vinmonopolets ordinære sortiment.

Regulert tilgjengelighet

Regulert tilgjengelighet er et viktig instrument i norsk alkoholpolitikk, og Vinmonopolets åpningstider fastsettes av Stortinget. Alkoholforskning viser at begrenset tilgjengelighet er et effektivt virkemiddel for å begrense alkoholskader i samfunnet. Vinmonopolet kan holde åpent fra 09.00 til 18.00 på hverdager og fra 09.00 til 16.00 på lørdager. Vi er stengt alle helligdager, samt på 17. mai og julaften. Blant våre 351 butikker varierer åpningstid og utvalg ut fra lokal etterspørsel og handlemønstre. Butikkene skal drives innen forsvarlige økonomiske rammer, og enkelte butikker er av den grunn åpne bare når kundene gjerne handler, det vil si mot helgen.

Nøkkeltall 2024



ANTALL BUTIKKER

351

Vi åpnet 4 nye butikker i 2024



ANTALL ÅRSVERK

1 273

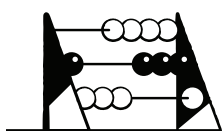
29 flere enn i 2023



ANTALL PRODUKTER

40 000

5 000 flere enn i 2023



DRIFTSRESULTAT (NOK)

149 MILL.

Nedgang på 52 % sammenlignet med 2023



LITER SOLGT (MILLIONER)

92,1

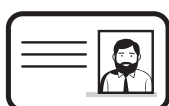
Nedgang på 3,7% sammenlignet med 2023



ANTALL GROSSISTER

810

40 flere enn i 2023



ALDERSKONTROLL

96,74 %

Økning på 0,83 % i forhold til 2023



KLIMAUTSLIPP (TONN CO2)

293 282

Nedgang på 3,9 % i forhold til 2023



IPSOS STORE NORSKE BEDRIFTER

1. Plass

Samme plassering som 2023

FORETAKSSTYRING OG LEDELSE

Slik styres Vinmonopolet

Her er en oppsummering av Vinmonopolets formelle organer og retningslinjer for å sikre god styring og tillit i samfunnet.

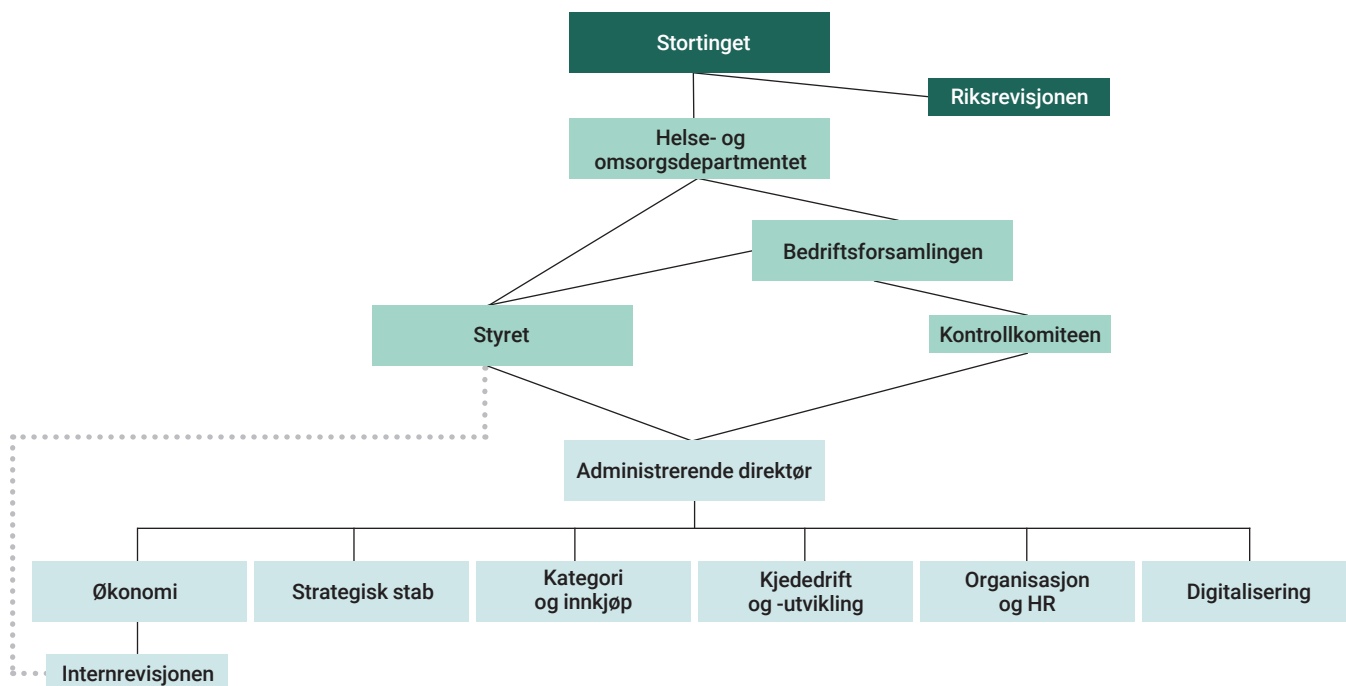
Styre og tilsynsorgan

Styret i Vinmonopolet har ni medlemmer. Regjeringen utnevner seks av medlemmene (inkl. leder og nestleder), mens tre av medlemmene velges av de ansatte. Styremedlemmer og varamedlemmer utnevnes for to år. Styret settes sammen slik at behovet for kompetanse, kapasitet og mangfold i selskapet ivaretas. Ledende ansatte i Vinmonopolet kan ikke delta i styret, og alle styremedlemmene er uavhengige av eier, ledende ansatte og vesentlige forretningsforhold.

Opgavene og ansvaret til styret er fastsatt i instruks for AS Vinmonopolets styre, som er vedtatt ved kongelig resolusjon. I tråd med instruksen har styret ansvaret for en forsvarlig organisering av selskapet. Det skal holde seg orientert om den økonomiske stillingen i selskapet og plikter å sørge for at virksomheten, regnskapet og formuesforvaltningen er gjenstand for trygg kontroll. I tillegg til styreinstruksen har styret utarbeidet og vedtatt utfyllende retningslinjer for styrearbeidet i Vinmonopolet. Styret har fastsatt en egen instruks for administrerende direktør.

Bedriftsforsamling

Vinmonopolets bedriftsforsamling har 21 medlemmer. To tredjedeler av medlemmene utnevnes av regjeringen for to år, mens de resterende velges av de ansatte for to år. Bedriftsforsamlingen velger selv leder og nestleder for et år om gangen. Bedriftsforsamlingen skal føre tilsyn med styret og administrerende direktør sin forvaltning av selskapet. Tre av medlemmene i bedriftsforsamlingen sitter i kontrollkomiteen.



Figur: Vinmonopolets styringsmodell

Internrevisjon og etiske retningslinjer

Vinmonopolet har tydelige etiske retningslinjer for ansatte, som er godkjent av styret. Retningslinjene er grunnlaget for et tillitsfullt og forpliktende forhold til samfunn, samarbeidspartnere, leverandører, kunder og ansatte.

Styret er også ansvarlig for instruks for internrevisjonen i Vinmonopolet. Internrevisjonen er en uavhengig og objektiv rådgivingsfunksjon, som skal tilføre merverdi og forbedre organisasjonsdriften. Internrevisjonen rapporterer funksjonelt til Vinmonopolets styre og administrativt til direktør for økonomi.

Strategi

Styret skal fastsette mål og retningslinjer for selskapet og følge disse opp. Vinmonopolets nåværende strategi ble vedtatt i 2022 og vurderes årlig for eventuelle justeringer. Bærekraft er en del av selskapsstrategien og følges opp årlig i styret gjennom strategiprosessen.

Risikostyring

Vi gjennomfører årlige risikoanalyser av driften. Risikostyringen skal forbedre prestasjon, støtte måloppnåelse og sikre god kontroll på forhold som er viktige for Vinmonopolets omdømme, utvikling og drift. Det er styret som fastsetter Vinmonopolets policy for risikostyring, og denne ble oppdatert i 2024 med flere konsekvenskategorier slik at den også kan brukes for å vurdere bærekraftsrisikoer.

Krise-, katastrofe- og krigssituasjoner

Vinmonopolet har et beredskapsplanverk som oppdateres jevnlig. Vi gjennomfører beredskapsøvelser årlig, og i 2024 var tema for beredskapsøvelsen uønsket samrøre mellom våre medarbeidere og Vinmonopolets grossister. Vi har også brukt planverket i reelle hendelser: I 2019 og 2020 da vi håndterte koronaepidemien og da det var fare for streik i 2023.

I 2024 oppdaterte vi Vinmonopolets overordnede risikokart, med kartlegging av sannsynlighet for og konsekvenser av hendelser. Totalforsvarskommisjonens rapport fra høsten 2023 og analyser fra Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap har vært viktige innspill i arbeidet.

Vinmonopolets ledelse



Elisabeth Hunter

Administrerende direktør



Stine Trygg-Hauger

Kjededirektør



Bjørn-Egil Ekhaugen

Direktør økonomi



Lars Thorenfeldt

Direktør kategori og innkjøp



Siri Holland

Direktør strategisk stab



Espen Terland

Direktør digitalisering



Børre Malvik

Direktør organisasjon og HR

Vinmonopolets styre



Styreleder
Åsne Havelid

Fødselsår: 1961

Stilling: Ulike styreverv

Bakgrunn: Adm.dir. Norsk Tipping, Generalsekretær Norges Røde Kors, adm.dir. Ski-VM 2011, vice president SAS Cabin operation, nestleder Olympiatoppen, rektor Norges Toppidrettsgymnas

Utdanning: Diplomøkonom Handelsakademiet

Tillitsverv: Nestleder NRK, styreleder VM 2025, Spekters valgkomite



Nestleder
Sverre Helno

Fødselsår: 1962

Stilling: Ulike styreverv

Bakgrunn: Innehatt rollen som CEO i ICA Norge, Gresvig Sport Divisjon, Gresvig Tekstil Divisjon, Umoe Restaurants AS, Møller Bil AS og Møller Bil AB, Bertel O'Steen Detalj AS

Utdanning: Siviløkonom Bedriftsøkonomisk Institutt 1988

Tillitsverv: Styremedlem i NRG (PizzaHut) Sverige



Styremedlem
Kari Randen

Fødselsår: 1972

Stilling: Daglig leder Fjellnettverket

Utdanning: Kommunikasjon, samfunnsfag og språk på Universitetet i Oslo og mastergrad i ledelse fra BI

Tillitsverv: Styremedlem i Leveld kunstnartun AiR og nestleder i styret til Nasjonalt senter for fjellandbruk



Styremedlem
Kirsti Lovise Slotsvik

Fødselsår: 1963

Stilling: CEO i ÅKP AS

Bakgrunn: Tidligere kystdirektør og jernbanedirektør

Utdanning: Landskapsarkitekt fra NLH (NMBU) og sjefskurs fra Forsvarets høyskole

Tillitsverv: Styreleder i DogA, Muritunet AS og Stiftelsen Alnes Fyr, styremedlem i Meteorologisk institutt



Styremedlem
Øyvind Winther

Fødselsår: 1964

Stilling: Adm. Direktør Apotek 1 Gruppen

Bakgrunn: Adm. Direktør Expert Nordic & Baltic, Executive Retail Director Europe, Phoenix Pharmahandel, Tyskland, Adm. Direktør Hakon Gruppen (RIMI/ICA)

Utdanning: Handelsøkonom Handelsakademiet, MBA Oslo

Tillitsverv: Nestleder Norges Apotekforening



Styremedlem
Lars Jacob Tynes Pedersen

Fødselsår: 1979

Stilling: Professor ved Norges Handelshøyskole

Bakgrunn: Forskar, underviser og rådgir bedrifter innenfor tema som bærekraft, forretningsmodelldesign og strategisk innovasjon

Utdanning: Doktorgrad i økonomisk-administrative fag

Tillitsverv: Styremedlem i Nordic Circles AS, leder for flere store forskningsprosjekter på tvers av organisasjoner



Ansattrepresentant
Kjell-Roar Nilsen

Fødselsår: 1972

Stilling: Butikksjef i Vinmonopolet Harstad og leder for Funksjonærklubben (FKV)

Utdanning: Økonomi og administrasjon og Ledelse og organisasjon, Høyskolen i Harstad



Ansattrepresentant
Alf Ole Berglund

Fødselsår: 1963

Stilling: Leder Akademikerforbundet i Vinmonopolet

Bakgrunn: Butikksjef Vinmonopolet Hammerfest

Utdanning: Bedriftsøkonomi Finnmark Distriktshøyskole, forkurs ingeniørhøgskole



Ansattrepresentant
Åse Engesæth

Fødselsår: 1964

Stilling: Butikksjef Vinmonopolet Sotra og nestleder for Funksjonærklubben i Vinmonopolet Vest

Utdanning: Handelsskole, bedriftsøkonomi Nks

STRATEGI

Polpilen gir retningen

For at Vinmonopolet skal bestå, må vi utvikle oss i takt med samfunnets forventninger og behov. Her kan du lese hva som er førende for våre prioriteringer. Vinmonopolets strategi er visualisert med en pil. Den gir retning for utviklingen vår.

Strategipilen peker mot visjonen vår, å bli ønsket av alle. Utgangspunktet er Vinmonopolets formål og samfunnsoppdrag, å sikre ansvarlig salg av og regulert tilgang på alkohol. Slik bidrar vi til å begrense alkoholkonsumet og skadevirkningene av alkohol for den enkelte og for samfunnet.

Grunnlaget: Sikre ansvarlig salg

Å selge alkohol med ansvar betyr å hindre salg av alkoholholdig drikke til mindreårige, forhindre langing til mindreårige og avvise kjøp hvis kunden er synlig beruset. Ansvarlig salg handler også om aldri å drive mersalg. Vinmonopolet prøver aldri å selge mer enn kunden har tenkt å kjøpe.

Fire hovedambisjoner

I tillegg til å sikre ansvarlig salg har strategien fire hovedambisjoner:

- **En faghandel i verdensklasse**

Det betyr at vi leverer på det som er viktig for kundene våre gjennom kundereisen, uavhengig av kanal. Vi skal tilby relevante produkter, effektiv og forutsigbar vareflyt og imponerende kundemøter.

- **Foregangsvirksomhet på bærekraft**

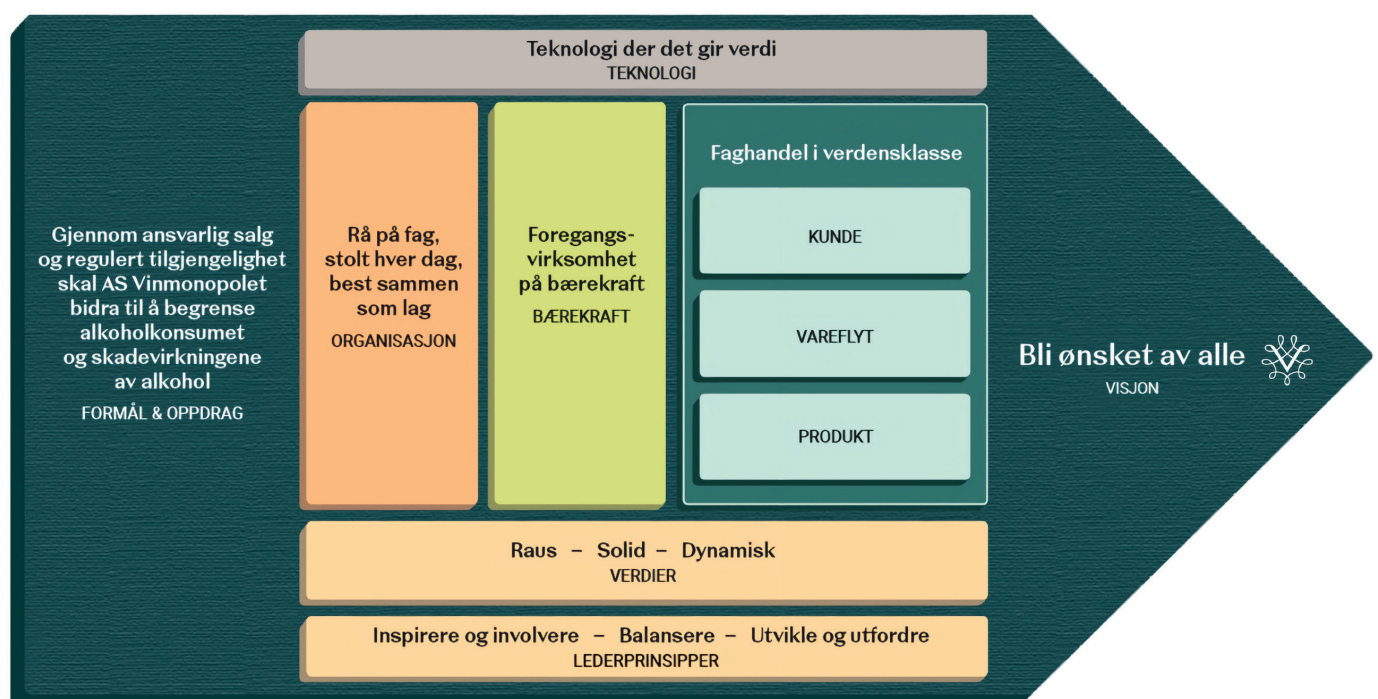
Det handler om at vi tar ansvar for mennesker og miljø. Vi tar ansvar for menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i vår egen verdikjede og er pådriver i internasjonalt samarbeid. Vi skal redusere utslipp i henhold til nasjonale mål og være en pådriver for å redusere klimagassutslipp og miljøbelastning i hele verdikjeden vår.

- **Teknologi der det gir verdi**

Vi skal jobbe for å forstå de mulighetene teknologien byr på, og utnytte teknologi der det gir verdi for virksomheten.

- **Rå på fag, stolt hver dag, best sammen som lag**

Medarbeiderne våre er vår aller viktigste ressurs. Samarbeid og kompetanse er viktige prioriteringer for å videreutvikle organisasjonen vår som rå på fag, stolt hver dag, best sammen som lag.



SAMFUNNSOPPDRAK

Slik jobber vi med ansvarlig salg

Vinmonopolet skal bidra til å begrense alkoholkonsumet og skadevirkningene av alkohol, for den enkelte og samfunnet. Her er en oppsummering av våre resultater i 2024.

Alkohol er en lovlig, men annerledes vare. Derfor er også Vinmonopolet en annerledes butikk, som drives på en annen måte enn dagligvarebutikkene. Det viktigste vi gjør, er å begrense tilgangen på alkohol for mindreårige og personer som har et alkoholproblem.

Hindre salg av alkohol til mindreårige

Målet vårt er at ingen mindreårige skal få kjøpt alkohol på Vinmonopolet. I 2024 hadde vi det beste resultatet på alderskontroll noensinne: Interne målinger¹ viste at 97 prosent av kontrollører under 25 år ble spurt om legitimasjon. Kontinuerlig og systematisk jobbing bidrar til de gode resultatene.

Alderskontroll er et sentralt nøkkeltall i Vinmonopolet og måles per butikk og helt ned til den enkelte medarbeider. Resultatet for alderskontroll er viktig i en intern kåring om å bli årets butikk.

Som et ledd i arbeidet for å sikre ansvarlig salg, gjennomfører Vinmonopolet årlige kampanjer. I august 2024 lanserte vi en ny kampanje for å få flere unge i alderen 18 til 25 år til å vise legitimasjon uoppfordret. Med humor ønsket vi å formidle hvor enkelt det er å vise leg på polet. Vi introduserte også et nytt kampanjeelement med bursdagskort til unge som fyller 18 eller 20 år. Kortet inneholdt en hyggelig hilsen fra Vinmonopolet, med en påminnelse om hva de bidrar med ved å vise legitimasjon uoppfordret. Evaluering av kampanjen viste at budskapet nådde 95 prosent av målgruppen og 56 prosent fikk større forståelse for hvorfor alderskontroll er viktig etter kampanjen. I tillegg til den nye kampanjen, gjentok vi en alderskontrollkampanje fra 2022, med hovedbudskapet «Vær stolt av den du er, vis leg».

De siste årene har vi sett en stor økning i antall kunder som blir avvist på grunn av manglende gyldig legitimasjon. Det blir stadig mer vanlig med mobilbetaling og digitalt førerkort, som ikke er godkjent legitimasjon på Vinmonopolet. I mars 2024 lanserte vi, i samarbeid med Posten og BankID, en løsning for digital ID.

Hindre at andre kjøper alkohol til mindreårige

Ifølge norsk lov er det ulovlig å kjøpe alkohol til mindreårige. Vinmonopolet avviser kjøp der det er mistanke om langing. Andelen langingstilfeller gikk litt opp i 2024. Våren og høsten 2024 gjentok vi kampanjen fra 2023 med mål om å hindre at eldre søsken og venner kjøper alkohol til mindreårige. Med filmer i sosiale medier samt plakater i butikkene våre ønsket vi å få unge voksne til å tenke seg godt om før de sier «ja» til å kjøpe alkohol til mindreårige. Vi jobber målrettet med å gjøre våre medarbeidere tryggere på å avvise kjøp på grunn av mistanke om langing.

Hindre salg av alkohol til berusede

Vinmonopolet skal ikke selge til folk som er klart påvirket av rusmidler. I 2024 avviste vi omtrent like mange som året før på grunn av rus. Vi ser dessverre en utvikling mot mer utagerende oppførsel ved avvisning av kjøp av alkohol. Det er krevende for medarbeiderne våre å avvise kjøp. De siste årene har vi forbedret de interne rutinene og satt i gang opplæringsprogrammer for å gjøre de butikkansatte tryggere i slike situasjoner. Vi fortsetter dette arbeidet i 2025, blant annet med en ny e-læring.

Ansvarlighet var tema på et todagers møte med alle Vinmonopolets butikksjefer i mai 2024. På agendaen var blant annet langingproblematikk og utfordringer våre medarbeidere kan møte når de hindrer salg av alkohol til rusede. I tillegg er ansvarlig salg alltid tema på månedlige oppfølgingsmøter, og resultater synliggjøres månedlig internt. Dette bidrar til å bygge bevissthet om samfunnsoppdraget blant våre ansatte.

¹ Tall på alderskontroll baserer seg på måling med mystery shopper.
Les hvordan dette måles på side 65.

Påvirker drikkekultur

Vinmonopolet påvirker drikkekultur gjennom å vektlegge mat og drikke i kombinasjon, alkoholfri drikke, smaksopplevelser og det varefaglige i møter med kundene våre, enten det er i butikken, på vinmonopolet.no, i kundemagasinet Vinbladet eller i Vinmonopolets podkast. Hensikten med kommunikasjonen er å bygge bevissthet om varene vi selger, ikke drive mersalg eller markedsføring. I 2024 fokuserte Vinbladet på elementenes betydning for produktene vi selger, der våre interne skribenter og fageksperter fokuserte på henholdsvis ild, luft, jord og vann. Vi publiserte gjennom 2024 én podkastepisode annenhver uke, der våre fageksperter delte kunnskap om druer, ølstiler, vinstiler, mat og drikke, og mye mer. Hensikten er å gi nøktern og objektiv informasjon om varene vi selger, for å påvirke drikkekultur.

Vinmonopolet er til stede i sosiale medier, men uten salgsfremmende innhold. I 2024 var litt over halvparten av innholdet i sosiale medier knyttet til ansvarlig salg, et begrenset konsum og bærekraft. Vi publiserer også praktiske og nøkterne tekster om nedetid på vinmonopolet.no eller åpningstider på Polet.

Vinmonopolets samfunnsrolle

Hvert år spør Vinmonopolet, i samarbeid med en ekstern samarbeidspartner, et representativt utvalg om deres holdninger til Vinmonopolet og norsk alkoholpolitikk. Vinmonopolet skal legge til rette for et ansvarlig alkoholkonsum, og målet vårt er at 60 prosent av befolkningen skal mene at Vinmonopolet bidrar til lavere konsum. I 2024 svarte 49 prosent ja på dette, mot 52 prosent i 2023.

Fokus på pårørende

Alkoholproblemer påvirker ikke bare den som drikker, det er også krevende å være pårørende, venn eller kollega. I 2024 har Vinmonopolet tatt en tydeligere rolle i å veilede pårørende til folk med alkoholproblemer. På vinmonopolet.no gir vi råd og veiledning om hvor man kan søke hjelp. Vi har også produsert en film for internt bruk og omsorgskort våre medarbeidere kan gi til kunder som henvender seg til dem fordi de ønsker hjelp.

Alkoholfritt

En viktig forbrukertrend er knyttet til sunnhet og helse. Stadig flere ønsker måtehold og ser at en reduksjon i alkoholkonsumet kan ha helsegevinst. Dette harmonerer med Vinmonopolets mål om å begrense alkoholkonsum og skader. Vi jobber bevisst med å tilby produkter og veilede om alkoholfri drikke til ulike matretter og anledninger. Andelen som svarer at de ikke drikker alkohol, har gått litt opp de siste årene. I 2024 oppga 10,9 prosent at de ikke drikker alkohol. Dette er på nivå med 2023.



UTVIKLING AV VÅRE SALGSKANALER

Våre møter med kundene

I 2024 har vi fortsatt arbeidet med å skape gode handleopplevelser, både fysiske og digitale.

En av fire, strategiske hovedambisjoner er å være en faghandel i verdensklasse. Derfor jobber vi hele tiden med å utvikle oss og bli bedre. I dag har vi noen av landets mest fornøyde kunder. Vinmonopolets kunde- og opinionsundersøkelse (2024) viser at generell service og hjelpsomhet er de faktorene Vinmonopolet skårer høyest på, der henholdsvis 88 og 87 prosent oppgir at de er fornøyde. Den varefaglige kompetansen vår er en viktig grunn til det, sammen med en stabil og god kundeservice i alle våre butikker. Les mer om hvordan vi jobber med kompetanseutvikling, på side 53.

Det beste kundemøtet

For å få til et best mulig kundemøte i alle butikkene våre, har vi laget en standard for hvordan kundemøtene i Vinmonopolet skal foregå. Vi kaller den «det beste kundemøtet». Det beste kundemøtet måles med «mystery shoppers». Dette er eksterne, fiktive kunder som evaluerer kvaliteten på vår kundebehandling. Alle butikkene våre og kundesenteret måles månedlig og konkurrerer med hverandre. Dette gjør at butikkene i større grad jobber med kontinuerlig forbedring, og lærer av og strekker seg etter hverandre. Hvert år kåres årets butikk, hvor selve kundemøtet er ett av mange kriterier som ligger til grunn for resultatet.

Vi skal være en foregangsvirksomhet på bærekraft. For å få til det må vi få kundene våre til å velge mer bærekraftig. Bærekraft som en del av kundemøtet ble kriterie i kåringen av årets butikk i 2024. I 2025 legger vi også til poser i målingen av det beste kundemøtet.. Dette er fordi Vinmonopolet har et mål om 0,15 poser per kunde innen 2025 i tråd med mål i EU. Vi er omtrent halvveis til dette målet og reduserte posebruken med 30 prosent i 2024. Det vil si at vi i 2024 solgte 0,29 poser per kunde, mot 0,41 poser i 2023.

Ifølge kunde- og opinionsundersøkelsen har yngre kunder et litt mindre positivt syn på Vinmonopolet og ordningen enn de eldre i samfunnet. For å løfte oss vil vi i 2025 legge dette inn i målingene av «det beste kundemøtet» gjennom å måle unge kunders handleopplevelse på Vinmonopolet.

Tilgjengelighet

Vinmonopolet hadde 351 butikker i drift ved utgangen av 2024. Vi åpnet fire nye butikker i 2024: Bjørvika i Oslo, Samnanger, Tananger på Sola og Buvika i Skaun kommune. Geografisk spredning og prioritering av kommuner og handelssteder som ikke har pol, er viktig når Vinmonopolets styre vedtar etablering av nye butikker. Styret har vedtatt etablering av to nye butikker i 2025, i Aurland og Haugesund, og vi ser etter egnede lokaler i disse kommunene. Vi har åpnet 220 nye butikker rundt omkring i Norge siden år 2000. 97 prosent av den norske befolkningen bor nå i en kommune med pol eller mindre enn 30 km fra nærmeste pol.

Digital handel

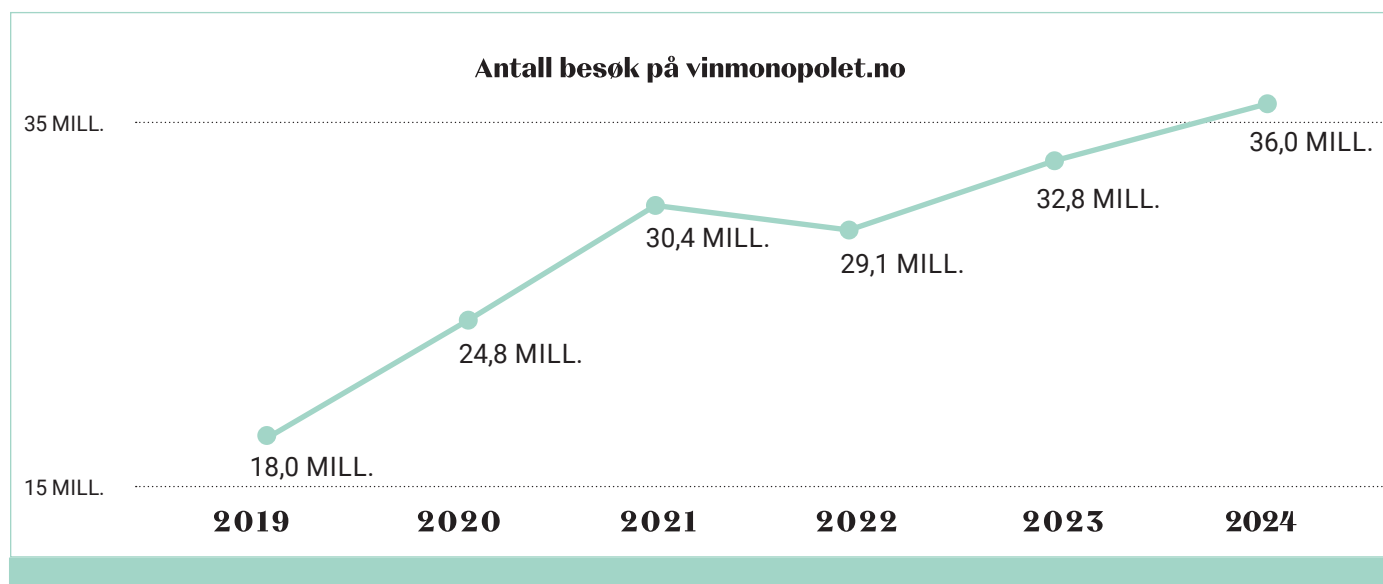
Netthandel utgjør cirka fem prosent av Vinmonopolets totale salg. Antall kjøp via vinmonopolet.no økte med tre prosent i 2024. Kundene handlet imidlertid litt mindre i hver transaksjon så i liter var salget på samme nivå som i 2023.

Kundene skal oppleve samme gode service uavhengig av hvor de besøker oss, og i 2024 har vi fortsatt arbeidet med å skape gode digitale handleopplevelser. Kundene orienterer seg i økende grad på nett før de handler fysisk på et pol. Dette betyr for det første at kunden er mer opplyst når hen kommer til butikken. Dette må vi møte med enda bedre varefaglig kompetanse og en service som møter kundens behov der og da. For det andre betyr det at vi må jobbe for å gi kunden den samme gode rådgivningen digitalt, og gjøre møtet med kunden mer sømløst mellom salgskanalerne våre (vinmonopolet.no, app, kundesenter og butikk). Vi gjennomførte derfor et prosjekt for å utvikle mer like prosesser for kundene uavhengig av hvor de velger å handle, for eksempel kan kundene nå se alle sine kjøp – også kjøp foretatt fysisk i butikk – på «Din side» i appen og nettbutikken.

At stadig flere oppsøker internett for å orientere seg før et kjøp, bidrar til at andre aktører i markedet etablerer tjenester i inspirasjons- og orienteringsfasen av kundereisen. Det tilkommer stadig nye aktører både internasjonalt og nasjonalt, og tempoet på utviklingen øker. Utviklingen kan bidra til å utfordre Vinmonopolets posisjon som varefaglig rådgiver og med det svekke en viktig faktor i legitimiteten for ordningen. Vi har i 2024 fokusert på produksjon av god, nøktern og balansert informasjon om ulike varefaglige temaer på vinmonopolet.no, samt implementering av et nytt system for digitalt innhold (CMS). Vi skal være der kunden er, og gi gode råd og service gjennom hele kundereisen.

Kundesenteret

Kundesenteret i Vinmonopolet besvarer spørsmål, driver varefaglig rådgivning og tar imot bestillinger fra kunder. Antallet henvendelser var omtrent det samme i 2024 som i 2023. E-post og chat er de kanalene som øker mest, selv om telefon fortsatt er det klart flest kunder foretrekker å benytte når de kontakter Vinmonopolets kundesenter.



SALGET I 2024

Nedgang på 3,7 prosent

Vinmonopolet solgte totalt 92,1 millioner liter i 2024: en nedgang på 3,7 prosent i forhold til 2023. Nedgangen er som forventet. Samfunnet normaliseres fortsatt etter pandemien da tilnærmet full stopp i taxfreesalget og grensehandelen – samt betydelig redusert skjenking – medførte historisk vekst på Vinmonopolet.

Rødvin

Rødvin er fortsatt mest populært på Polet med 41 prosent av salget tilsvarende 37,9 millioner liter. Rødvin har i mange ti-år vært den varen flest velger på Polet og kommer til å fortsette å være dette i mange år til. Vi ser imidlertid at stadig færre velger rødvin. Salget av rødvin gikk ned med 6,5 prosent fra 2023 til 2024, tilsvarende 2,6 millioner liter.

Lettere og lysere

Sakte, men sikkert, endres folks vaner mot litt lettere og lysere kategorier, produktgrupper med et lavere sukker-, kalori- og alkoholinnhold enn det de tradisjonelt har kjøpt.

Helt konkret innebærer dette at hvitvin, musserende, rosevin, øl, sider og alkoholfritt øker sin popularitet på bekostning av rødvin, sterkvin og brennevin. Salget av hvitvin gikk ned med 1,8 prosent i 2024, altså en litt mindre nedgang enn for rødvin.

Lett-og-lyst-trenden kan forklares med både økende helsefokus og klimaendringer. Mange kategorier er svært temperatursensitive. Salget av hvitvin, musserende og rosévin øker i takt med temperaturene, mens etterspørselen etter rødvin øker i takt med kuldegradene. I et fallende marked er interessen for øl stigende. Salget av øl endte til slutt på 3,7 millioner etter en vekst på 5 prosent fra 2023. Særlig underkategorien lys lager driver veksten.

2024 bringer også med seg en rekord. Salget av alkoholfritt gikk kraftig opp og stoppet til slutt på drøyt 1,3 millioner liter, tidenes salg av alkoholfritt for Vinmonopolets del, dette etter en vekst på hele 19 prosent fra 2023.

For detaljer om salgshallene, se side 117.

DISSE RØDVINENE SOLGTE BEST I 2024

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



Vi kjøper mest
rødvin fra Italia.

SNITTPRIS PÅ RØDVIN (75 CL)

198 kroner

DISSE HVITVINENE SOLGTE BEST I 2024

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



Vi kjøper mest
hvitvin fra Frankrike.

SNITTPRIS PÅ HVITVIN (75 CL)

187 kroner

DEL 2 - ÅRSBERETNING

Bærekraft

Organisering og rapportering

Vesentlighetsanalyse

Vinens vei

Klima

Natur

Egne ansatte

Arbeidere i vår verdikjede

Kunder

Forretningsadferd

Vedlegg bærekraft

1. GRI-indeks
2. Oversikt over risiko, mulighet og påvirkning
3. Detaljer klimarisiko
4. Detaljer naturreisiko

ORGANISERING OG RAPPORTERING

En foregangsvirksomhet innen bærekraft

Bærekraft er en sentral del av Vinmonopolets selskapsstrategi, og vi har definert fem mål vi skal oppnå innen 2030.

Vinmonopolet har et strategisk mål om å være en foregangsvirksomhet når det gjelder bærekraft. Å være en foregangsvirksomhet betyr at bærekraft er integrert i Vinmonopolets overordnede strategi, at Vinmonopolet ligger i forkant på utvalgte områder, og at Vinmonopolet er en pådriver for bærekraft og skaper ringvirkninger utover egen organisasjon. Vår ambisjon for bærekraft er i tråd med forventningene fra kunder og i eierskapsmeldingen (Meld. St. 6 (2022–2023) *Et grønnere og mer aktivt statlig eierskap*).

Bærekraft i strategien

Vinmonopolets strategi er presentert på side 13.

Vinmonopolet har fem strategiske mål innen bærekraft.

Målene skal oppfylles innen 2030:

- være en ansvarlig aktør og en pådriver for anstendige arbeidsforhold og respekt for menneskerettigheter i leverandørkjeden
- aktivt fremme anstendige arbeidsforhold og respekt for menneskerettighetene i bransjen gjennom internasjonalt samarbeid
- gjøre det enkelt og relevant å velge mer bærekraftig hver gang
- redusere klimagassutslipp i henhold til nasjonale mål, redusere miljøbelastningen i egen virksomhet og være en pådriver for å redusere klimautslippene og miljøbelastningen i verdikjeden
- tilpasse egen virksomhet etter klimaendringene og være en pådriver for klimatilpasning i verdikjeden



De strategiske målene er både knyttet til egne aktiviteter og til verdikjeden, hvor vi har størst påvirkning. Som en del av strategiprosessen gjennomfører vi hvert år en omverdenanalyse. Resultatet av omverdenanalysen benyttes til eventuelle justeringer i strategi og prioriteringer.

Basis for rapportering

Rapporten gjelder for AS Vinmonopolet. Nordpolet AS er et eget selskap, men fordi Nordpolets overskudd skal tilbakeføres til lokalsamfunnet på Svalbard gjennom Longyearbyen lokalstyre og konsolideres derfor ikke i regnskapet. De er ikke tatt med bærekraftsrapporteringen, bortsett fra at utslippene knyttet til Nordpolet er konsolidert inn i klimaregnskapet etter GHG-protokollen. Investeringene i Sirkel Materialgjenvinning AS og Sirkel Glass AS er ikke konsolidert inn.

2024 er et mellomår for Vinmonopolet sin bærekraftsrapportering. Års- og bærekraftsrapporten er utarbeidet i tråd med Global Reporting Initiative (GRI), men vi har også gjort en rekke tilpasninger til ESRS. Vi har gjennomført dobbel vesentlighetsanalyse i 2024, slik at rapporteringen er tilpasset resultatene fra den nye analysen. I analysen har vi tatt inn hele verdikjeden, hvor vi i flere tilfeller må basere oss på indirekte kilder. Dette blir presentert i kapitlene som følger.

Organisering av bærekraftsarbeidet

Vinmonopolet har som mål at bærekraft skal være en integrert og naturlig del av organisasjonens arbeid. Vinmonopolets bærekraftsenhet er organisert i avdelingen strategisk stab og består av leder for bærekraft, fagansvarlig for klima og miljø, fagansvarlig for anstendig arbeid og tre rådgivere. Bærekraftsenheten har det strategiske ansvaret for å sette retning og være en pådriver i Vinmonopolets arbeid med bærekraft. Enheten skal ta initiativ til aktiviteter og prosesser som sikrer at Vinmonopolet samlet når målet om å være en foregangsvirksomhet når det gjelder bærekraft. Dette innebærer også å vurdere behovet for å oppdatere retningslinjer og rutiner.

Bærekraftsenheten jobber tett med organisasjonen, spesielt avdelingen kategori og innkjøp, når det gjelder krav til og samarbeid med Vinmonopolets leverandører. Økonomiavdelingen, særlig enheten for anskaffelser og juridisk enhet, er også en viktig sparringpartner, og det samme gjelder de øvrige enhetene i strategisk stab.

Tolv butikksjefer, én i hvert av våre tolv distrikter, har et særskilt ansvar for bærekraft. Butikksjefene, som kalles bærekraftskonsulenter, samarbeider tett med kollegaer i sitt distrikt, blant annet om miljøfyrtårnsertifisering og bærekraft i kundemøtet.

Vinmonopolets bærekraftsarbeid bygger på selskapets overordnede strategiske retning og mål, som fastsettes av styret. Ledergruppen beslutter mål for bærekraftsarbeidet med administrerende direktør som øverste ansvarlig. Styret blir jevnlig oppdatert om fremdriften og gir innspill til arbeidet. I 2024 var bærekraft på agendaen i samtlige styremøter. Arbeidet med dobbel vesentlighet har i 2024 vært presentert i to styremøter for hele styret, samt i møter med enkeltmedlemmer. Styret har i 2024 også blitt presentert for og gitt innspill til arbeidet med anstendig arbeid og menneskerettigheter i leverandørkjeden, inkludert bærekraftsplattformen, arbeidet med Vinmonopolets klimaomstilling og klimatiltak samt arbeidet med forberedelse til fremtidig bærekraftsrapportering. Vinmonopolets bedriftsforsamling møttes fire ganger i 2024 og ble oppdatert om aktuelle saker, deriblant bærekraft.

Vinmonopolet har kvartalsvis møter med Helse- og omsorgsdepartementet. Her er bærekraft et fast punkt på agendaen. I tillegg arrangeres et årlig møte om bærekraft med gjennomgang av fremdrift, utfordringer og muligheter. Helse- og omsorgsdepartementet blir også orientert om Vinmonopolets arbeid med bærekraft gjennom Statens eierrapport.

Aktsomhetsvurderinger som arbeidsmetode

Aktsomhetsvurderinger i tråd med kravene i åpenhetsloven og OECDs retningslinjer er et viktig fundament for hvordan vi jobber. Vi har gjennomført aktsomhetsvurderinger på menneskerettighetsområdet i flere år, og i 2024 har vi også satt i gang en pilotering av vårt sporbarhetssystem (bærekraftsplattformen), som vil gi oss mer strukturert informasjon om verdikjeden vår. Bærekraftsplattformen er et verktøy for aktsomhetsvurderinger for både Vinmonopolet og leverandørene våre, og omfatter sosiale forhold, klima og miljø.

Bærekraftsrapportering i Vinmonopolet

I Vinmonopolet henger bærekraftsarbeidet tett sammen med strategien. Indikatorer og KPI-er på bærekraftsområdet som også er en del av strategien, kalles strategiske KPI-er. Disse håndteres av kontrollere fra økonomi, hvor fagansvarlige sørger for å finne tall og dokumentere, mens kontrollene sørger for tidsriktig rapportering og at tallene er i riktig format. Kontrollene ser også på trendutviklingen. Analyseverktøyet power BI gjør det mulig å holde statusen på de strategiske KPI-ene oppdatert og tilgjengelig. KPI-ene rapporteres til ledergruppen fire ganger i året, og gjennomgås med styret to ganger i året. På bærekraftsområdet er det også flere indikatorer som rapporteres årlig. Indikatorene knyttet til ansatte kvalitetssikres av kontrollene, mens de øvrige indikatorene kvalitetssikres av bærekraftsenheten. Beskrivelser og tekster gjennomgås av nærmeste leder, prosjektleder for årsrapporten og fagansvarlig for bærekraftsrapportering.

Dialog og samarbeid

Som en betydelig innkjøper, faghandel og arbeidsgiver er vi med på å påvirke hverdagen til mange mennesker. Vinmonopolet er avhengig av tillit og god dialog med interessentene våre – eiere og sentrale myndigheter, leverandører, kunder og samfunnet – for å oppnå målene vi har satt oss når det gjelder bærekraft. I dette kapittelet går vi gjennom interessenter og interessentdialog.

Eier

Vinmonopolets eier skal innrette virksomheten etter gjeldende alkoholpolitiske rammebetingelser. Helse- og omsorgsdepartementet forventer at «Vinmonopolet arbeider med bærekraft på en helhetlig måte tilpasset selskapets egenart og integrerer sosiale og miljømessige hensyn i sin virksomhet og i sine strategier. Selskapet skal ha retningslinjer for å forhindre og håndtere korrupsjon». Departementet viser til Meld. St. 6 (2022–2023) *Et grønnere og mer aktivt statlig eierskap*.

Interessentdialogen omfatter kvartalsvise kontaktmøter og et årlig møte med bærekraft som tema, årlig rapportering på indikatorer knyttet til samfunnsoppdrag og bærekraft og oppdragsbrev og Statens eierskapsmelding.

Temaer som opptar eieren:

- Vinmonopolets samfunnsoppdrag
- ansvarlig aktør
- ansvarlig salg
- likebehandling
- anti-korrupsjon
- klima og miljø
- HMS
- ansvarlig arbeid og menneske-rettigheter i leverandørkjeden

Grossister

Grossistene, som er Vinmonopolets første ledd i leverandørkjeden og Vinmonopolets avtalepart, tilbyr produkter som Vinmonopolet etterspør. I tillegg står de fritt til å melde på produkter til bestillings-, test- og tilleggsutvalget. Grossistene er ansvarlige for å sikre gode arbeidsforhold bakover i verdikjeden. De spiller med andre ord en viktig rolle i Vinmonopolets arbeid med bærekraft, enten det er å skaffe produkter med bærekraftsegenskaper når vi etterspør dette, eller å sørge for gode arbeidsforhold hos produsentene og deres underleverandører.

Interessentdialogen omfatter kontaktmøter med bransjeforeningene Vin- og brennevinleverandørenes forening, Dråper i Glasset og Norske destillerier ved behov, informasjon på leverandørportal, lanseringsplaner med anbud på nye produkter, dialogmøter og løpende korrespondanse, kurs og webinarer (våre etiske krav og kurs for nye grossister), spørreundersøkelser, høringsrunder (blant annet om krav til emballasjevekt på eksisterende sortiment) og et fast møte om bærekraft.

Temaer som opptar grossistene:

- likebehandling
- markedstilgang
- digital utvikling
- lønnsomhet
- å tilby mer bærekraftige produkter
- støtte i arbeidet med å følge opp og etterleve våre etiske krav

Produsenter

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

Interessentdialogen omfatter kurs, opplæring og webinarer, revisjoner/forhåndsvurderinger, veiledning og oppfølging samt handlingsplaner ved brudd på Vinmonopolets etiske krav.

Temaer som opptar produsentene:

- likebehandling
- anerkjennelse av egne produkter, programmer og sertifiseringer

Medarbeidere

Veiledning i bærekraft har en naturlig plass i samtaler med kundene, på lik linje med varefaglige råd. Arbeidet vi gjør for å ta vare på medarbeiderne og for å sørge for bred og god kompetanse, er derfor et prioritert område for å oppnå virksomhetens mål.

Interessentdialogen omfatter dialog mellom ansatte og leder, enhets-/personalmøter, medarbeidersamtale (årlig), medarbeiderundersøkelse (annethvert år), regelmessige møter i arbeidsmiljøutvalget, sentralt kontaktforum og partssammensatt utvalg, samt kurs og opplæring.

Temaer som opptar medarbeidere:

- god og trygg arbeidsplass
- kompetanseheving og -utvikling
- egen stillingsbrøk
- Vinmonopolet som ansvarlig virksomhet

Kunder

Vi spør kundene våre om blant annet bærekraft gjennom den årlige kunde- og opinionsundersøkelsen. Her ser vi at folk i stadig større grad er opptatt av bærekraft, og vi ønsker å legge til rette for at de kan ta mer bærekraftige valg når de handler hos oss. Dette gjør vi gjennom å ha et relevant produktutvalg, god kunnskap om bærekraft og nyttig informasjon i kanalene våre.

Interessentdialogen omfatter kundemøter, kundemagasinet Vinbladet, podkast, nettside, nettbutikk og sosiale medier, holdningskampanjer og kundeundersøkelser.

Temaer som opptar kundene:

- produktsikkerhet
- klima og miljø
- ansvarlig konsum (respons på holdningskampanjene våre)
- etisk handel

Media og sivilsamfunnet

Media og sivilsamfunnet er viktige kilder til informasjon om for eksempel uakseptable arbeidsforhold i leverandørkjeden. Informasjon vi får via pressen eller frivillige organisasjoner, er ofte vel så viktig for oss som den vi selv klarer å fremskaffe, blant annet gjennom undersøkelsene våre. Vinmonopolet legger vekt på å besvare henvendelser raskt, åpent og utfyllende. Vi jobber også proaktivt for å oppnå større oppmerksomhet om ansvarlig salg og utvalgte bærekraftstemaer.

Interessentdialogen omfatter å svare raskt, åpent og utfyllende på alle henvendelser, diskutere aktuelle problemstillinger med organisasjoner, andre aktører i næringen eller forskningsmiljøer og aktivt følge opp relevante saker som blir omtalt i media.

Temaer som opptar kundene:

- Vinmonopolets rolle og samfunnsoppdrag
- klima og miljø
- arbeidsforhold i leverandørkjeden
 - å oppfylle krav i åpenhetsloven



Samarbeidspartnere

Vi samarbeider med en rekke organisasjoner og virksomheter for å styrke arbeidet vårt. Samarbeid gir oss også større påvirkningskraft og anledning til erfaringsutveksling, og det gir oss mulighet til å gjennomføre andre typer aktiviteter enn om vi jobber alene.

Her er våre viktigste samarbeidspartnere innen alkoholfeltet, anstendig arbeid og menneskerettigheter, samt klima, miljø og emballasje.

Andre alkoholmonopol:



Samarbeidspartnere knyttet til anstendig arbeid og menneskerettigheter:



Samarbeidspartnere knyttet til klima, miljø og emballasje:



Samarbeidspartnere knyttet til skadevirkninger av alkohol:

Samarbeidspartnere og nettverk:



VESENTLIGHETSANALYSE

Dobbelt vesentlighet og interaksjon med strategien

Vi gjennomførte arbeidet med dobbel vesentlighet våren 2024. Vi har identifisert 69 vesentlige påvirkninger, risikoer og muligheter som er knyttet til seks vesentlige tema og som presenteres i tabellen i vedlegg 1. Disse er knyttet til strategien til Vinmonopolet. Du kan lese mer om hvert enkelt tema i de følgende delkapitlene.

De seks vesentlige temaene er:

- **Klima**

Klimaendringer går på tvers av Vinmonopolets verdikjede og omfatter både produkter og aktiviteter. I verdikjeden har underleverandører stor klimarisiko, mens Vinmonopolet ser også muligheter til å gjennom teknologi og reguleringer for å nå våre klimamål. I Vinmonopolets omstillingsplan ser vi på tiltak for å redusere utslipp både i verdikjeden og i egen virksomhet.

- **Natur**

Biologisk mangfold er knyttet til produksjonen av produkter hos underleverandører som er med på å forringe naturkapital. Vinmonopolet har muligheter gjennom opplæring, samarbeid, og å etterspørre produkter som hensyntar biologisk mangfold.

- **Egne ansatte**

Egne ansatte handler om våre 2064 ansatte, som Vinmonopolet daglig påvirker gjennom arbeidstid, arbeidsmiljø, opplæring og mer. Vi har også risikoer knyttet til om vi lykkes i å være arbeidsgiveren de ansatte ønsker seg.

- **Arbeidere i verdikjeden**

Arbeidere i verdikjeden er knyttet til verdikjeden, og det er store risikoer knyttet til menneskerettigheter i jordbrukssektoren. Vinmonopolet påvirker ved å sikre involvering og beskyttelse av arbeidere i tiltakene vi gjør.

- **Kunder**

Dette handler om hvordan Vinmonopolet bidrar til å redusere skadevirkningene av alkohol, produktkvalitet og å gi kunder mulighet til å ta mer bærekraftige valg.

- **Forretningsadferd**

Forretningsadferd handler om hvordan vi jobber strukturert med ansvarlig salg, å sikre like innkjøpsvilkår, å motvirke korrupsjon og å bidra til kapasitetsbygging blant leverandørene våre.

Vinmonopolet har ikke vurdert det nødvendig å justere strategi eller finansielle resultater og planer basert på identifiserte risikoer, muligheter eller påvirkninger ("IROer").

Prosessen for å identifisere og vurdere vesentlige risikoer, påvirkning og muligheter

Analysen av dobbel vesentlighet er gjennomført i fire steg:

1. forstå kontekst via skrivebordsanalyser og risikoanalyser
2. kjøre forankringsrunder for å identifisere påvirkninger, risikoer og muligheter
3. vurdere vesentlighet og bruke eksisterende rammeverk
4. koble til strategi, forankre og rapportere

Vesentlighetsanalyse i GRI-rammeverket er knyttet til påvirkninger, og alle referanser til påvirkninger er således relevant i et GRI-perspektiv.

Steg 1: Forstå kontekst via skrivebordsanalyser og risikoanalyser

For å identifisere påvirkninger begynte vi med å lage en verdikjedeanalyse, basert på tidligere gjennomførte analyser. For påvirkninger knyttet til klima og natur hentet vi informasjon fra klimagassregnskapet og en gjennomført livssyklusanalyse (LCA) som inneholdt tall fra produksjon til konsum av produktene vi selger. LCA-en gir også informasjon basert på geografi og produkt.

For påvirkninger knyttet til arbeidere i verdikjeden, hentet vi informasjon fra tidligere gjennomførte vesentlighetsanalyser i henhold til GRI, veikartet vi har på menneskerettigheter sammen med de nordiske alkoholmonopolene, og arbeidet vi gjør knyttet til aktsomhetsvurderinger etter åpenhetsloven. Risikoanalysene som gjøres i forbindelse med aktsomhetsvurderingene, er basert på salgsvolum, land og risikoscore fra eksperter. Dette gir oss også informasjon om hvor vi har særlig negative påvirkninger.

I verdikjedanalysen har vi også lagt inn påvirkninger identifisert gjennom rapporter, dokumentarer og medieoppslag, samt analysert hvorvidt temaer omtalt i ESRS er aktuelle for Vinmonopolet.

Interessentanalysen på foregående side gir informasjon om hvilke påvirkninger Vinmonopolets interessenter er opptatte av. For å identifisere risikoer og muligheter har vi sett på:

- Vinmonopolets årlige omverdenanalyse som brukes som grunnlag for å justere strategi, risikoer og drift
- agendapunkter til Vinmonopolets styre og bedriftsforsamling, inkludert risikokart knyttet til bærekraft
- klimarisikoanalyse av både verdikjede (fokus på landene vi selger mest fra) og egen virksomhet
- naturrisikoanalyse av både verdikjeden og egen virksomhet, som er gjennomført i samarbeid med eksterne eksperter

Vi har også hentet inn kapitalene fra «Integrated reporting framework» og gjort en overordnet vurdering av de ulike stegene i verdikjeden mot de ulike kapitalene for å undersøke hva som ikke er med i analysen.

Steg 2: Gjennomføre forankringsrunder

For å forankre og identifisere risikoer, muligheter og påvirkninger ble det gjennomført arbeidsmøter med fagmiljøene i Vinmonopolet. I mange tilfeller har ulike risikoer blitt slått sammen, slik at problemstillingene er løftet opp fra skrivebordsanalysene. Fagmiljøene har også bidratt med nye IRO-er og justert ordlyden i de eksisterende IRO-ene, samt at alle har fått spørsmål om hvorvidt det mangler noen påvirkninger, risikoer eller muligheter i materialet som ble lagt frem. Forankringsrundene ble også gjennomført med fagforeningene.

Steg 3: Vurdere vesentlighet og bruke eksisterende rammeverk

Neste steg i prosessen var å vurdere vesentligheten til de identifiserte IRO-ene. I forkant ble det utarbeidet en skala for risiko, muligheter og påvirkninger, hvor vi tok utgangspunkt i Vinmonopolets risikopolicy. Vinmonopolet er et statlig monopol, som gjør at vi må vurdere mer enn regnskapsmessige effekter når vi vurderer finansiell vesentlighet. I avsnitt 3.5 i ESRS 1 beskrives finansiell vesentlighet som informasjon som bør være med i selskapets årsrapporter, og videre at informasjonen bør vurderes som vesentlig dersom man med rimelighet kan forvente at den påvirker beslutninger dersom informasjonen blir utelatt. Ettersom Vinmonopolet er statlig eid, er både støtte i befolkningen og måloppnåelse viktige elementer å vurdere når vi vurderer risikoer og muligheter. Dette er reflektert i vår overordnede risikopolicy.

I vesentlighetsanalysen har vi derfor definert risiko og muligheter på en skala fra 1 til 4 i kategoriene brudd på lover og regler, driftsavbrudd, økonomi, personvern, omdømme, effekt på sosiale forhold (alvorlighet & omfang), effekt på klima (alvorlighet & omfang) og effekt på natur (alvorlighet & omfang). Sannsynligheten vurderes i lav, moderat, høy eller svært høy. For påvirkninger vurderer vi alvorlighetsgrad i kategoriene effekt på sosiale forhold, effekt på klima og effekt på natur. Omfang vurderes i tre ulike kategorier: geografisk spredning, solgte millioner liter og antall personer det gjelder. Gjenopprettingsgrad vurderes i kategoriene relativt enkelt, mulig, vanskelig og ikke mulig, og sannsynligheten vurderes i lav, moderat, høy og svært høy.

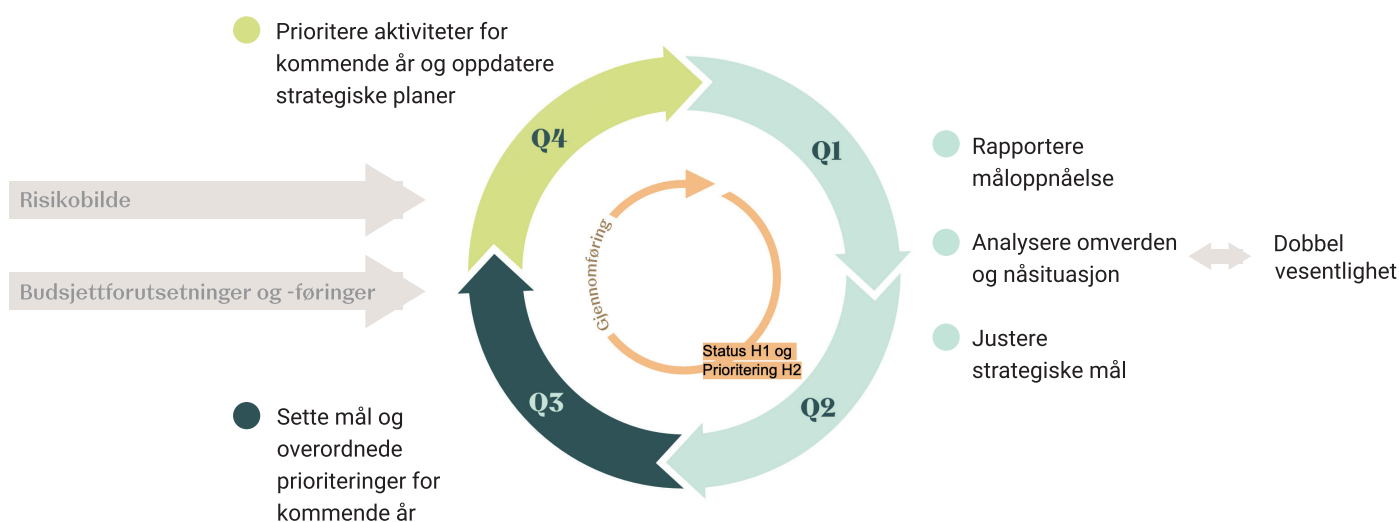
Dette rammeverket ble brukt i vesentlighetsworkshoper med de samme fagmiljøene som var med på forankringene. I workshopen om egne ansatte deltok hovedverneombudet og representanter fra fagforeningene. I workshopene vurderte vi risikoer og muligheter med tanke på alvorlighet og sannsynlighet, og påvirkninger med tanke på alvorlighetsgrad, omfang og mulighet for gjenoppretting. For å vurdere hva som er vesentlig, brukte vi terskelverdiene definert av den overordnede risikopolicyen.

Steg 4: Koble til strategi, forankre og rapportere

Etter gjennomført analyse har vi koblet de vesentlige under-undertemaene, undertemaene og temaene til Vinmonopolets strategi. Vi har diskutert resultatene i bærekraftsenheten, ledergruppen og styret.

Vi har også kartlagt hvordan bærekraft tas inn i virksomhetsstyringen. Bærekraft er allerede en sentral del av strategien til Vinmonopolet, og vesentlige risikoer, muligheter og påvirkninger følges opp med den øvrige virksomhetsstyringen. Tilsvarende gjelder for risikostyringsprosessen, hvor bærekraftsenheten melder inn risiko, som så vurderes opp mot andre risikoer av avdelingen og deretter av ledergruppen og styret. Disse blir håndtert i henhold til risikopolicyen (som vurderer økonomi og måloppnåelse/omdømme). Analysen av klimarisiko, naturrisiko og menneskerettighetsrisiko vil inngå i Vinmonopolets omverdenanalyse.

I de påfølgende kapitlene presenteres opplysninger om strategier og tiltak, strategier, tiltak og ressurser, parametere (mål, indikatorer og strategiske KPI-er) og oppfølging av effektiviteten til strategier og tiltak gjennom mål.



Figur: Strategiårshjulet gir en oversikt over hvordan Vinmonopolet jobber med strategi og risiko - og hvordan det er koblet til dobbel vesentlighet.



Vinens vei

Slik kan prosessen se ut når en flaske vin blir til. Det er mange ledd fra vinbonden til kunden på Vinmonopolet. Her finner du de viktigste beskrevet.



1 DYRKING

Vinmonopolet selger tusenvis av ulike viner, basert på tusenvis av ulike druetype. Druene dyrkes i cirka 100 land, med ulikt jordsmonn, klima, kultur, lover og reguleringer.



2 HØSTING

Druene plukkes, enten for hånd eller med maskin. Innhøstingen krever ekstra arbeidskraft, og været kan gjøre tidspunktet uforutsigbart. Druene knuses eller presses, og mosten tømmes i et gjæringskar.



3 GJÆRING

Under gjæringen omdannes sukkeret i druesaften til alkohol og CO₂, og nye aromastoffer utvikles. Gjæringen foregår på tanker av stål, tre, plast, terrakotta eller betong.



4 PRODUKSJON OG TAPPING

Etter gjæring og stabilisering gjøres vinen klar for å fylles på emballasje av plast, metall eller glass. Vanligvis skjer dette samme sted der druene dyrkes og høstes, og mosten gjæres til vin. For vin med stort produksjonsvolum, kan prosessene skje ulike steder. En vin kan f.eks. bli blandet og tappet av en produsent i et annet land enn der tilvirkeren har kjøpt inn druene og gjæret vinen.



5 IMPORT

Vinmonopolet importerer ikke vin selv. Vi kjøper varer fra cirka 800 norske grossister. Importørene kan levere varer basert på spesifikke anbud fra Vinmonopolet eller gjøre varer tilgjengelig via bestillingsutvalget.



7 SALG OG KONSUM

Vinen gjøres tilgjengelig for salg i en av Vinmonopolets 351 butikker og i nettbutikken. Årlig handler nordmenn rundt 95 millioner liter vin og andre drikkevarer på Vinmonopolet.



6 DISTRIBUSJON

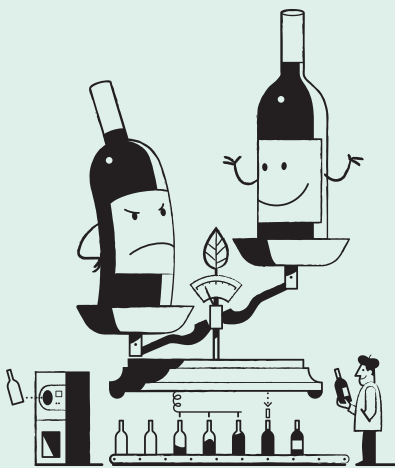
Tre store og flere mindre distributører frakter varer fra lagre på Østlandet til Vinmonopolets butikker. Transporten foregår med bil eller tog.

KLIMA

En pådriver i bransjen

I 2024 fortsatte vi arbeidet med Vinmonopolets klimaomstillingsplan. Vi implementerte tiltak og utvidet planen for å nå klimamålet vårt for 2030. Planen viser at vi kan nå 2030-målet, men det vil kreve mye arbeid. I dette kapittelet ser vi på klimaarbeid, klimaregnskap og klimarisiko.

VÅR FREMGANGSMÅTE



Fra vesentlighetsanalysen

- Vinmonopolet har negativ påvirkning i form av klimagassutslipp fra egen virksomhet og fra vår verdikjede. Verdikjeden vår er særlig utsatt for fysiske klimaendringer, mens strengere reguleringer kan gjøre det både enklere og vanskeligere å nå våre mål.

- Dette er knyttet til FNs bærekraftsmål

13.3 17.16 17.17

Mål

Vi skal redusere klimagassutslippene i henhold til nasjonale mål, redusere miljøbelastningen i egen virksomhet og være en pådriver for å redusere klimagassutslipp og miljøbelastning i verdikjeden.

KPI 1:

Totalt CO₂-utslipp

MÅL 2030 (TONN CO₂e)

117 201

RESULTAT 2024 (TONN CO₂e)

293 282

KPI 2:

CO₂-avtrykk i gram per liter solgt

MÅL 2030

1270 g

RESULTAT 2024

3117 g

KPI 3:

Andel miljøfyrtårnsertifiserte butikker

MÅL 2030

100%

RESULTAT 2024

99%

KPI 4:

Andel solgte liter med klimasmart emballasje (uten Bag-in-Box og pouch)

MÅL 2030

80%

RESULTAT 2024

41%

Vinmonopolets klimaomstillingsplan

Vinmonopolets klimaomstillingsplan legger føringer for videre tiltak for å redusere utslipp. Vi har valgt å dele omstillingsplanen i to veikart: et for egen virksomhet og et for verdikjeden. Veikartene ble vedtatt av Vinmonopolets ledergruppe i desember 2024.

Vi definerer egen virksomhet som aktiviteter vi har direkte kontroll over. Egen virksomhet inkluderer alt fra strømforbruk til salg av poser og innkjøp av hyller til nye butikker. Vi definerer verdikjeden som alt utslipp relatert til varene vi selger.

Retningslinjer og styrende dokumenter

- **Eierskapsmeldingen**

Eierskapsmeldingen uttrykker en forventning om at statlige virksomheter setter seg mål og iverksetter tiltak i tråd med Parisavtalens mål for klimagassutslipp.

- **Nordisk samarbeid om veikart**

De nordiske alkoholmonopolene har etablert et felles veikart for arbeid med klima og miljø. I 2024 ble det kanadiske monopolet SAQ med i samarbeidet. Samlet utgjør vi verdens største innkjøper av alkoholholdig drikke, med en innkjøpsmakt som kan skape endringer globalt i bransjen.

- **«The Bottle Weight Accord»**

I 2024 ble Vinmonopolet medlem av Sustainable Wine Roundtable (SWR), en internasjonal medlemsorganisasjon for vinrelaterte aktører. SWR har ulike initiativer knyttet til bærekraft og vin. I SWR har vi forpliktet oss til en «Bottle Weight Accord» som har som mål å oppnå en gjennomsnittlig flaskevekt på 420 gram for rødvin, hvitvin og rosevin (stillevin) på 750 ml-flasker.

- **Retningslinjer for klima og miljø**

I 2024 har vi utarbeidet nye retningslinjer for klima og miljø i Vinmonopolet. Denne skal ferdigstilles og godkjennes i løpet av 2025. Retningslinjene definerer Vinmonopolets ansvar og ambisjoner for klima og natur, og beskriver overordnede forventninger til leverandørkjeden.

Interessentdialog

- **Grossister**

Norske grossister er en viktig samarbeidspartner for at vi skal nå målene vi har satt oss for klima og miljø. Vi informerer grossistene via en lukket portal og har jevnlig dialog med grossistenes bransjeforeninger.

- **Medarbeidere**

Tolv butikksjefer har et særskilt ansvar for å følge opp klima og miljø i Vinmonopolets distrikter. Disse butikksjefene, kalt bærekraftskonsulenter, jobber med miljøfyrtårnsertifisering, energisparing og avfallshåndtering og er sparringspartnere både for andre butikkansatte og kjedekontoret når det kommer til klimaarbeidet i butikk.

- **Forskning og innovasjon**

I 2024 var bærekraftsmedarbeidere fra de nordiske monopolene på studietur i Tyskland. På Universitetet i Geisenheim lærte vi om forskning på jordbrukspraksiser og teknologi, inkludert måter man kan tilpasse vinproduksjonen til klimaendringer på, som bedre vanning og bruk av solceller i vinmarker for skygge. Vi diskuterte også lettere emballasje, energieffektivisering og utslippskutt med produsenter av vin og glassemballasje.

Aktiviteter i egen virksomhet

Miljøarbeid i butikkene

Blant våre 351 butikker er 349 miljøfyrtårnsertifisert. De to gjenværende butikkene ble etablert i 2024 og skal etter planen sertifiseres i løpet av 2025. Vi jobber aktivt med å redusere energibruken og sikre ombruk og gjenvinning av materialer i butikkene våre. Hver butikk har sin egen miljøplan med konkrete miljømål. Gjennom et digitalt oppfølgingssystem blir status for måloppnåelse fulgt opp løpende.

Energikartlegging

Vi gjennomførte energikartlegging av ti representative butikker i 2024. Resultatet indikerer et potensial for å kutte utslipp fra butikkene våre. Energieffektivisering i butikkene våre, mindre reisevirksomhet samt redusert salg av plastposer blir viktige prioriteringer for reduksjon av utslipp i egen virksomhet i 2025.

Posesalg og Handelens Miljøfond

Vinmonopolet er medlem av Handelens Miljøfond, og vi deler deres målsetting om å redusere plastposeforbruket med 70 prosent innen utgangen av 2025. I 2024 gikk salget av plastposer ned med 32 prosent. Nedgangen innebærer en reduksjon på mer enn fem millioner poser i 2024 sammenlignet med 2023. Vi har jobbet aktivt med kommunikasjon og oppfølging av resultater internt. Dette, sammen med økt bevissthet i samfunnet og en prisjustering fra Handelens Miljøfond i mai 2024, har ført til nedgangen i posesalget.

Nye retningslinjer for reiser

I 2024 oppdaterte vi Vinmonopolets retningslinjer for reiser. Den legger opp til at det i større grad skal tas klimahensyn når en reise vurderes. Blant annet sier de nye retningslinjene at det alltid skal vurderes om en reise kan erstattes med et digitalt møte, og at kollektive reisemidler skal prioriteres på reiser under 400 km.

Offentlige anskaffelser

Vinmonopolet er en stor innkjøper av varer og tjenester, og vi følger loven om offentlige anskaffelser. Vi har utviklet en egen prosessbeskrivelse og stiller sosiale og miljømessige krav i anbudene våre der det er relevant. Kravene til bærekraft tilpasses hvert enkelt anbud. Vi jobber tverrfaglig og sørger for at relevante fagpersoner er involvert, både ved konkurranseutforming og i oppfølgingen av kravene vi stiller.

I 2024 ble det utlyst 68 konkurranser (inkludert anbud på alkoholfritt). Vi stilte spesifikke krav til bærekraft i 14 av kravspesifikasjonene.

Aktiviteter i verdikjeden

Økte behov for datainnsamling og -håndtering

Vi har gjennomført en analyse av hva som vil påvirke utslippene fra vår virksomhet frem til 2050, med fokus på teknologi og regelendringer. Arbeidet har inkludert dialog med aktører innen gjødsel- og glassproduksjon, og å samle inn offentlig informasjon om energi, transport, emballasje og landbruk.

For å kunne identifisere effektive incentiver eller krav til leverandørene våre har vi behov for bedre data om innsatsfaktorer i dyrkingen, produksjonen og transporten av produktene vi selger. Derfor er en betydelig del av prioriteringene våre fremover knyttet til to prosjekter: bærekraftsplattformen og klimakalkulatoren. Bærekraftsplattformen skal brukes til å innhente informasjon og følge opp leverandørkjeden til produktene vi selger. Hensikten er å få bedre forståelse for utfordringer og kunne gi bedre veiledning til aktører i leverandørkjeden.

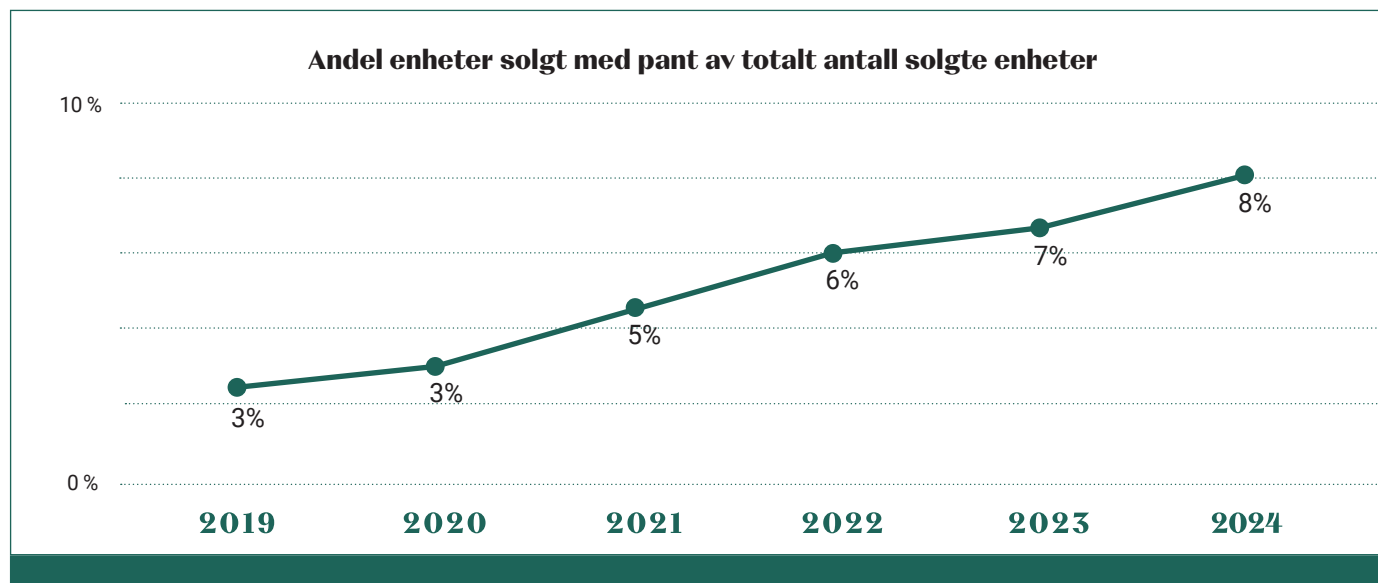
Høsten 2024 samarbeidet de nordiske monopolene om utvikling av en metode for å beregne klimafotavtrykk per produkt – en klimakalkulator. De beregnede verdiene vil etterhvert kunne erstattes med faktiske tall fra våre leverandører. I 2025 vil vi jobbe videre med hvordan vi best kan implementere klimakalkulatoren i leverandørkjeden.

Store muligheter for utslippskutt i emballasje

Vinmonopolets største materialstrøm er produktemballasje, særlig glassflasker. Vi har i flere år jobbet systematisk med å få flere produkter over på klimasmarte emballasjetyper.

Klimasmart emballasje er emballasje som veier under 420 gram per 750 ml innhold. Klimasmart emballasje kan være laget av ulike materialtyper, for eksempel plast, fiber, aluminium eller lettere glass. Vinmonopolet lanserer nye produkter anenhver måned. Siden 2020 har vi stilt krav om klimasmart emballasje på rødviner, hvitviner og roseviner med en utsalgspris under 250 kroner. I 2024 tok vi dette et stort skritt lenger og innførte krav om klimasmart emballasje på alle eksisterende rødviner, hvitviner og roseviner (under 250 kroner) på Vinmonopolet. Det nye kravet vil gjelde fra 1. januar 2026. Vi ser at flere leverandører endret produktenes emballasje til å bli klimasmart i løpet av 2024. Ved utgangen av året oppfylte imidlertid cirka 3 700 produkter fremdeles ikke kravet om klimasmart emballasje. I tillegg stiller vi krav om klimasmart emballasje på produkter med utsalgspris over 250 kroner, dersom det er mulig. Av 242 lanserte produkter i 2024 innfridde 71 kravet til klimasmart emballasje.

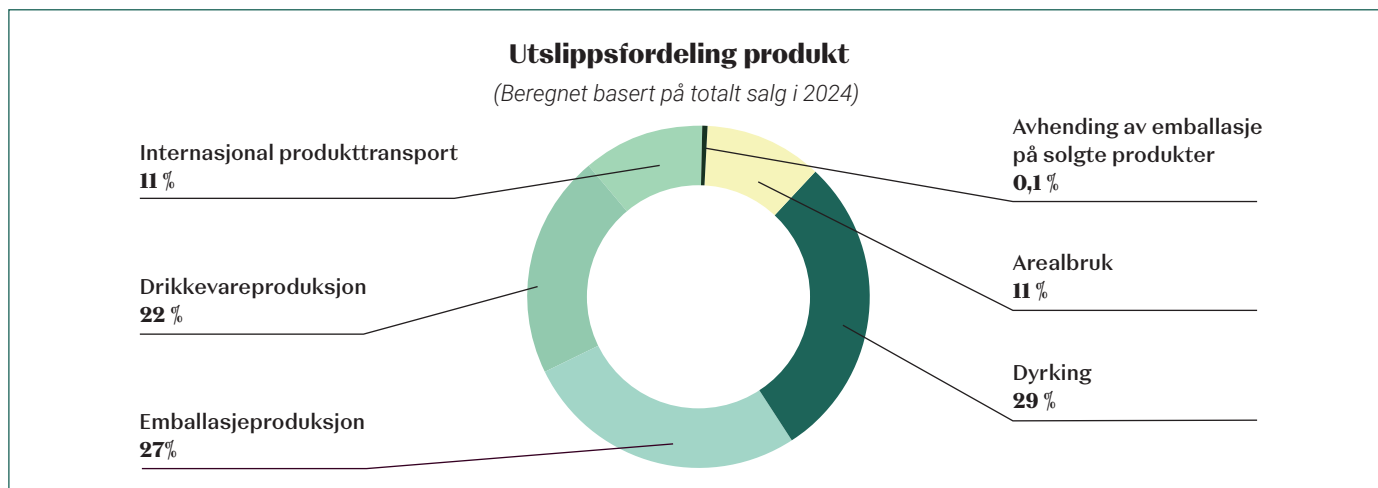
Vinmonopolet stiller krav om at nye produkter i plastemballasje (PET) og aluminiums-bokser skal ha pant. I 2024 ble det solgt 9,6 millioner enheter med pant. Dette er en økning på over 14 prosent sammenlignet med 2023. I returstatistikken ser vi at det er stor variasjon innen ulike varegrupper. Øl og vin på aluminiumsboks har relativt høy returgrad på hhv. 95 og 82 prosent. Vin- og brennevinflaskene på PET ligger vesentlig lavere, og har en returgrad på hhv. 75 og 43 prosent. Returstatistikken viser en gradvis økning over tid for alle varegrupper. Det skjer antageligvis som følger av at flere blir oppmerksomme på mulighet for pant på varer fra Vinmonopolet, og fremover må vi fortsette å øke returgraden gjennom kommunikasjonstiltak og merking i butikk.



Målsettinger og resultater

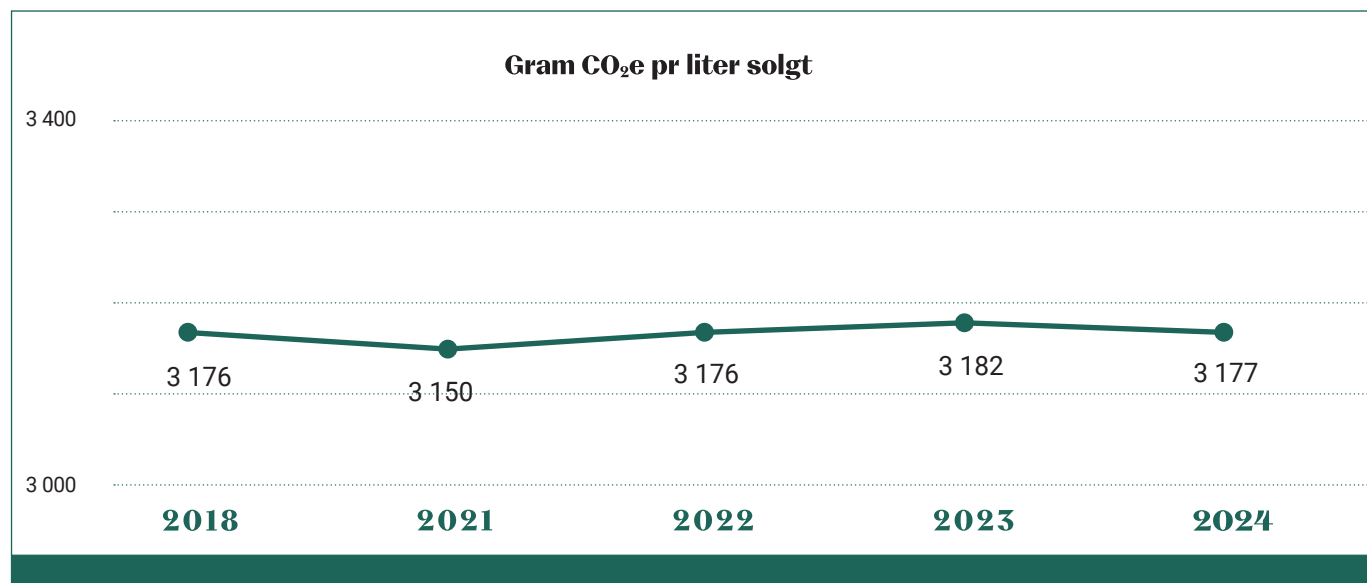
De største utslippene kommer fra produktene vi selger

Ifølge den nordiske livsyklusanalysen, kommer over 95 prosent av Vinmonopolets utslipp fra produktene vi selger, er basert på en livsyklusanalyse fra 2023. Den viser at mer enn 95 prosent av de totale utslippene kommer fra produktene. Dyrking av råvarer, produksjon av emballasje og vin- og brennevinsproduksjon står for de største utslippsbidragene. For alkoholholdig drikke er det særlig bruk av energi og drivstoff i jordbruk og drikkevareproduksjon, samt produksjon av innsatsfaktorer som gjødsel og plantevernmidler, som er de største driverne for utslipp. Per i dag er det et stort gap mellom klimamål og utslippsnivå. Det er i utslippene fra produktene vi må få til de store kuttene hvis vi vil nå klimamålet om 55% reduksjon i klimagassutslipp.

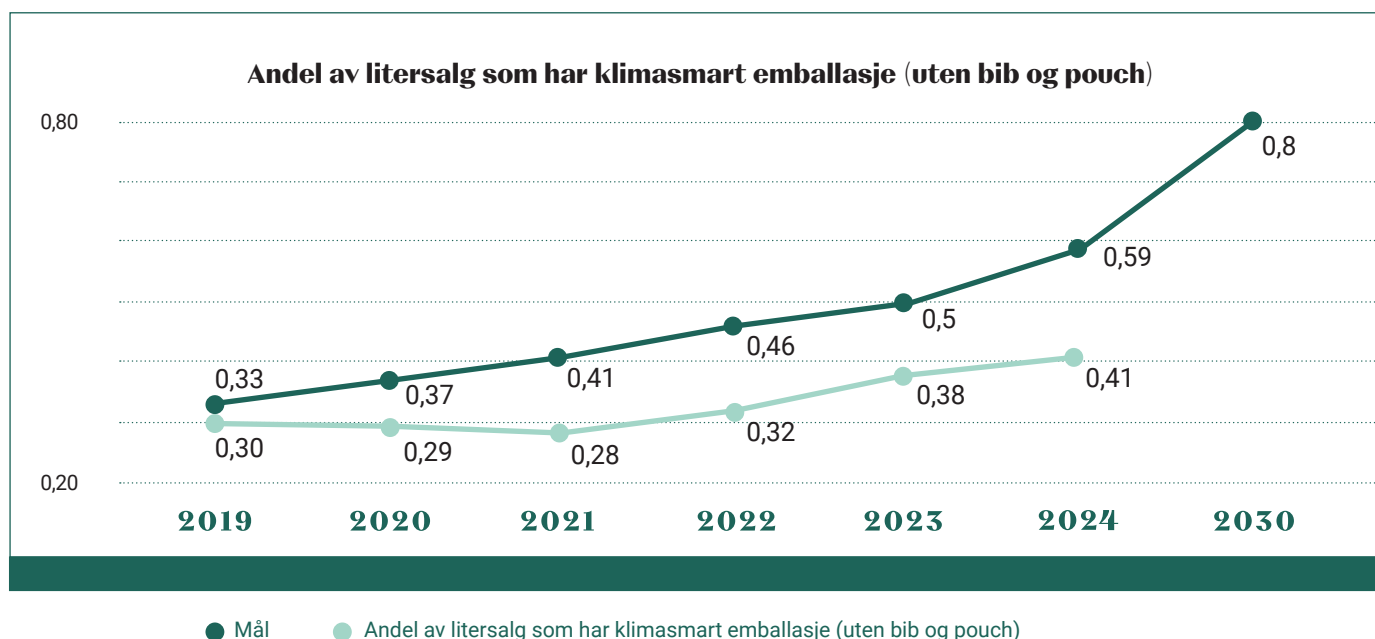


Utslipp per liter solgt

Vi måler utslippsintensiteten i klimafotavtrykk per liter solgt. For at vi skal nå målet om 55 prosent CO₂-reduksjon, må utslippsintensiteten per liter reduseres til 1270 gram CO₂ per liter. Dette skal vi få til ved å redusere klimapåvirkningen fra innsatsfaktorene til produktene vi selger. For å nå målet om utslippsintensitet, må vi frakoble den tette sammenhengen mellom totalt litersalg og utslipp fra produktene.



Fra 2024 ble andelen liter solgt på klimasmart emballasje fulgt opp som en strategisk KPI. Målet er at 80 prosent av litersalget skal være på klimasmart emballasje. Målsettingen og KPI-en inkluderer ikke produkter i Bag-in-Box eller pouch fordi vi ikke ønsker en KPI som fremmer salg av enheter med stort volum.



Rapporteringsprinsipper:

Vi har utarbeidet en egen metoderapport for klimagassregnskapet som er tilgjengelig på vinmonopolet.no. Denne viser hvilke faktorer vi har brukt for de ulike kategoriene.

Referanseår 2018: Grunnen til at dette brukes som basisår er at 2018 samsvarer tett med utslippene i 1990 som Norge har som referanse for sine nasjonale mål, samt at 2018 er det første året vi har fullstendig tall for. Vinmonopolet speiler de nasjonale målene om 55% klimakutt innen 2030 sammenlignet med 1990-nivå. Klimagassregnskapet med Totale CO₂ekv for scope 1, scope 2 og scope 3 er en strategisk KPI for Vinmonopolet

Vi har ikke beregnet biogene utslipp for scope 3.

Klimaregnskap 2024

SCOPE 1	CO2-FAKTOR	ENHET CO2-FAKTOR	AKTIVITETS DATA 2024	T CO2 2018	TCO2 2023	T CO2 2024	ENDRING MOT I FJOR	ANDEL AV TOTAL	KOMMENTAR
Leasede biler (diesel)	2,66	kg/L	1 342	25	7	4	-48 %	0,00 %	I 2024 har det kun vært én leaset bil på fossilt drivstoff (diesel).
Kjølemedier	1 584,16	kg/kg	16	82	38	25	-34 %	0,01 %	Forbruk av kjølemedier kan ha stor variasjon fordi forbruket avhenger av om det har vært lekkasjer.
TONN CO2 SCOPE 1				106	45	29	-36 %	0 %	
Biogene utslipp (utenfor scope)	2,51	kg/L	85,7		0,4	0,2	-45 %	0,00 %	Flere elbiler i bilparken, og dermed lavere bruk av fossilt og biodrivstoff
SCOPE 2									
Markedsbasert - elektrisitet butikker, kontorer, lager	599	g/kWt	17 973 018 kWt	5 941	9 272	10 766	16,1 %	3,74 %	Økte utslipp skyldes økt utslippsfaktor for markedsbasert. Totalt har kWt gått ned fra 2024 til 2023
Lokasjonsbasert - elektrisitet butikker, kontorer lager	15	g/kWt	17 973 018 kWt	183	351	270	-23,2 %	0,09 %	Faktor for lokasjonsbasert har gått ned. Bruk av strøm har også gått ned pga. noe varmere vinter og kjølig sommer = mindre behov for oppvarming og nedkjøling.
Fjernvarme og -kjøling kjedekontor	20	g/kWt	278 363 kWt	7	6	6	-13,6 %	0,00 %	
Nordpolet	260	g/kWt	44 839 kWt	28	28	12	-58,4 %	0,00 %	Kullkraftverk på Svalbard lagt ned i 2023. Diesel fra 2024 gir vesentlig lavere utslippsfaktor
SUM TONN CO2 SCOPE 2 (MARKEDSBASERT)				5 976	9 306	10 783	16 %	0 %	
SUM TONN CO2 SCOPE 2 LOKASJONSBASERT				218	385	287	-26 %	0 %	



KATEGORI	SCOPE 3	CO2-FAKTOR	ENHET CO2-FAKTOR	AKTIVITETS DATA 2024	T CO2 2018	TCO2 2023	T CO2 2024	ENDRING MOT I FJOR	ANDEL AV TOTAL	KOMMENTAR
6	Reisevirksomhet	a	l/A	l/A	350	777	797	3 %	0,3 %	
Produkter										
1	Arealbruk	328	g/liter	92 306 910 liter	27 104	31 616	30 256	-4 %	10 %	Redusert salg i 2024
1	Dyrking	865	g/liter	92 306 910 liter	71 893	83 818	79 832	-5 %	27 %	Redusert salg i 2024
1	Drikkevareproduksjon	645	g/liter	92 306 910 liter	66 463	77 773	59 565	-4 %	20 %	Redusert salg i 2024
1	Emballasjeproduksjon	805	g/liter	92 306 910 liter	53 390	62 516	74 336	-5 %	25 %	Redusert salg i 2024
1	Internasjonal produkttransport	329	g/liter	92 306 910 liter	27 180	31 729	30 368	-4 %	10 %	Redusert salg i 2024
12	Avhending av emballasje på solgte produkter	6	kg/tonn	36 896 liter	675	806	237	-71 %	0 %	Stor nedgang hovedsakelig pga. lavere DEFRA-faktor i 2024. Nedgang i salg gir også mindre mengder emballasje
SUM PRODUKT-RELATERTE		329			246 705	288 259	274 593	-5 %	94 %	
5	Avfall egen virksomhet	6	kg/tonn	2 673 tonn	48	55	17	-69 %	0 %	Stor nedgang hovedsakelig pga. lavere DEFRA-faktor i 2024.
1	Innkjøp av varer og tjenester	l/A	kg/stk	l/A	2 397	1 418	1 491	-12 %	0 %	Innkjøp av butikkinventar lagt til i 2024 og tilbakeregnet til 2018
4	Nasjonal varetransport		kg/L	92 306 910 liter	4 865	5 177	5 571	8 %	2 %	
SUM SCOPE 3					254 365	295 686	282 470	-2 %	97 %	

	2018	2023	2024	ENDRING MOT I FJOR	% AV TOTAL	55% REDUKSJONSMÅL
TONN CO2 TOTAL	260 447	305 037	293 282	-3,9 %		
LITERSALG	82 006 213	95 850 770	92 306 910	-1,5 %		
GRAM CO2 PR LITER SOLGT	3 175,9	3182,4	3177,2	0,2 %		

Hvordan påvirker klimaendringer Vinmonopolet?

I 2024 gjennomførte vi analyse av klimarisiko, både i egen drift og i verdikjeden. Analysen viser hvordan klimaendringer kan påvirke Vinmonopolet.

Klimarisikoanalysen, utført i tråd med anbefalingene i Taskforce on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), viser hvor motstandsdyktige Vinmonopolet og vår verdikjede er mot klimaendringer. Analysen tar utgangspunkt i en tidligere klimarisikoanalyse (PwC/Vinmonopolet 2022) samt studien «Climate change impacts and adaptations of wine production» (van Leeuwen, C., Sgubin, G., Bois, B. et al.).

Klimarisikoanalysen tar utgangspunkt i to klimascenarier for periodene 2020–2039 og 2040–2059: ett scenario med temperaturøkning under to grader og ett scenario med temperaturøkning på fire grader. Vi har fokusert på scenarioet med under to graders økning når vi beskriver klimarisikoene. I tabellene i vedlegget vurderer vi hvordan klimarisikoene vil endre seg dersom temperaturen stiger med over fire grader.

IDENTIFISERTE KLIMARISIKOER OG MULIGHETER		
Type risiko	Identifisert potensiell risiko	Vurdering risiko
Fysisk risiko	Begrenset tilgang til produkter eller markeder på grunn av akutte effekter av klimaendringer.	høy
	Ekstremvær fører til forsinkelser i vareleveranser og stengte butikker.	høy
	Risiko for tap av produkter som følge av hete og temperaturer over 35 grader i lengre perioder (akutt risiko).	moderat
	Risiko for tap av produkter på grunn av tørke (kronisk).	moderat
Overgangsrisiko	Vin og brennevin inkluderes i EUs emballasjedirektiv, som fører til at alle butikkene må bygges om til å ta imot gjenbruksflasker.	høy
	Endrende markeder som følge av klimaets innvirkning på vinkvalitet og tilgjengelig volum.	moderat
	Risiko for mindre effektiv distribusjon med mer klimagassutslipp, gjennom etablering av flere mindre distributører.	lav
	Krav og forventninger til vareflyt for å imøtekomme kundeforventninger og redusere utslipp. Det er en risiko å at vi ikke finner optimal balanse mellom forventninger, utslipp og økonomi.	lav
	Vinmonopolet når ikke interessentenes forventninger om klimareduksjoner.	moderat
	Nye/strengere regelverk og reguleringer på transport.	moderat
Type	Identifisert potensiell mulighet	vurdering mulighet
Muligheter	Tilgang på nye/endrede produkter og lokasjoner for produksjon som følge av klima og naturinnvirkning (kvalitet og tilgjengelig volum).	høy
	Vinmonopolet kan gjennom internasjonalt samarbeid tilgjengeliggjøre verktøy for verdikjeden for å identifisere risiko.	høy
	Nye/strengere regelverk og reguleringer i jordbrukssektoren.	svært høy
	Nye/strengere regelverk og reguleringer på emballasje.	svært høy
	Vare- og informasjonsflyt forbedres med teknologi.	høy
	Teknologier for mer energieffektiv vinproduksjon.	svært høy

Benyttede scenarier:

UNDER-2-GRADER-SCENARIO ↓

- En fremtid med lave klimagassutslipp hvor temperaturøkningen er på under 2 grader i 2100. Vi ser nedgang i bruk av olje, lavere forbruk og lavere energiintensitet. CO2-utslippene stabiliserer seg på 2020-tallet, mens energisektoren når netto null-utslipp i 2050. Utslippene går deretter ned og blir negative i 2100.
- Scenarioet innebærer at samfunnet har valgt å gå i en grønn retning. Verden går gradvis og gjennomgripende mot en mer bærekraftig verden med fokus på inkludering og respekt for planetens tålegrenser. Forvaltningen blir stadig bedre, utdannings- og helseinvesteringer akselererer demografisk overgang, og økonomisk vekst skifter mot velvære. Ulikheten både på tvers av og innenfor land reduseres, og verdens befolkning anslås å være 9 millioner i 2100.
- Overgangsrisikoene er høye knyttet til høyere avgifter, mer reguleringer og forventninger fra kunder. Vi ser relativt lite fysisk klimarisiko.
- På tross av at samfunnet klarer å begrense klimaendringer, ser vi en reduksjon på mellom 19 prosent og 62 prosent i areal som kan brukes til drueproduksjon (vitikultur).
- Under dette scenarioet ligger:
 - fra IPCC AR5: RCP 2.6 – Lave utslipp
 - fra IPCC AR6: SSP1 Sustainability – Taking the Green Road
 - fra IEA: Net Zero Emissions by 2050 Scenario

UNDER-4-GRADER-SCENARIO ↓

- Scenarioet innebærer veldig høye klimagassutslipp med en temperatur på 4 grader i 2100, som følge av ingen endringer i reguleringer for å redusere utslippene. Utslippene tredobles, ressurs- og energiintensiteten forblir høy, og verdens populasjon øker til 12 millioner i 2100. Energisektoren behandles land for land med retningslinjene som er på plass i august 2023.
- I dette scenarioet setter verden fokus på økonomisk vekst. Det er store investeringer i helse, utdanning og institusjoner for å styrke menneskelig og sosial kapital, rikelig utnyttelse av fossile ressurser og en ressurs- og energiintensiv livsstil for mange. Det er lavere grad av innovasjon innenfor teknologi, men tro på evnen til å effektivt administrere sosiale og økologiske systemer, inkludert ved geo-engineering om nødvendig.
- Det er stor fysisk klimarisiko knyttet til temperaturstigning, ekstremvær og oversvømmelser. Det er ingen overgangsrisikoer.
- Areal som kan brukes til drueproduksjon (vitikultur) reduseres med 25–73 prosent i de store vinregionene.
- Under dette scenarioet ligger:
 - fra IPCC AR 5: RCP 8.5 – Høye utslipp
 - fra IPCC AR6: SSP5 Fossil-fueled Development – Taking the Highway
 - fra IEA: Business as Usual

Kilder:

- https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/SYR_AR5_FINAL_full.pdf
- https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/downloads/report/IPCC_AR6_SYR_LongerReport.pdf
- <https://www.iea.org/reports/global-energy-and-climate-model/understanding-gec-model-scenarios>



Styring av risiko og muligheter

Fysisk klimarisiko i verdikjeden

Vi har delt analysen av fysisk klimarisiko i hvordan verdikjeden påvirkes og hvordan Vinmonopolet påvirkes. For å forenkle analysen, har vi brukt klimarisiko i drueproduksjon som basis.

Vinverdenen er svært utsatt for fysisk klimarisiko. Land som Spania, Australia og Italia er særlig utsatt og opplever allerede i dag ekstreme akutte hendelser (som hetebølger og skogbranner) og kroniske hendelser (som tørke eller mindre vann tilgjengelig). I et 4-grader-scenario kan tapet av produksjonsområder bli så høyt som 85 prosent hvis produksjonsmetodene forblir uendret. Land som Tyskland og New Zealand og nordvestregionen i USA kan derimot få økt mulighetsrom ved økte temperaturer, hovedsakelig innenfor et under-2-grader-scenario.

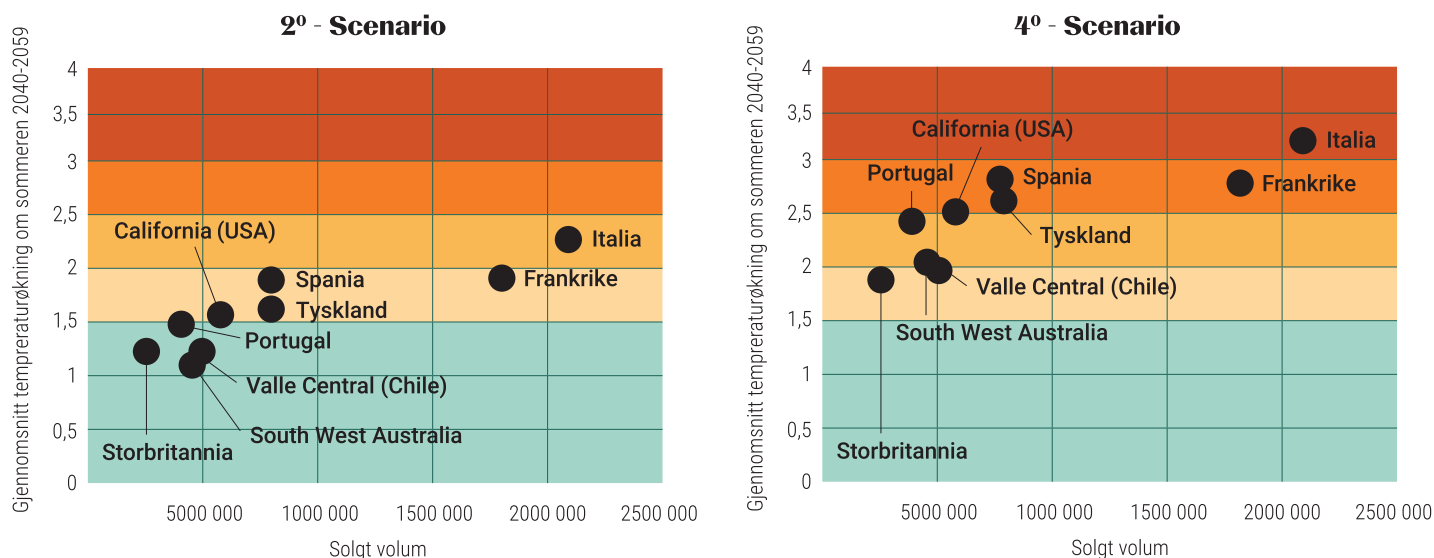
For å se på konsekvenser for Vinmonopolet inkluderte vi de landene med høyest salgsvolum per april 2024 sammen med informasjon fra Verdensbankens Climate Change Knowledge Portal. For kronisk risiko så vi på forventet gjennomsnittstemperatur², fordi temperatur er viktig for plantevekst og henger tett sammen med tilgang på vann. For akutt klimarisiko så vi på antall dager med ekstrem varme³ fordi varme kan redusere kvaliteten på druene og mengden druer. Samtidig vet vi at høyere temperatur også kan føre til andre typer akutte risikoer som hagl, flom, tidlig frost med mer.

Geografisk klimarisiko i ulike scenarioer			
LAND/OMRÅDE	RISIKO VED TEMPERATUR-ØKNING UNDER 2°	RISIKO VED TEMPERATUR-ØKNING UNDER 4°	KONSEKVENNS FOR VINMONOPOLET
Italia	høy	svært høy	Økningen i temperatur og tørke kan føre til at det ikke går å produsere samme volum og kvalitet. Vinmonopolet får tilgang til å kjøpe relativt mindre fra landet til endrede priser. Risiko for redusert omdømme knyttet til endrede priser og tilgjengelighet.
Frankrike	moderat	svært høy	
Spania	moderat	svært høy	
California (USA)	lav	høy	
Portugal	lav	moderat	
Sørvest-Australia	lav	høy	Økningen i temperatur kan føre til bedre dyrkingsforhold som fører til økt volum og økt kvalitet. Landene kan bli et større marked som Vinmonopolet har tilgang til å kjøpe fra. Det kan også her være risiko for redusert omdømme – primært knyttet til endrede (økende) priser.
Valle Central (Chile)	lav	moderat	
Tyskland	moderat	svært høy	
England/Storbritannia	lav	moderat	



² Projected Average Mean Surface Air Temperature

³ Projected Number of Hot Days (Tmax > 35 °C)



Figur: Kronisk risiko i verdikjeden i ulike scenarioer – sett mot solgt volum

Vi ser store effekter i 4-grader-scenarioet. I et slikt scenario vil store vinland som Spania, Italia og Frankrike få temperaturøkning over 2,5 grader, som er skadelig for drueproduksjonen. Tyskland vil også få en tilsvarende temperaturøkning, men ettersom temperaturen er lavere i Tyskland i utgangspunktet, vil økningen være positiv for drueproduksjonen. Analysen viser at det kan bli utfordrende å produsere vin i tilstrekkelig kvalitet og volum i Italia, Frankrike (regionale forskjeller), Spania, California (USA), Portugal og sørvest-Australia. I Tyskland, Valle Central i Chile og England kan man forvente at produksjon og kvalitet vil øke.

Gitt vår posisjon som monopol er det antatt fortsatt tilgang på varer i begge scenarioene. Sammensetningen av hvor varene kommer fra, vil imidlertid være annerledes. Pris, volum og tilgjengelighet vil endres, noe vi tror påvirker Vinmonopolets omdømme. Vi ser også en omdømmerisiko knyttet til at vi har bidratt til klimaendringer og ødeleggelser gjennom våre kjøp fra en global verdikjede.

Fysisk klimarisiko i egen virksomhet

For egen virksomhet har vi også benyttet Verdensbankens database, men har her sett på dager med mer enn 20 mm regn. Resultatene viser at det er en begrenset risiko knyttet til nedbør. Enkelte dager i 2024 var imidlertid flere av butikkene våre stengt grunnet ekstremvær.

Overgangsrisiko

I analysen av overgangsrisiko har vi brukt forskningsartikler, verdikjedianalyse og øvrige skrivebordsanalyser gjennomført i forbindelse med analysen av dobbel vesentlighet. Gjennom dobbel-vesentlighetsanalysen har vi diskutert og forankret risikoene med fagmiljøet i bærekraftsenheten, bærekraftskonsulenter/butikksjefer og styre og ledelse. På denne måten har vi vurdert hele verdikjeden til Vinmonopolet. Vi har brukt ulike grunnlag for å vurdere ulike TCFD-kategorier:

- Teknologi, ressurseffektivitet, energikilder og motstandsdyktighet: fagekspertise i Vinmonopolet, forskningsartikler
- Reguleringer: interessentanalse, gjennomgang av NOU-er, Climate Action Tracker
- Marked og produkter: resultat fra kundeundersøkelser på spørsmål knyttet til klima og miljø, trendutvikling for Vinmonopolets litersalg som har klimasmart emballasje (uten kartong og pose/pouch)
- Omdømme: resultater fra kunde- og opinionsundersøkelser

Ansvarsrisiko

Vi har gjennomgått medieoppmerksomhet om Vinmonopolet og har vurdert at det per nå ikke er ansvarsrisiko knyttet til klimarelaterte forhold. Vinmonopolet vil følge dette fremover og oppdatere analysen ved behov.

Tilpasninger i strategi og forretningsmodell

Vinmonopolet har et strategisk mål om å redusere klimagassutslipp i henhold til nasjonale mål, redusere miljøbelastningen i egen virksomhet og være en pådriver for å redusere klimautslippene og miljøbelastningen i verdikjeden innen 2030. Vinmonopolets ledergruppe og styre har diskutert Vinmonopolets klimaomstillingsplan flere ganger i løpet av 2024. Identifiserte klimarisikoer ble inkludert i risikostyringsprosessen høsten 2024, men ikke vurdert til å være vesentlige. Vinmonopolet har ikke identifisert lokasjoner eller forretningsaktiviteter som må signifikant endres ved en overgang til et lavutslippssamfunn. Det er ikke gjort ytterligere endringer i strategien i 2024, men arbeidet med å beregne utslipp knyttet til produkter har fått økt fokus.

TCFD-INDEKS	SIDEREFERANSE
SELSKAPSSTYRING	
a) Styrets involvering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell s. 39
b) Ledelsens involvering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell s. 39
STRATEGI	
a) Risiko og muligheter	Identifiserte klimarisikoer og muligheter s. 36
b) Påvirkning på selskapet	Identifiserte klimarisikoer og muligheter s. 36
c) Scenarioer	Identifiserte klimarisikoer og muligheter s. 36
RISIKOSTYRING	
a) Prosess	Styring av risiko og muligheter s. 38 og 39
b) Styring	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell s. 39
c) Integrering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell s. 39
MÅLING	
a) Måling	Klimaregnskap, s. 34 og 35
b) Klimagassutslipp	Klimaregnskap, s. 34 og 35
c) Mål	Målsetninger og resultater s. 32 og 33



NATUR

Vinmonopolets naturrisiko og påvirkning på natur

Det er lett å glemme at varene vi selger er jordbruksprodukter. Vinmonopolet har en indirekte påvirkning på naturmangfold og økosystemer der råvarer, som druer, dyrkes og produseres. I 2024 startet vi en mer strukturert tilnærming til naturrisiko.

VÅR FREMGANGSMÅTE



Fra vesentlighetsanalysen

- Vinmonopolets viktigste interaksjon med natur skjer i jordbruksproduksjonen av produktene våre. 70 prosent av volumet av stille vin kommer fra land som er utsatt for svært høy risiko innen vannkvalitet, pollinering og tap av tredekke. Vinmonopolet har mulighet til å bistå leverandørkjeden for å redusere påvirkningen.

- Dette er knyttet til FNs bærekraftsmål

13.3 15.1 17.16 17.17

Mål

Vi skal redusere klimagassutslippene i henhold til nasjonale mål, redusere miljøbelastningen i egen virksomhet og være en pådriver for å redusere klimagassutslipp og miljøbelastning i verdikjeden.

Vinmonopolets naturrisikoanalyse

Vinmonopolets naturrisikoanalyse er gjort i tråd med rammeverket LEAP (Locate, Evaluate, Assess, Prepare) fra Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD). Analysen fokuserer på jordbruksdelen i vår verdikjede, fordi det er her vi har flest indirekte påvirkninger på naturen. Flere av Vinmonopolets avdelinger deltok i naturrisikoanalysen: bærekraftsenheten, varefag og faghandel og prosjektkontoret. Fremover er det bærekraftsenheten som skal løfte naturrisikoer og -muligheter gjennom den årlige strategi- og risikostyringsprosessen i Vinmonopolet.

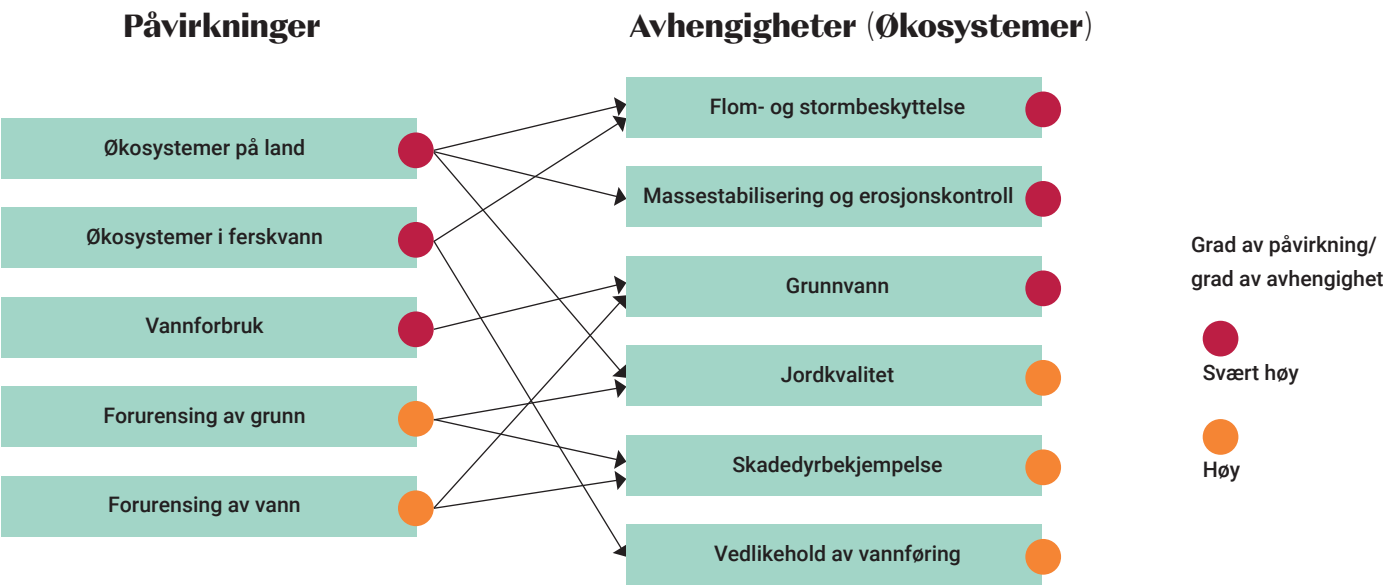
Naturrisiko i viktige vinland

Analysen av iboende landrisiko (Locate) ble gjort med WWF sitt Biodiversity Risk Filter og Water Risk Filter. 70 prosent av salgsvolumet på stille vin kommer fra land som har svært høy risiko innen ett eller flere av disse temaene. Blant annet er de tre mestselgende landene, Italia, Frankrike og Spania, rangert med høy eller svært høy risiko innen vannkvalitet, pollinering og tap av tredekke.

LAND	ITALIA	FRANKRIKE	SPANIA	TYSKLAND	CHILE	USA	AUSTRALIA	PORTUGAL	SØR-AFRIKA
ANDEL AV SALGSVOLUM (SVAKVIN)	26%	21%	10%	9%	7%	6%	6%	5%	2%
Vannmangel									
Jordsmonntilstand									
Vannkvalitet									
Pollinering									
Tap av tredekke									

Figur: Tabellen viser naturrisikoer fra landene Vinmonopolet selger mest fra

Som en stor aktør som selger produkter med opprinnelse fra jordbruket, er Vinmonopolet direkte avhengig av økosystemtjenestene. Gjennom verdikjeden har vi derfor ansvar for negative naturpåvirkninger.



Risikoer i verdikjeden er ikke nødvendigvis risiko for Vinmonopolet

I analysen vurderte vi risiko og muligheter i verdikjeden. Disse ble definert med utgangspunkt i de illustrative risikoene fra TNFD, men tilpasset Vinmonopolets virksomhet. Risikoene ble først vurdert fra jordbrukets perspektiv. Jordbruksaktiviteter påvirker økosystemtjenester som flom- og stormbeskyttelse, vannforsyning og jordkvalitet, noe som kan føre til tap av disse tjenestene. Det er høy sannsynlighet for at risikoene vil inntreffe i verdikjeden, men konsekvensvurderingene viser at Vinmonopolet fremdeles vil ha produkter i hyllene. Det er sannsynlig at sortimentet vil endres med hensyn til volum, tilgjengelighet, opprinnelsesland eller pris. Fra et omdømmeperspektiv tror vi at Vinmonopolets kunder vil tilpasse seg høyere priser eller finne produkter fra andre områder. Vi opplever at kundenes bevissthet om negativ påvirkning på natur er lav.

Tilpasninger i strategi og forretningsmodell

Vinmonopolet skal være en foregangsvirksomhet på bærekraft, og har et strategisk mål om å redusere miljøbelastningen i egen virksomhet og være en pådriver for å redusere miljøbelastningen i verdikjeden.

De identifiserte risikoene ble vurdert i dobbel vesentlighetsanalyse. Identifiserte risikoer ble også vurdert sammen med andre risikoer i Vinmonopolets risikostyringsprosess i 2024. Vi har ikke identifisert noen lokasjoner eller forretningsaktiviteter som må vesentlig endres som følge av naturrisikoanalysen. Naturrisiko skal fremover vurderes som en del av øvrig risikostyringsprosess.

Vi har gjennomgått medieoppmerksomhet og mener at det ikke er ansvarsrisiko knyttet til tema innen natur. Vinmonopolet vil følge dette fremover og oppdatere analysen ved behov.

Retningslinjer

Selskapsstrategien, eierskapsmeldingen, nordisk veikart og arbeidet med retningslinjer for klima og miljø legger grunnlaget for arbeidet med natur.

Interessentdialog

Mange produsenter ønsker å merke produktene sine med logoer som fremmer en sertifiseringsordning eller annet arbeid med klima og miljø. Kvaliteten på sertifiseringsordningene varierer. Derfor gjennomfører vi sammen med de nordiske monopolene (NAM) årlig en vurdering av relevante sertifiseringer i vår bransje. Selve sammenligningen utføres av en tredjepart. I 2024 samarbeidet NAM om å oppdatere vurderingskriteriene slik at de stiller høyere og tydeligere krav til ordningene.

Flere sertifiseringsordninger ivaretar natur og biomangfold. Vi samler disse i Vinmonopolets bærekraftssymbol miljøsertifisert produksjon, slik at det er enklere for kunden å ta aktive valg om natur og biomangfold.

For at produktet skal kunne merkes med miljøsertifisert produksjon i våre butikker, må den aktuelle sertifiseringen dekke omfattende miljøkrav både i dyrknings- og produksjonsfasen, og sertifiseringen må være produktspesifikk.

Vinmonopolets kundemagasin, Vinbladet, kommer ut fire ganger i året. I 2024 har innholdet hatt en tett kobling til natur og klima. Med temaene jord, ild, luft og vann har hver utgave pekt på hvordan klimaendringene påvirker de fire naturelementene, og hvilke konsekvenser dette har for produksjonsforhold og produktkvalitet.

Aktiviteter

Vi ønsker å ha flere produkter som hensyntar hvordan produksjonsprosessen påvirker natur og klima. I dag er vårt viktigste verktøy å etterspørre produkter der produksjonen er miljøsertifisert, økologisk eller biodynamisk. Vinmonopolet erkjenner at en mulig negativ konsekvens av økologisk og biodynamisk produksjon er lavere produksjonsvolumer. Samtidig er det kjent at økologisk og biodynamisk produksjon kan gi bedre jordhelse og mer biomangfold sammenlignet med konvensjonelt jordbruk.

TNFD-INDEKS	SIDEREFERANSE
SELSKAPSSTYRING	
a) Styrets involvering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell, side 43
b) Ledelsens involvering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell, side 43
c) Retningslinjer knyttet til menneskerettigheter	Menneskerettigheter og ansvarlig virksomhet i fokus, side 58 og 59
STRATEGI	
a) Risiko og muligheter	Vedlegg 4
b) Påvirkning på selskapet	Vedlegg 4
c) Scenarioer	Per 2024 har vi ikke gjort en strukturert scenarioanalyse av naturrisikoer og muligheter
d) Lokasjoner	Naturrisiko i viktige vinland, side 41 og 42
RISIKOSTYRING	
a) Prosess	Vinmonopolets naturrisikoanalyse, side 41 og 42
b) Styring	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell, side 43
c) Integrering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell, side 43
MÅLING	
a) Risikoer og muligheter	Indikatorer for natur er ikke definert per 2024
b) Påvirkning og avhengigheter	Indikatorer for natur er ikke definert per 2024
c) Mål	Mål for natur er ikke definert per 2024, dette skal etableres i 2025



EGNE ANSATTE

Kunnskapskultur, trivsel og inkludering

Her beskrives Vinmonopolets viktigste tiltak for å oppnå vårt strategiske mål om å være rå på fag, stolt hver dag og best sammen som lag.

VÅR FREMGANGSMÅTE



Fra vesentlighetsanalysen

- Motiverte og faglig dyktige ansatte er avgjørende for at Vinmonopolet skal være en attraktiv arbeidsplass, og for at kundene skal få god veiledning. Som en stor arbeidsgiver har vi påvirkninger og risikoer knyttet til våre ansatte gjennom arbeidstid, HMS, å motvirke trakassering, mangfold, sosial dialog og kompetanseutvikling.
- Dette er knyttet til FNs bærekraftsmål

8.5

8.6

8.8

Mål

Vinmonopolet skal være en attraktiv og inkluderende arbeidsgiver som søker å tilby medarbeiderne stillingsstørrelser de er fornøyde med, og som har et jobbnærvær på nivå med sammenlignbare virksomheter.

Vinmonopolet har kompetente og motiverte medarbeidere som ønsker å utvikle seg, og som bidrar til å videreutvikle Vinmonopolet.

KPI 1:

Sykefravær

MÅL 2030

6 %

RESULTAT 2024

7,1 %

KPI 2:

Turnover

MÅL 2030

9 %

RESULTAT 2024

7,3 %

Arbeidstid

Vinmonopolet ønsker å kunne tilby kontraktstørrelser medarbeiderne våre er fornøyde med. I 2024 har vi jobbet for å finne løsninger som kan bidra til å øke andelen som jobber heltid i Vinmonopolet.

Andelen heltid må imidlertid balanseres mot effektiv drift og økonomi. De aller fleste av kundene våre handler fra torsdag til lørdag, og som en følge av dette er våre minste butikker gjerne stengt, eller har redusert åpningstid, fra mandag-onsdag. Dette er hovedårsaken til at Vinmonopolet har en større andel deltidsansatte – det er rett og slett behov for flere medarbeidere i butikkene våre opp mot helgen og før i begynnelsen av uken.

Retningslinjer

Arbeidet knyttet til størrelsen på stillinger styres av overenskomster, rutiner for tildeling av vakter/timer, arbeidsmiljølovens kapittel 10 om arbeidstid, heltid som norm og seniorpolicy. Arbeidstid inngår i flere overordnede avtaler fremforhandlet mellom foreningene og arbeidsgiver.

Dialog med interessenter

Helse- og omsorgsdepartementet har gitt tydelige føringer på at Vinmonopolet skal jobbe for å kunne tilby flere faste hele stillinger. Vi vet også at mange av våre medarbeidere er opptatt av dette. I forrige medarbeiderundersøkelse svarte 51 prosent av medarbeidere på deltidskontrakt at de ønsker større stillingsbrøk, mens 35 prosent sa at de var fornøyde med egen kontraktstørrelse.

Det jobbes godt og kontinuerlig med fagforeningen Funksjonærklubben i Vinmonopolet (FKV). FKV, som særlig representerer butikkansatte, deltar blant annet i et partssammensatt utvalg som ser på løsninger for å øke stillingsbrøker og redusere omfanget av ufrivillig deltid.

Prosess for å ta opp bekymring

Medarbeiderne kan gi uttrykk for hvorvidt de er fornøyde med egen stillingsprosent i medarbeiderundersøkelsen Polpuls. I tillegg har en spørreundersøkelse gitt mer inngående kunnskap om hvorvidt butikkansatte er fornøyde med sin stillingsprosent. Temaet er også tatt inn i malen for medarbeidersamtalen, hvor samlet resultat blir videreformidlet til distriktssjef for å gi en totaloversikt.

Aktiviteter

- **Partssammensatt utvalg deltid (PUD)**

Et partssammensatt utvalg deltid (PUD) jobber med hvordan vi kan øke stillingsprosenten i deltidskontrakter samtidig som vi opprettholder effektiv drift. I 2024 ble det foretatt en kartlegging av mertid, som resulterte i at over 100 deltidskontrakter ble oppjustert til større stillingsprosent. PUD tester og piloterer ulike løsninger for å øke stillingsbrøker og redusere ufrivillig deltid.

- **Robust grunnbemanning**

I 2024 gjorde Vinmonopolet flere endringer for å optimalisere grunnbemanning i butikk. Det ble introdusert ny målstyring og styringsprinsipper for bemanning. I tillegg ble det rekruttert en bemanningsspesialist.

- **BemanningsPOL**

I 2024 satte vi gang en pilot der en butikk har definerte medarbeidere på heltid som kan lånes ut på faste dager til andre butikker i nærområdet. Vi fortsetter denne piloten i 2025, og erfaringene herfra vil avgjøre om modellen kan utvides til resten av butikkene våre.

Mål og måltall

MEDARBEIDERE		KVINNER	%	MENN	%
Heltid	753	396	53 %	357	47 %
Deltid	1311	919	70 %	392	30 %
Totalt	2064	1315	64 %	749	36 %
Ekstrahjelper	987	610	62 %	377	38 %

	2024	2023	2022
Antall ansatte	2 064	2 031	2 010
Antall årsverk	1 273	1 244	1 236
Antall ansatte i butikk	1 868	1 836	1 821
Antall ansatte på kjedekontoret	196	195	193

	MÅL 2030	MÅL 2024	2024	2023	2022	KOMMENTAR
Turnover – prosent	9 %	9 %	7,30 %	9,62 %	9,34 %	Vi er fornøyde med at turnover er godt under målet for 2024.
Turnover – antall	-	-	153	200	203	

Rapporteringsprinsipper:

Rapporten hentes ut fra lønnssystemet per 31.12. Inkluderer alle ansatte med kontrakt som har jobbet i rapporteringsperioden og har en stillingsbrøk. Det betyr at midlertidige stillinger og ev. personer i permisjon er inkludert og ekstrahjelper ikke er med. Statistikken inkluderer ikke innleid arbeidskraft eller konsulenter.

Heltid og deltid: Ansatte med 100 prosent stillingsbrøk er heltidsansatte, ansatte med mindre enn 100 prosent er definert som deltidsarbeider.

Ekstrahjelper: Disse har en arbeidskontrakt som definerer at de har stillingen som ekstrahjelp.

Turnover: Turnover regnes som antall som har sluttet i løpet av rapporteringsåret, delt på et gjennomsnitt av antall ansatte i rapporteringsåret (antall ansatte per 1. januar + antall ansatte per 31. desember / 2). Tallet rapporteres rullerende for 12 måneder.



Dialog med fagforeninger

Et godt partssamarbeid med gjensidig respekt er viktig for virksomheten.

Partene i Vinmonopolet har gjennom 2024 etablert flere arbeidsgrupper for utvikling av arbeidsvilkår og samarbeid. Organisasjonene møter arbeidsgiver både i felleskap og i egne fora. Vi opplever at det bidrar til god kommunikasjonsflyt.

Retningslinjer

- **Hovedavtalene**

Vinmonopolet har tre avtaleområder med henholdsvis Akademikerforbundet (AV), Handel og Kontor (FKV) og YS (Delta). Annethvert år gjennomføres et hovedoppgjør. Det betyr at hele overenskomstens bestemmelser (økonomi og tekst) er gjenstand for forhandling. Årene innimellom år er det mellomoppgjør, der partene kun forhandler om økonomi. I 2024 gjennomførte vi et hovedoppgjør. Uorganiserte medarbeidere på kjedekontoret og butikksjefer følger det fremforhandlede lønnsoppgjøret for AV. Uorganiserte medarbeidere i butikk følger det fremforhandlede lønnsoppgjøret til FKV.

- **Overenskomstene (reforhandler tekst i hovedoppgjør)**

En overenskomst er en kollektiv avtale som skal etablere et likt sett bestemmelser for ansatte innenfor gitte stillingskategorier på samme type arbeidsplass. Overenskomstene inneholder rammer for lønns- og arbeidsforhold, og kommer i tillegg til den individuelle arbeidsavtalen. I offentlig sektor blir overenskomstene kalt hovedtariffavtalen.

- **Samarbeidsavtaler**

Samarbeidsavtalene inneholder bestemmelser om ansattrepresentanter i Vinmonopolets styre og arbeidsmiljøutvalg (AMU) samt kontakt mellom ledergruppen og medarbeidere. Dagens samarbeidsavtaler, FKV og AV, er noe utdaterte, og Delta har ingen egen samarbeidsavtale. Partene er enige om at avtalene bør revideres og oppdateres.

Dialog med interessenter

Samhandling med fagforeningene foregår i Arbeidsmiljøutvalget (AMU) og partssammensatt utvalg deltid (PUD), egne tariffmøter og møter med direktør for organisasjon og HR samt forhandlingssjefen fra Vinmonopolet. I 2024 ble det også opprettet et nytt forum for dialog, informasjons- og drøftingsmøte i Vinmonopolet (IDV). Samhandling foregår formelt, men også uformelt.

Prosess for å ta opp bekymringer

De ansatte er representert ved tillitsvalgte som tar opp saker på deres vegne i AMU og IDV, samt i uformell dialog. De ansatte kan i tillegg ta opp saker i medarbeiderundersøkelsen Polpuls og i medarbeidersamtaler eller gjennom varslingskanalen.

Spørsmålsbatteriet i Polpuls blir revidert i samarbeid med AMU. Det diskuteres også å gjennomføre hyppigere og mindre undersøkelser. Svarene i disse undersøkelsene gjennomgås i den enkelte enhet og danner grunnlag for utarbeidelse av handlingsplan og mål.

Aktiviteter

I 2024 gjennomførte administrasjonen og fagforeningen følgende aktiviteter:

- **Møter**

Jevnlige møter for å sikre innflytelse, dele erfaring og innsikt og skape felles forståelse for konkrete temaer.

- **Informasjons- og drøftingsmøte (IDV)**

Informasjons- og drøftingsmøte i Vinmonopolet (IDV), ble etablert i 2024 for å redusere eventuelle gap i partssamarbeidet. Partene i Vinmonopolet ønsker at saker skal løses på lavest mulig nivå. Vi har i tillegg behov for å informere hverandre om saker på tvers av organisasjonen og drøfte saker av mer overordnet og generell betydning for ansatte i Vinmonopolet. IDV gjennomføres fire ganger per år.

- **Medarbeiderundersøkelse**

Vi jobber sammen med Vinmonopolets fagforeninger for innspill og informasjonsutveksling om medarbeiderundersøkelsen Polpuls.

- **Drøfting rundt rekruttering**

Koordinering av rekruttering.

Mål og måltall

GRI 2-30: Alle Vinmonopolets ansatte er dekket av kollektive forhandlinger.

Balanse mellom arbeid og fritid

I en hektisk hverdag kan det være utfordrende å sette klare grenser mellom jobb og privatliv, spesielt med økende krav til tilgjengelighet og effektivitet.

Årene etter pandemien har vist et større behov for å diskutere balansen mellom arbeid og fritid, herunder sykefravær og tilrettelegging. Det er også et større behov for seniortiltak, da Vinmonopolets ansatte har en høy gjennomsnittsalder og mange er over 60 år.

Retningslinjer

- **Overenskomstene og sentrale lovverk**

Vinmonopolet har tre Vinmonopolet har ikke en egen livsfasepolitikk eller retningslinjer for balanse mellom arbeid og fritid, men følger overenskomstene og sentrale lovverk som ferieloven, arbeidsmiljølovens bestemmelser om overtid, redusert arbeidstid, arbeids- og hviletid, tilrettelegging for ansatte, permisjoner og lignende

- **Vinmonopolets ordninger**

Vinmonopolet har gode ordninger gjennom forskuttering av fødselspenger, foreldrepermisjon inntil tre år, tilrettelegging for ammeferie, sykmelding i ett + ett år og mer.

Dialog med interessenter

Vinmonopolet har god erfaring med tverrfaglige og partssammensatte arbeidsgrupper, som også jobber med balanse mellom arbeid og fritid. Vernetjenesten, tillitsvalgte og bedriftshelsetjenesten er viktige samarbeidspartnere.

Prosess for å ta opp bekymring

Vinmonopolets medarbeiderundersøkelse berører arbeidsfordeling i teamet, stress og hvile, arbeidsbelastning og konkret spørsmål om den ansatte har god balanse mellom arbeid og fritid. 81 prosent svarer at de har balanse i 2024 (overordnet nivå). Utover det kan ansatte melde inn bekymringer via blant annet Vinmonopolets varslingskanal, bedriftshelsetjenesten, tillitsvalgte, vernetjenesten og gjennom lederen sin.

Aktiviteter

- **Mulighet til å kombinere arbeid og familieliv**

Vinmonopolet ønsker å tilrettelegge der det er mulig for medarbeidere som av hensyn til familieliv har behov for fleksibilitet. Butikkene tilpasser arbeidsplan så langt det praktisk lar seg gjøre, uten å forringe driften. God balanse mellom jobb og hjem er et eget tema i medarbeidersamtalen. Medarbeidere på kjedekontoret har fleksibel arbeidstid med kjernetid.

- **Tilrettelegging og nærvær**

Et aktivt arbeid med nærvær har gitt positive resultater, og vi jobber videre med forsterket nærværarbeid med utvikling og implementering av forebyggende tiltak og arbeidsmiljøtiltak. Vi har oppfølgingsrutiner for sykefravær, som blant annet oppfordrer medarbeidere med tilretteleggingsbehov om å gå i dialog med sin nærmeste leder.

- **Yrkesaktivitet etter fylte 50 år**

44 prosent av medarbeiderne våre er over 50 år, og gjennomsnittlig ansettelsestid er lang. Dette indikerer at medarbeiderne våre blir ivaretatt og trives i jobben. Ved rekruttering oppfordres alle aldersgrupper til å søke. Vi har et ønske om at medarbeiderne våre står i jobb lengst mulig, og tilrettelegger for det blant annet ved å innvilge en time trening i arbeidstiden per uke for medarbeidere som er fylt 60 år, forutsatt at de jobber i en heltidsstilling. Medarbeidere som jobber i Vinmonopolet til den dagen de fyller 67 år, får et seniortillegg tilsvarende to månedslønner. Medarbeidere har også mulighet til å gå over i redusert stilling i kombinasjon med delvis pensjon. Det gis én dag fri med lønn per år fra det året man fyller 62, og fram til man fyller 65. Til sammen gir det fem dager fri uten trekk i lønn fra og med det kalenderåret man fyller 65 år. Vi arrangerer seniorkurs for medarbeidere som ønsker det, fra fylte 60 år, som et pensjonsforberedende tiltak.

- **Utviklingsmuligheter og karriere**

Organisasjonen legger til rette for karrieremuligheter. Vi har hatt flere opprykk gjennom interne rekrutteringer til stillinger med større ansvar og økte betingelser. Vinmonopolet har et bredt kurstilbud som tilbys alle medarbeidere, uavhengig av stillingsforhold. Opplæringen er tilpasset virksomhetens stillingsnivåer og grupper. Det legges til rette for kurs- og kompetansehevende tiltak i arbeidstiden. Fysiske kurs foregår i universelt utformede lokaler. Det er også mulig å søke om individuell støtte til ekstern utdanning.

Mål og måltall

- Å være en attraktiv arbeidsgiver, herunder skape et arbeidsmiljø der ansatte trives, utvikler seg og føler seg verdsatt. Det handler om mer enn bare lønn – det inkluderer bedriftskultur, muligheter for karrierevekst, god ledelse og en sunn balanse mellom arbeid og fritid.
- En overordnet livsfasepolitikk, hvor Vinmonopolet anerkjenner at ansatte har ulike behov i ulike livsfaser. Vi skal legge til rette for en god balanse mellom arbeid og privatliv gjennom fleksible løsninger som tar hensyn til individuelle behov.
- Vinmonopolet som merkevare står sterkt, men vi anerkjenner at Vinmonopolet som arbeidsgiver ikke er like profilert. Vi ønsker å bygge et positivt omdømme gjennom gode arbeidsforhold, karrieremuligheter og en sterk bedriftskultur. Dette bidrar til økt lojalitet, bedre produktivitet og en mer attraktiv organisasjon for fremtidige medarbeidere.
- En systematisk rapporteringsprosess gir virksomheten innsikt i hvordan balansen mellom arbeid og fritid fungerer i praksis, og muliggjør tiltak for et bedre arbeidsmiljø. For å sikre en god oversikt over balansen mellom arbeid og fritid hos oss, bør rapporteringen være mer systematisk og basert på både kvantitative og kvalitative data.

Vinmonopolet legger til rette for fleksibelt uttak av foreldrepermisjon i samarbeid med den ansatte. I 2024 hadde 53 personer foreldrepermisjon. Av disse var 36 kvinner (67,92%) og 17 menn (32,08%). Gjennomsnittlig uttak av permisjon var 16,32 % hvorav kvinner i gjennomsnitt hadde 18,29 uker og menn 12,13 uker. Tallene hentes ut fra en automatisk rapport fra lønssystemet.



Helse og sikkerhet

Vi er opptatt av at alle skal ha en trygg og god arbeidsplass med høy trivsel. Resultatene fra den siste medarbeiderundersøkelsen viser at Vinmonopolet har svært engasjerte medarbeidere og et godt arbeidsmiljø. Medarbeiderundersøkelsen viser også at det er rom for forbedring.

Retningslinjer

- **Oppdragsbrev**
Ifølge Vinmonopolets oppdragsbrev skal organisasjonen aktivt jobbe med HMS, medregnet sykefravær, rus og arbeidsliv, samt yrkesaktivitet etter 50 år.
- **Overordnet sikkerhetsinstruks**
Vinmonopolet har etablert en overordnet sikkerhetsinstruks, hvor hensikten er å forebygge og redusere konsekvensene ved ulykker eller kriminelle handlinger. Det finnes også en rekke rutiner og tiltakskort knyttet til sikkerhet på arbeidsplassen, som eksempelvis omhandler forebygging og håndtering av konflikter, trusler og vold, alenearbeid, mobbing og ulike former for trakassering.
- **Retningslinjer for bruk av rusmidler og spillavhengighet**
Vinmonopolet jobber aktivt for å forebygge og håndtere problematisk bruk av rusmidler og spillavhengighet og har retningslinjer knyttet til dette.
- **Arbeidsmiljøloven**
Vinmonopolet har tilnærmet 50 verneombud, som representerer de ansatte og skal bidra til å sikre et trygt og sunt arbeidsmiljø. Hovedoppgavene inkluderer å påse at arbeidsmiljøloven følges, gi råd om forbedringer, varsle om farlige forhold, og delta aktivt i helse-, miljø- og sikkerhetsarbeidet (HMS).

Dialog med interessenter

Representanter fra fagforeningene og vernetjenesten sitter i arbeidsmiljøutvalget (AMU), AMUs underutvalg for butikksaker, nærværsggruppe, HMS- og miljøutvalget og Akan-arbeidsgruppe.

Prosess for å ta opp bekymringer

Medarbeidere kan ta opp eventuelle bekymringer via leder, verneombud, HR, tillitsvalgte, i medarbeiderundersøkelsen Polpuls eller via Vinmonopolets varslingskanal. Varslingskanalen kan også benyttes av eksterne og er tilgjengelig på nettsiden vår. Vinmonopolet har en samarbeidsavtale med bedriftshelsetjenesten Avonova, som bistår Vinmonopolets medarbeidere ved behov.

Aktiviteter

- **Akan (Arbeidslivets kompetansesenter for rus og avhengighet)**
Vårt tette samarbeid med Akan kompetansesenter fortsatte i 2024, og det ble gitt opplæring til alle våre butikksjefer i betydningen av dialog med medarbeidere som viser endring i atferd. Opplæring av både ledere og medarbeidere fortsetter i 2025. Vinmonopolets arbeid med rus, medikamentbruk og spilleavhengighet skal bidra til å sikre et godt arbeidsmiljø og god kvalitet på våre tjenester, samt forhindre ulykker. Vinmonopolet skal ha kompetanse og nettverk tilgjengelig for ansatte som trenger hjelp med et avhengighetsproblem, og ivareta den enkeltes integritet og verdighet. Ingen skal miste jobben på grunn av avhengighet, uten først å ha fått tilbud om hjelp og anledning til å gjøre noe med problemet.
- **Nærvær og sykefraværsoppfølging**
I 2024 er det etablert en mer strukturert ramme rundt arbeidet med nærvær og sykefraværsoppfølging. Vi har etablert og igangsatt fokusgrupper for sykefraværsarbeid i våre tolv distrikter, og det er inngått et samarbeid med Nav arbeidslivssenter. Arbeidet i nærværsggruppen fortsetter også parallelt.
- **Vernetjenesten**
Vinmonopolet har rundt 50 verneombud, som besøkte hver av butikkene i sitt område to ganger i 2024. Det første besøket var i hovedsak tilegnet gjennomføringen av en vernerunde i de respektive butikkene, mens det under besøk to ble lagt spesiell vekt på viktigheten av mellommenneskelige forhold og psykososialt arbeidsmiljø.

• **HMS-opplæring for ledere**

I 2024 gjennomførte vi HMS-opplæring for butikksjefer. HMS-opplæring for alle butikksjefer ble gjennomført i 2024. Nye butikksjefer og andre ledere i virksomheten vil gjennomgå tilsvarende opplæring i 2025. HMS-kurs for ledere er et kurs som ivaretar den lovpålagte opplæringen i helse, miljø og sikkerhet for arbeidsgivere og ledere i henhold til arbeidsmiljøloven.

• **Oppfølging av HMS-avvik**

De to siste årene det vært en økning i antall registrerte HMS-avvik på henholdsvis 55 prosent (2022 til 2023) og 23 prosent (2023 til 2024). Det er vi fornøyde med, slik at vi kan identifisere trender og iverksette gode korrigerende og forebyggende HMS-tiltak.

Mål og måltall

	MÅL 2030	MÅL 2024	2024	2023	2022	KOMMENTAR
Sykefravær – intern metode	6 %	6,5 %	7,10 %	6,80 %	6,71 %	Sykefraværet er noe høyere enn vi ønsket i 2024, men vi håper at alle de planlagte aktivitetene vil sørge for bedre resultater i 2025.
Sykefravær – ekstern metode	-	-	6,30 %	6,09 %		

Rapporteringsprinsipper:

Sykefraværspersent beregnes som sykefraværstimer delt på sykefraværstimer og planlagte timer. Vi bruker en (ekstern) metode brukt av SSB som inkluderer feriedager og annet fravær og ekskluderer lørdager. Denne metoden ble tatt i bruk i 2023. Internt måler vi også med lørdager (intern metode).

Opplæring og kompetanseutvikling

Motiverte og faglig dyktige medarbeidere er nøkkelen til vårt gode omdømme og grunnlaget for å bevare vinmonopolordningen. Derfor legger vi stor vekt på kompetanseutvikling.

Læringsfellesskap og lederutviklingsprogrammer, lokalt tilrettelagte kurs og fokus på individuell og lett tilgjengelig læring er sentralt i arbeidet vårt med kompetanseutvikling.

Retningslinjer

Arbeidet med opplæring og kompetanseutvikling styres av selskapsstrategien. Arbeidet med å definere en kompetanseplan er påbegynt i 2024 og vil fortsette i 2025.

Dialog med interessenter (eier, ansatte og fagforeninger)

I 2024 gjennomførte vi en undersøkelse for å kartlegge behovet for opplæring blant våre butikkmedarbeidere. For å sikre god samhandling med fagforeningene ble det i 2024 etablert en ny praksis der vi har faste møter om kompetanseutvikling to ganger i året.

Prosess for å ta opp bekymringer

Vi gjennomfører en medarbeiderundersøkelse annethvert år. Undersøkelsen gir viktige tilbakemeldinger fra våre medarbeidere på opplæring og kompetanseutvikling.

Aktiviteter og programmer for kompetanseutvikling (iht. GRI 404-2)

- **Polakademiet**

Polakademiet er Vinmonopolets læringsunivers. Det består av fysiske og digitale kurs, digitale læringsspill og ulike aktiviteter og kan brukes av medarbeiderne våre som en lett tilgjengelig kunnskapsbank. Ved utgangen av 2024 inneholdt Polakademiet 147 læringsressurser, hvorav 24 kurs ble utviklet i 2024. Medarbeiderne kan ta kursene i ledige stunder.

- **Grunnopplæring**

161 medarbeidere fullførte sin obligatoriske grunnopplæring i fjor. Grunnopplæringen består av en obligatorisk del som gjelder alle uansett stilling, og en behovsprøvd varefaglig del som er spesielt utviklet for dem som jobber direkte med fag. Den obligatoriske delen gir deltakerne basiskunnskaper om vin, øl, brennevin og alkoholfritt samt om mat og drikke i kombinasjon. I tillegg får de en innføring i ansvarlig salg og Vinmonopolets drift og rolle.

- **Selvstudier**

Medarbeidere som har bestått den obligatoriske opplæringen, kan søke på et selvstudium. 53 medarbeidere gjennomførte et selvstudium i 2024. I 2024 arrangerte Vinmonopolets opplæringsenhet fem interne studieturer, blant annet en reise i Norge for å besøke norske produsenter av drikkevarer.

- **Digitale live-smakinger**

Her smaker deltakerne sammen med kollegaer mens kursholderen leder smakingen digitalt. I 2024 ble det arrangert tre digitale live-smakinger.

- **Kundekurs**

Vinmonopolet har siden høsten 2016 tilbudt kurs rundt omkring i Norge. Kursene dekker ulike temaer knyttet til vin eller brennevin, fra grunnleggende nivå til mer spesifikt om ulike land eller vindistrikter. Deltakerne veiledes gjennom smaking av ulike produkter. I 2024 arrangerte vi 156 kurs med totalt 3874 kunder som deltakere. Kurslederne er medarbeidere i Vinmonopolet, og kundekursene gir dermed også utviklingsmuligheter for Vinmonopolets medarbeidere.

- **Ledertrening**

I 2024 ble lederutviklingsprogrammet for alle butikksjefer fullført av samtlige butikksjefer. Gjennom programmet har butikksjefene etablert en felles kultur for ledelse, hvor utvikling av egen lederrolle, medarbeiderutvikling og teamutvikling har vært sentralt. Det etableres nå fortsatt lederstøtte for butikksjefer, for videreutvikling av lederkompetansen de har tilegnet seg gjennom programmet.

• Struktur i arbeidet

En sentral målsetting for 2024 har vært å strukturere arbeidet med kompetanseutvikling i større grad, for å sikre at investeringer som gjøres gjennom ulike tiltak, får den effekten vi ønsker. Dette har vært gjort gjennom kompetansekartlegging, tettere samhandling med målgruppene, forbedrede arbeidsprosesser for utvikling av innhold, tverrfaglige samarbeid samt evaluering og justering av eksisterende opplæringstilbud. Arbeidet med dette vil fortsette i 2025, hvor alt vi har lært gjennom 2024, skal brukes i spissede og brukervennlige tiltak innen både innhold, metoder, differensiering og valg av teknologi.

Mål og måltall

Vi har satt oss følgende strategiske mål:

- Relevant og målrettet kompetanseutvikling Kultur og struktur på samarbeid.
- Ledere som inspirerer, balanserer og utvikler.
- Attraktiv og inkluderende arbeidsgiver, som etterstreber kontraktstørrelser medarbeiderne er fornøyd med, og med nærvær på nivå med sammenlignbare virksomheter.

GRI 404-1: I gjennomsnitt bruker hver ansatt 15 timer i året på Polakademiet. I tillegg deltok 550 ansatte i butikk på våre fysiske kurs og samlinger sentralt, noe som tilsvarer ca. 25 prosent av fast ansatte i butikk. Alle ansatte har medarbeidersamtaler årlig hvor kompetanseutvikling er et tema.

Rapporteringsprinsipper:

Tall for gjennomføring av kurs, digitale og fysiske er hentet fra Cross Knowledge (vår læringsportal).

Antall læringsressurser er tilgjengelig i Polakademiet, og er samlet ved gjennomgang og opptelling.



Tiltak mot vold og trakassering på arbeidsplassen

Både kunder og ansatte skal føle seg trygge i våre butikker. Basert på en økning i omfanget av trakassering, trusler og utagering/vold mot våre medarbeidere, har vi de siste årene iverksatt flere nye tiltak.

Retningslinjer

- **Overordnet sikkerhetsinstruks**
Vinmonopolet har etablert en overordnet sikkerhetsinstruks, retningslinjer og opplæring for å forebygge seksuell trakassering.
- **Rutiner og tiltakskort**
Vinmonopolet har etablert rutiner og tiltakskort knyttet til sikkerhet på arbeidsplassen, som eksempelvis omhandler forebygging og håndtering av konflikter, trusler og vold, alenearbeid, mobbing og ulike former for trakassering.
- **Dialog med interessenter (ansatte, fagforeninger osv.)**
Fagforeningene deltar i diverse relevante arbeidsgrupper, prosesser og prosjekter. I tillegg gjennomføres det drøftinger i de tilfellene det er nødvendig. Det skal foregå i samarbeidsforumet IDV – Informasjon og drøfting i Vinmonopolet.

Prosess for å ta mot bekymringer

Det er etablert et system for avviksrapportering knyttet til uønskede hendelser, eksempelvis kunder som trakasserer medarbeidere, herunder seksuell trakassering og utagering/vold.

Medarbeidere kan ta opp eventuelle bekymringer via leder, verneombud, HR eller tillitsvalgte, i medarbeiderundersøkelsen eller via Vinmonopolets varslingskanal.

Aktiviteter

- **Sikkerhetskurs**
De siste årene har Vinmonopolet gjennomført sikkerhetskurs for alle butikksjefer samt for alle ansatte som jobber alene i mindre butikker. Et spesialtilpasset sikkerhetskurs om rus og psykiatri er tilgjengelig for medarbeidere i utvalgte butikker i storbyene. I tillegg har det blitt avholdt egne sikkerhetskurs for ansatte i butikker som har vært utsatt for hendelser.
- **Vektertjenester**
Det har vist seg nødvendig å tilby vektertjenester i enkelte tidsrom for spesielt utsatte butikker, spesielt i Oslo.
- **Tiltakskort**
Instrukser og tiltakskort knyttet til sikkerhet og beredskap, som alle ansatte skal gjøre seg kjent med, ble oppdatert sist år.
- **E-læringskurs**
For å forebygge seksuell trakassering og diskriminering er det laget et e-læringskurs, som inngår i den obligatoriske opplæringen for alle medarbeidere i Vinmonopolet.

Mål

- Trakassering, herunder seksuell trakassering, aksepteres ikke i Vinmonopolet. Ingen skal komme med bemerkninger eller opptre på måter som har som formål eller virkning å være krenkende og/eller seksuelt utfordrende.
- Ingen skal komme med bemerkninger eller opptre på måter som har som formål eller virkning å være diskriminerende i forhold til kjønn, etnisitet, religion, livssyn, funksjonsnedsettelse, seksuell orientering, kjønnsidentitet og kjønnsuttrykk.

Mangfold

Vi ønsker å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell orientering og kulturell bakgrunn.

Vi jobber for å hindre forskjellsbehandling, både når det gjelder rekruttering, lønnsforhandlinger, utviklingsmuligheter og arbeidsoppgaver. Vinmonopolets likestillingsarbeid er forankret i selskapets ulike strategier, verktøy og retningslinjer, og inngår som en integrert del av våre rekrutteringsprosesser og personaloppfølging.

Arbeidet med likestilling er en viktig del av personalpolitikken. Ved utgangen av året var det 64 prosent kvinner og 36 prosent menn blant Vinmonopolets ansatte. Fordelingen mellom kjønnene i lederstillinger er 58 prosent kvinner og 42 prosent menn. De siste årene har vi fått en økt andel kvinnelige ledere, og utviklingen har holdt seg stabil. Dette er nærmere beskrevet i likestillings- og diskrimineringsredegjørelsen på vinmonopolet.no.

Retningslinjer

- **Nulltoleranse**

Vinmonopolet har nulltoleranse for diskriminering og aksepterer ikke forskjellsbehandling. Vi jobber for å hindre forskjellsbehandling på grunnlag av kjønn, alder, seksuell orientering og kulturell bakgrunn. Dette kommer spesielt fram innenfor rekruttering og lønns- og arbeidsvilkår.

- **Likestilling i overenskomstene**

Det er inngått en lokal likestillingsavtale mellom selskapet og de foreningene som har tariffavtale med selskapet.

- **Retningslinjer for rekruttering**

Retningslinjene sikrer en rettferdig rekrutteringsprosess og like muligheter, samtidig som de fremmer mangfold. Retningslinjene angir roller og ansvarsoppgaver for å sikre at vi behandler alle kandidater profesjonelt og viser interne karrieremuligheter ved å synliggjøre ledige stillinger for alle ansatte.

Dialog med interessenter

Vinmonopolet har god erfaring med tverrfaglige og partssammensatte arbeidsgrupper. Dette er også en arbeidsform som vil bli benyttet innen likestillings- og diskrimineringsområdet. Arbeidet gjennomgås og likestillingsarbeidet oppdateres ved behov.

Prosess for å ta opp bekymring

Vinmonopolet har en egen varslingskanal hvor medarbeidere og eksterne kan varsle om det de mener er kritikkverdige forhold. Vi har også en digital varslingsjeneste som administreres av et eksternt selskap, hvor varslerne kan velge å være anonyme. Videre gir medarbeiderundersøkelsen mulighet for å gi tilbakemeldinger relatert til mangfold og inkludering.

Aktiviteter

- **Tilrettelegging og nærvær**

Vinmonopolet jobber for å forhindre frafall fra arbeidslivet på grunn av helse og jobber for at restarbeidsevnen skal brukes i størst mulig grad. Vinmonopolets beskrivelse av nyetableringer og lokaler som skal rehabiliteres, og nyetableringer ivaretar kravene til universell utforming og bidrar til at butikk- og arbeidslokalene er tilpasset ulike krav, forhold og behov. Butikkene har tilrettelagt med utstyr som blant annet avlaster tunge løft. Nødvendige spesialtilpasninger av lokalene for medarbeidere med spesielle tilretteleggingsbehov vurderes ved behov. Vi ser at små butikker har større utfordringer med tilrettelegging enn større butikker, i tillegg til at den fysiske belastningen på øvrige medarbeidere øker.

Våre medarbeidere i butikk benytter felles antrekk. Uniformene har dame- og herremodell, og man står fritt til å velge den uniformen man ønsker. Det er rom for å tilpasse uniformene ved behov. Det er i tillegg mulighet for valg av tilpassede skjorter og bukser for gravide.

- **Personer med nedsatt funksjonsevne**

Arbeid i Vinmonopolets butikker er tidvis fysisk krevende. Vi jobber for å redusere antall medarbeidere som slutter grunnet full uførepensjon, og ser viktigheten av at våre medarbeidere med særskilte behov skal kunne stå lenger i jobb, med nødvendig tilrettelegging. Vi har et potensial når det gjelder rekruttering av personer som allerede har nedsatt funksjonsevne, men som likevel kan utføre alle arbeidsoppgaver.

- **Praksisplass og arbeidstrening**

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 styres lokalt av den enkelte butikk/avdeling.

- **Lønns- og arbeidsvilkår**

Vinmonopolet praktiserer lik lønn og like goder for likt arbeid. Vi har fastsatt lønns- og arbeidsvilkår i overenskomster med fagforeningene som sikrer likebehandling mellom heltids- og deltidsansatte, faste, midlertidige og innleide. Overenskomstene og lønnstabellene er tilgjengelige for alle medarbeidere i Vinmonopolet. Våre medarbeidere i butikk har tarifflønn som sikrer lik lønn mellom kvinner og menn. På lik linje med andre virksomheter kan det forekomme individuell avlønning for enkelte områder med spesialkompetanse, spesielt på kjedekontoret.

Mål og måltall

Vinmonopolet ønsker å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell orientering og kulturell bakgrunn. Derfor jobber vi for å ansette mennesker med ulik bakgrunn. Mangfold er et viktig mål i rekrutteringsprosessen og et fast punkt i alle stillingsutlysninger. Vi får imidlertid få søkere fra kulturer der bruk av rusmidler og særlig alkohol er i strid med den religiøse overbevisningen.

Sammensetningen av og mangfoldet i administrasjons-, ledelses- og kontrollorganene

ANTALL LEDERE FORDELT PÅ KJØNN OG LEDERNIVÅ (2024)					
	KVINNER	%	MENN	%	TOTALT
Styret	4	44 %	5	66 %	9
Bedriftsforsamlingen	12	57 %	9	43 %	21
Ledergruppen	3	43 %	4	57 %	7
Butikksjefer	171	59 %	119	41 %	290
Internrevisor	1	100 %	0	0 %	1

ALDERSGRUPPE	ALLE ANSATTE	LEDERGRUPPEN
20–29 år	236	0
30–50 år	919	2
Over 50 år	909	5

Rapporteringsprinsipper:

Rapporten hentes ut fra lønnssystemet per 31.12. og inkluderer alle ansatte med kontrakt som har jobbet i rapporteringsperioden og har en stillingsbrøk. Det betyr at midlertidige stillinger og ev. personer i permisjon er inkludert og ekstrahjelpere ikke er med. Statistikken inkluderer ikke innleid arbeidskraft eller konsulenter.

ARBEIDERE I VERDIKJEDEN

Menneskerettigheter og ansvarlig virksomhet i fokus

Vinmonopolet selger produkter fra hele verden. De fleste steder er arbeidsforholdene gode, men ikke overalt. Jordbrukssektoren har risiko for menneskerettighetsbrudd og dårlige arbeidsforhold, spesielt for sårbare grupper som migranter. Vinmonopolet jobber aktivt for å forbedre arbeidsforholdene der utfordringene er størst. Dette er en del av vår strategi, hvor målet er å være en ansvarlig aktør som fremmer gode arbeidsforhold og respekterer menneskerettigheter i leverandørkjeden.

VÅR FREMGANGSMÅTE



Fra vesentlighetsanalysen

- Vinmonopolet er opptatt av at mennesker i vår leverandørkjede skal jobbe under anstendige forhold. Vi jobber målrettet med negative risikoer for vår bransje, som helse og sikkerhet på arbeidsplassen, diskriminering, vold og trakassering, tvangsarbeid og utnyttelse av sårbare grupper, og arbeidernes mulighet til å fremme bekymringer på arbeidsplassen.

- Dette er knyttet til FNs bærekraftsmål

8.5	8.6	8.7	8.8	17.16	17.17
-----	-----	-----	-----	-------	-------

Mål

Vinmonopolet skal være en ansvarlig aktør og en pådriver for anstendige arbeidsforhold og respekt for menneskerettighetene i leverandørkjeden.

Vinmonopolets Human Rights Policy stadfester våre forpliktelser til å respektere grunnleggende menneskerettigheter. Vi forventer også at våre forretningspartnere og leverandører følger de samme prinsippene.

Vinmonopolet har definert en Code of Conduct (etiske krav) som skal sikre anstendige arbeidsforhold i leverandørkjeden. Kravene er basert på amfori BSCI Code of Conduct og dekker 13 ulike områder. Våre etiske krav er inkludert i avtaler med norske grossister, som er første ledd i leverandørkjeden.

Vi følger OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger for å identifisere og håndtere brudd på våre etiske krav. Aktsomhetsvurderingene gjennomføres av bærekraftsenheten i Vinmonopolet. Vi er spesielt opptatt av å identifisere mulige sårbare grupper som kan være utsatt for menneskerettighetsbrudd, og setter inn tiltak for å forebygge og redusere negativ påvirkning. Ved faktiske brudd samarbeider vi med produsenter og grossister for å iverksette konkrete tiltak. Dersom aktsomhetsvurderingene våre avdekker utfordringer som omfatter større deler av industrien, har vi som målsetting å utarbeide og gjennomføre spesialprogrammer som tar tak i de bakenforliggende årsakene til disse utfordringene.

Vi har et nært samarbeid med de andre nordiske alkoholmonopolene. Et felles Human Rights Due Diligence Roadmap setter kursen og legger føringer for samarbeidet. Vi bruker også samme kilde for etiske krav. Vi innhenter informasjon om risiko fra VERISK Maplecroft og utfyller dette med bransjespesifikk informasjon gjennom Human Rights Impact Assessments (HRIA). Andre kilder til informasjon om risiko er offentlig informasjon, media, organisasjoner, egne observasjoner og erfaringer, samt revisjonsrapporter fra amfori BSCI-medlemmer. Samlet gir dette oss et helhetlig bilde av utfordringer og risikoer i vår leverandørkjede.

HRIA (Human Rights Impact Assessment)

- En prosess for å identifisere, forstå, vurdere og håndtere risikoer for brudd på arbeideres menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i leverandørkjeden.
- Kartlegger risiko for brudd på menneskerettigheter, ikke faktiske brudd hos enkeltleverandører.
- Vinmonopolet samarbeider med de andre nordiske alkoholmonopolene i gjennomføringen
- Selve HRIA utføres av en tredjepart
- Inkluderer informasjon fra produsenter, bransjeorganisasjoner, fagforeninger og sivilsamfunnsorganisasjoner lokalt i landet/området som kartlegges.
- Gjennomført HRIA i Italia, Libanon og California. Vi planlegger HRIA i Spania i 2025.

Interessentdialog

Mer enn noen gang tidligere har vi i 2024 vektlagt dialog i arbeidet med å identifisere og ta tak i utfordringer knyttet til menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i leverandørkjeden. Vår interessentdialog har hatt ulikt format avhengig av kontekst, og har hovedsakelig vært gjennomført i form av møter og konferanser, eller også intervjuer i Human Rights Impact Assessments. I 2024 har vi særlig hatt dialog med bransjeorganisasjoner og produsenter, arbeidere og fagforeninger, sivilsamfunnsorganisasjoner og akademia, samt sertifiseringsorganisasjoner i land som Frankrike, Italia, Sør-Afrika, Mexico og USA (California). Vi hadde også planlagt en reise til Libanon, men dette lot seg ikke gjennomføre på grunn av den israelske offensiven mot Hizbollah. Vinmonopolet er medlem av FN Global Compact, amfori BSCI, Sustainable Wines Roundtable og Etisk Handel Norge.

Aktiviteter 2024

I 2024 har vi jobbet for å få en mer systematisk tilnærming til arbeidet med aktsomhetsvurderinger, med større involvering av grossistene våre. Dette er i tråd med våre etiske krav (Code of Conduct). For å følge opp de etiske kravene ønsker vi nå at grossistene og deres produsenter tar mer ansvar for egne aktsomhetsvurderinger. Vår rolle blir da å støtte grossistene med risikokartlegging, og tilby systemer og kompetanse for å vurdere risiko og utarbeide tiltak.

Ny bærekraftsplattform

I juni 2024 inngikk Vinmonopolet avtale med det svenske selskapet Worldfavor, som gjennom sin ESG-plattform bistår selskaper med innsamling av ESG-relaterte data. Systemet, og de prosessene som ligger til grunn for benyttelse av systemet, ble høsten 2024 testet gjennom en pilot der seks av våre grossister deltok. I 2025 starter vi utrulling av systemet, kalt Vinmonopolets bærekraftsplattform, for våre grossister og deres leverandørkjeder. Plattformen vil være en viktig del av både Vinmonopolets og grossistenes sosiale ledelsessystemer og aktsomhetsvurderinger.

Eksterne faktorer påvirket vårt arbeid

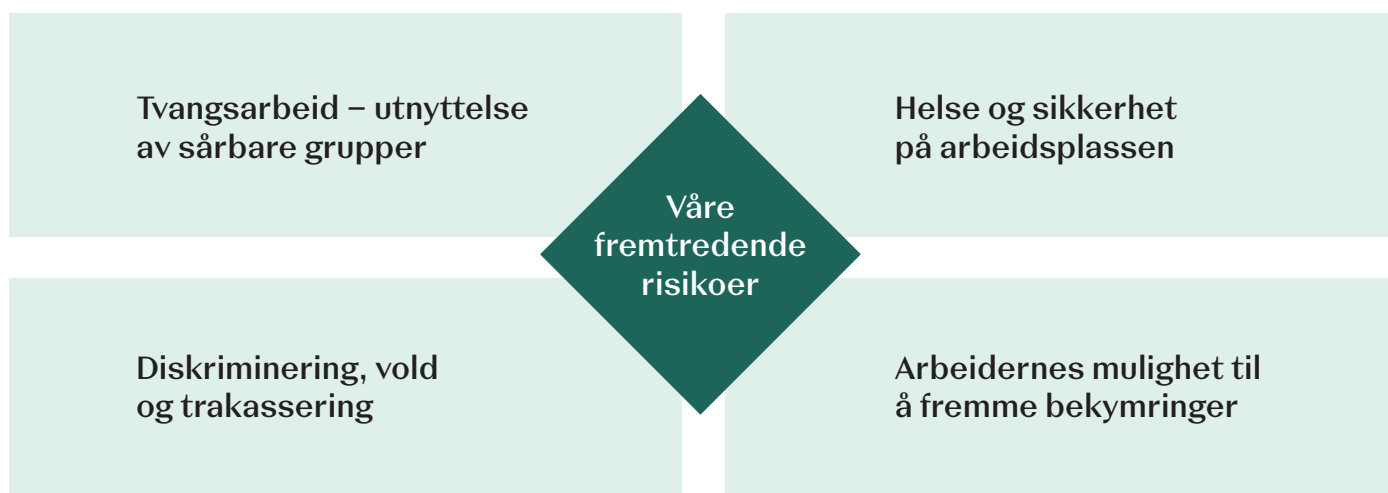
I 2024 måtte vi tilpasse vår oppfølging på grunn av eksterne faktorer. Vi var i gang med en skjerpede aktsomhetsvurdering av produkter fra israelsk-okkuperte områder på Vestbredden og Golanhøydene da Regjeringen 7. mars frarådet norske selskaper å drive handel og næringsvirksomhet som bidrar til å opprettholde de folkerettsstridige israelske bosetningene. Vinmonopolet valgte å følge Regjeringens fraråding og fjernet de aktuelle produktene fra våre hyller 8. mars.

I april publiserte Vinmonopolet en HRIA for den libanesiske vinindustrien. Oppfølgingstiltak var planlagt høsten 2024, men måtte utsettes på grunn av konflikten i området. Fokuset ble derfor (midlertidig) endret til å føre dialog med produsentene om hvordan de og deres arbeidere var påvirket av konflikten. Vinmonopolet har benyttet den lokale organisasjonen LEAD Consulting til å bistå oss i oppfølgingsarbeidet i Libanon. Rapporten fra Libanon viser at syriske migrantarbeidere tar med barna sine på jobb i vinmarken fordi de føler det er tryggere enn å la dem være igjen i flyktningleiren. Vinmonopolet følger et prinsipp om å ikke skade, og det er ikke sikkert at det beste er å forby at barna er med, spesielt siden de ikke gjør tradisjonelle arbeidsoppgaver. Vinmonopolets partner i Libanon skal samarbeide med rettighetshavere og andre for å finne tiltak for barna. Vi vil vurdere når arbeidet kan fortsette, og forventer at det skjer i 2025 hvis forholdene tillater det. Vi håper at den planlagte oppfølgingen av funnene i HRIA kan komme i gang i løpet av 2025.

Satte levelønn på agendaen

Gjennom et felles initiativ har Vinmonopolet og de andre nordiske alkoholmonopolene satt levelønn på agendaen. Vi stiller krav om at leverandørene skal kartlegge gapet opp til levelønn og jobbe proaktivt for å oppnå levelønn. Vinmonopolet og Systembolaget samarbeider med Fairtrade Finland, The Anker Research Institute og The Global Living Wage Coalition for å beregne en benchmark på levelønn i Cape-regionen i Sør-Afrika. Dette vil hjelpe produsentene med å sette lønnsnivåer og støtte arbeidere og fagforeninger i deres dialog om levelønn.

Vinmonopolet og de andre nordiske monopolene sammenligner hvert år sertifiseringer og hvordan de ulike sertifiseringene samsvarer med våre krav, inkludert levelønn.



Fremtredende risiko 1 - tvangsarbeid og utnyttelse av sårbare grupper

De siste par årene har det vært rapportert om flere alvorlige tilfeller av menneskerettighetsbrudd og grov utnyttelse av det vi betrakter som sårbare grupper og individer i vinindustrien. Ikke i land vi tradisjonelt har sett på som høyrisikoland, men i noen av de mest prestisjetunge vindistriktene i Frankrike og Italia, hvor risikoen i utgangspunktet er vurdert som lav. Vi er også kjent med tilfeller fra andre land, og problemene må ses på som en global utfordring. Media har brukt store ord og beskrevet sakene i Frankrike og Italia som tilfeller av tvangsarbeid, menneskehandel og moderne slaveri. Problemene er særlig knyttet til selskaper som rekrutterer migrantarbeidere til å bistå vingårder med arbeidskraft under innhøsting.

Vinmonopolet fokuserer mye på ansvarlig rekruttering og har gjennomført flere tiltak i 2024. Vi ønsker å øke bevisstheten hos produsenter og deres underleverandører om rekrutteringsutfordringer, og gi dem kunnskap og verktøy til å forbedre sine prosedyrer og praksis.

Vi samarbeider med den britiske organisasjonen Stronger Together om programmer og kurs for vinprodusenter i Sør-Afrika og Italia. Stronger Together hjelper med å håndtere risikoen for moderne slaveri, som tvangsarbeid og menneskehandel, gjennom spesialtilpassede kurs, veiledning og verktøy.

I Italia har vi også hatt fokus på å engasjere bransjen til å ta ansvar for å drive forbedringsarbeid hos sine produsenter. Gjennom dialog med såkalte consortia⁴ har vi satt fokus på utfordringene og jobbet aktivt for å få deres produsenter til å delta på våre Stronger Together-kurs.

I Champagne ser vi at bransjen selv har gått i bresjen for å få bukt med en uønsket praksis knyttet til rekruttering og behandling av sesongarbeidere. Bransjeorganisasjonen Comité de Champagne har utarbeidet en egen handlingsplan for å ta tak i de alvorlige forholdene som ble avdekket under innhøstingen høsten 2023. Både Vinmonopolet og de andre nordiske alkoholmonopolene har i 2024 fulgt nøye med på de tiltakene bransjen selv har satt i gang, og vi har gitt innspill til handlingsplanen som Comité de Champagne har utarbeidet og implementert. Vinmonopolet og de andre nordiske monopolene har også hatt dialog med lokale fagforeninger i Champagne.

Fravær av bundet arbeid, tvangsarbeid og menneskehandel er et av Vinmonopolets etiske krav, og leverandører som rekrutterer migrantarbeidere, plikter å vise særlig aktsomhet – særlig i de tilfellene hvor de benytter en tredjepart til rekruttering. I 2024 satte vi ytterligere søkelys på ansvarlig rekruttering da vi spurte etter nye produkter fra Italia og Libanon.

Fremtredende risiko 2: Helse og sikkerhet på arbeidsplassen

Alle har rett til en arbeidsplass som ivaretar de ansattes helse og sikkerhet. Våre etiske krav vektlegger betydningen av et aktivt samarbeid mellom ledelse og arbeidstakere om prosesser og systemer for å sikre arbeidernes helse og sikkerhet.

I Mellom-Amerika har vi sett hvordan arbeidere som kutter sukkerrør, som er råvare i våre romprodukter, er utsatt for hetestress. De arbeider i svært høy temperatur, ofte uten tilstrekkelig beskyttelse mot den sterke solen. Manglende tilgang på drikkevann er også en del av problemet, og kvinner kan være særlig utsatt siden mangel på sanitetsfasiliteter gjør at de vegrer seg for å ta til seg nødvendig drikke. Hetestress har igjen ført til alvorlige sykdommer blant arbeiderne på sukkerrørplantasjene.

Helse og sikkerhet er tema både i Human Rights Impacts Assessments, i møter vi har med interessenter når vi besøker produsentland, og også når vi gjennomfører revisjoner.

Vi har etablert "Water, Rest, Shade & Sanitation"-programmet for å forebygge hetestress. Siden 2022 har vi rettet oppmerksomheten mot disse utfordringene i en større del av industrien, og vi har de siste tre årene finansiert seks webinarer årlig for sertifiseringsorganisasjonen Bonsucro og deres medlemsbedrifter som jobber med å sikre at sukkerrør til bl.a. rom produseres på en bærekraftig måte. Gjennom slike internasjonale samarbeid bidrar vi til bedre arbeidsforhold og respekt for menneskerettigheter i hele bransjen, ikke bare i vår egen leverandørkjede. Dette er en strategisk målsetting for Vinmonopolet.

Fremtredende risiko 3: Diskriminering, vold og trakassering

Vinmonopolet har tidligere kartlagt flere tilfeller av verbal trakassering i Sør-Afrika, og i enkelte tilfeller også fysisk vold mot arbeidere i vinindustrien. I dialog med sentrale interessenter har vi lagt vekt på å avdekke de bakenforliggende årsakene til vold og verbal trakassering, og vi har gjennomført målrettede tiltak for å bekjempe utfordringene.

Siden 2019 har Vinmonopolet hatt kursprogram som er rettet mot både ledelse og arbeidere på sørafrikanske vingårder. Kursene gjennomføres av vår sørafrikanske samarbeidspartner Procure og griper fatt i utfordringer knyttet til kommunikasjon, verbal trakassering og vold i nære relasjoner – hvor kvinner ofte er særlig utsatt. Kursene har derfor en kjønns sensitiv tilnærming og er tilgjengelige både for fast ansatte og sesongarbeidere. Målet er å bevisstgjøre produsenter og ansatte om utfordringer og motivere dem til selv å innse nytten av å gjennomføre endringer.

Kursene med Procure er det tiltaket Vinmonopolet har satt i gang i leverandørkjeden som har vart lengst, og som har engasjert flest personer – både ledere og arbeidere. Kursene vil videreføres i 2025.

⁴ En consortia er en organisasjon (et konsortium) som består av vinprodusenter fra en spesifikk vinregion i Italia. Formålet med disse konsortiene er bl.a. å fremme og beskytte kvaliteten og omdømmet til vinprodukter fra den aktuelle regionen.

Fremtredende risiko 4: Arbeidernes mulighet til å fremme bekymringer

At arbeidere har mulighet til å involvere seg i forhold som gjelder arbeidsmiljøet, og til å si fra om uønskede forhold på arbeidsplassen er sentrale prinsipper i våre etiske krav. Alle arbeidere har krav på å bli gjort oppmerksom på sine rettigheter og plikter, alle leverandører skal respektere de ansattes rett til å bli medlem av en fagforening, og det skal etableres ordninger som gjør det mulig for de ansatte å ta opp uønskede forhold på arbeidsplassen anonymt. Vi erfarer at de ansattes mulighet til å involvere seg i forhold som har betydning for deres arbeidssituasjon, er begrenset enkelte steder.

Utfordringene er bl.a. påpekt i vår HRIA for vinindustrien i Libanon og tilsvarende rapport for vinindustrien i Italia, som ble gjennomført av Oxfam på oppdrag av Systembolaget i 2021. Vi ble også gjort oppmerksom på utfordringer knyttet til fagforeningsfrihet under våre møter med fagforeninger i California i mai 2024.

Fagforeninger er en viktig interesse for oss. Vi inkluderer alltid fagforeninger når vi kartlegger, både under revisjoner og i våre HRIA-er, og vi ønsker at fagforeningsrepresentanter skal delta når vi samler bransjen til interessentmøter.

I 2024 satte vi søkelys på fagforeningsfrihet ved anbud på nye produkter fra Sør-Afrika og USA. Det betyr at leverandørene måtte dokumentere fagforeningsfrihet gjennom en signert erklæring før vi aksepterte innkjøp til Vinmonopolet.

Systembolaget satte i 2024 i gang en HRIA for vinindustrien i California. Rapporten forventes å foreligge i 2025. Vinmonopolet avventer med å identifisere aktuelle tiltak inntil rapporten er klar.

Fremover

I 2025 skal vi videreføre arbeidet med våre fremtredende risikoer, og ha særlig fokus på Vinmonopolets bærekraftsplattform, dialog med interessenter og oppfølging av HRIA-rapporter.

Vinmonopolets bærekraftsplattform

Vinmonopolets bærekraftsplattform blir et sentralt verktøy for Vinmonopolet og våre grossister. Plattformen er et system for å kartlegge prosesser, rutiner og ledelsessystemer hos leverandørene våre. Kartleggingen skal gi grunnlag for å implementere og følge opp tiltak som sikrer anstendige arbeidsforhold og menneskerettigheter i leverandørkjeden.

Bærekraftsplattformen skal ruller ut i 2025 og vil bidra til at våre grossister har et godt utgangspunkt for å gjennomføre aktsomhetsvurderinger. Sammen med våre grossister vil vi starte et systematisk arbeid med å kartlegge risiko i leverandørkjeden til volumprodukter og produkter fra høyrisikoland.

I 2025 vil vi også etablere nye KPIer for arbeidere i verdikjeden som gjør at vi kan evaluere ny arbeidsmetode på en bedre måte.

Dialog med interessenter og rettighetshavere

Oppfølging gjennom bærekraftsplattformen bygger på at leverandørene er åpne, og at de tar inn over seg at de kan ha forhold som kan representere en risiko eller negativ påvirkning, og at de selv innser verdien av å jobbe med forbedringer. Så må vi være åpne for at ikke alle har en slik holdning. Derfor er det viktig at vi har andre mekanismer som kan fange opp slik risiko. Vinmonopolet vil derfor i tiden fremover legge vekt på dialog med interessenter og rettighetshavere (i særdeleshet fagforeninger) for å få innsikt i forhold som vi ikke klarer å kartlegge gjennom bærekraftsplattformen. Revisjoner vil også være viktige for å kontrollere at våre etiske krav følges i leverandørkjeden, spesielt der vi ser høy risiko eller mistenker brudd på menneskerettigheter eller arbeidsforhold.

Oppfølging av HRIA-rapporter fra Libanon, California og Spania

De nordiske alkoholmonopolene bestemte i 2023 å gjennomføre vurderinger av menneskerettigheter i vinindustrien i Libanon, California og Spania. Oppfølging av disse rapportene blir viktig i 2025.

Rapporten fra California forventes i 2025, og tiltak vil bli iverksatt i 2025 eller 2026 basert på funnene. For Spania planlegges en HRIA høsten 2025.



KUNDER OG SLUTTBRUKERE

Ansvarlig salg: Beste resultater noensinne

I 2024 spurte Vinmonopolets ansatte 96,74 prosent av kundene under 25 år om legitimasjon, ifølge interne målinger⁵. Dette er en bedring på 0,83 prosent fra året før og det beste resultatet noensinne.

VÅR FREMGANGSMÅTE



Fra vesentlighets- analysen

- Samfunnsoppdraget vårt står helt sentralt i måten vi jobber på som selskap. Temaet handler om hvordan varene vi selger, kan påvirke kundene våre. Derfor jobber vi for å begrense skadevirkningene av alkohol og sikre at produktene vi selger, er trygge.
- Dette er knyttet til FNs bærekraftsmål

3.5 3.9

Mål

1. Utvikling i takt med samfunnets forventninger og behov og innenfor eksisterende rammebetingelser på en måte som sikrer fortsatt oppslutning og legitimitet i befolkningen.
2. Det viktigste alkoholpolitiske virkemiddelet for å sikre ansvarlig salg av alkohol.
3. Produkter med rett kvalitet, og med relevant og korrekt produktinformasjon.

KPI 1:

Andel i befolkningen som er enig i at alt salg av vin, brennevin og sterkøl bør skje gjennom Vinmonopolet.

MÅL 2030

100 %

RESULTAT 2024

66 %

KPI 2:

Andel av alle kunder under 25 år som blir spurt om legitimasjon.

MÅL 2030

100 %

RESULTAT 2024

96,74 %

⁵⁾ Tall på alderskontroll baserer seg på Mystery shopper. Les hvordan dette måles på side 66.

Retningslinjer

- **Oppdragsbrev**

Fra første måling i 2007, med et resultat på 43 prosent, har vi forbedret resultatene jevnt og trutt. Systematisk opplæring, kombinert med Vinmonopolets viktigste oppgave er å sikre et ansvarlig salg av alkohol, blant annet gjennom å hindre salg av alkohol til mindreårige. Dette kommer frem av Vinmonopolets årlige oppdragsbrev. Gjennom ansvarlig salg og begrenset tilgjengelighet skal Vinmonopolet, ifølge oppdragsbrevet, bidra til å begrense alkoholkonsumet og skadevirkningene av alkohol, både for den enkelte og samfunnet.

- **Alkoholpolitiske føringer**

Driften av Vinmonopolet innrettes etter gjeldende alkoholpolitiske føringer, for eksempel alkoholreklameforbudet.

Dialog med interessenter

Vinmonopolet og Helse- og omsorgsdepartementet har kvartalsvise møter der vi blant annet går gjennom resultater på ansvarlig salg. Hvert halvår er det møte med Helsedirektoratet for å utveksle erfaringer og status på pågående arbeid innen alkoholfeltet. Et tema kan være alkoholreklameforbudet, med diskusjoner om alt fra etiketter til merkeordninger. I tillegg er et fast punkt på agendaen orientering om kommende kampanjer innen alkoholfeltet for å samkjøre og utnytte synergier oss imellom.

I oktober var Helse- og omsorgsminister Jan Christian Vestre på besøk i butikken vår i Bjørvika, der han fikk et innblikk i hvordan Vinmonopolet jobber med AKAN. Siden Vinmonopolet jobber med alkohol, har vi et spesielt ansvar for å forebygge alkoholmisbruk og fremme åpenhet om dette blant våre medarbeidere, og statsråden fikk et innblikk i hvordan Vinmonopolet jobber med temaet. Det var AKAN som var initiativtaker til møtet, som også fikk god mediedekning.

Vinmonopolet har i tillegg jevnlig møter med organisasjoner innen rusfeltet for å diskutere aktuelle problemstillinger. I 2024 har Vinmonopolet hatt samtaler med de fleste av de store organisasjonene, som Actis, Blå Kors, Frelsesarmeen, Av-og-til, IOGT (frivillig rusforebyggende organisasjon), Juvente og Ung i Trafikken. I desember inviterte Vinmonopolet organisasjonene til smaking av alkoholfrie juledrikker og gjennomgang av Vinmonopolets arbeid med ansvarlig salg.

Vinmonopolet bidro i fjor på et webinar i regi av KORUS (Kompetansesenter for rusfeltet). Deltagere var rundt 200 kommunalt ansatte som driver med skjenkekontroll i dagligvare- og utelivsnæringen. Vinmonopolet delte kunnskap om hvordan vi jobber med opplæring i ansvarlig salg. På AKAN-dagen delte Vinmonopolet hvordan vi arbeider ned AKAN og kultur. Vi deltok også en IOGT- podkast om foreldrelanging.



Den aller viktigste målgruppen i arbeidet med å sikre et ansvarlig salg av alkohol er Vinmonopolets medarbeidere. I mai var ansvarlighet hovedtema på et todagers møte med alle Vinmonopolets butikksjefer. På agendaen var blant annet AKAN, langingsproblematikk og utfordringer våre medarbeidere kan møte når de hindrer salg av alkohol til berusede.

Resultater på ansvarlig salg gjennomgås månedlig med distriktssjefene, som følger opp på driftsmøter i den enkelte butikk. Ansvarlig salg er også tema på alle personalmøter, og resultater følges opp umiddelbart etter kontrollene to ganger i måneden.

I 2024 hadde vi månedlige oppdateringer om ansvarlig salg og resultater i den interne informasjonskanalen Workplace. Befolkningen er også en viktig målgruppe for oss. Vi skal utvikle oss i takt med samfunnets forventninger og behov for å sikre fortsatt legitimitet for og oppslutning om vinmonopolordningen. Hvert år gjennomfører vi en kunde- og opinionsundersøkelse. Denne viser at Vinmonopolets omdømme ligger stabilt på et høyt nivå. I 2024 oppga 87 prosent at de hadde et godt inntrykk av Vinmonopolet. 66 prosent oppga at de er enige i at alt salg av vin, brennevin og sterkøl bør skje gjennom Vinmonopolet, mot 68 prosent i 2023.

Aktiviteter

Alderskontroll

Alle under 25 år skal vise legitimasjon når de handler på polet. Vi måler hvor mange som blir spurt om legitimasjon, og hvor mange som viser det uoppfordret. I 2024 var resultatet for den stille alderskontrollen i butikkene 96,74 prosent. Dette er en bedring på 0,83 prosentpoeng fra 2023.

I 2024 har vi jobbet bevisst for å minske variasjoner i resultater mellom butikker og mellom medarbeidere. Når resultatet i utgangspunktet er så godt, er det viktig å løfte de med lavest score for å få opp gjennomsnittet. Vi har derfor analysert og jobbet bevisst med hvorfor det er variasjon mellom medarbeiderne våre når det gjelder å sjekke kundens alder. Tiltakene rettet mot enkeltbutikker og individer har sannsynligvis bidratt til rekordresultatet på alderskontroll i 2024. Vi ser at vi har oppnådd jevnere og mer stabile resultater gjennom året. I 2024 startet vi også utviklingen av en ny e-læring med nye filmer, caser og plenumsoppgaver. E-læringen vil rulles ut i 2025.

De siste årene har vi sett en stor økning i antall kunder som bli avvist på grunn av manglende gyldig legitimasjon. Samtidig som bankene har kuttet legitimasjon på bankkortene, har det blitt mer vanlig med mobilbetaling og digitalt førerkort (som ikke er godkjent legitimasjon på Vinmonopolet). I mars lanserte vi, etter ett års tett samarbeid om løsningen med BankID og Posten, en trygg og brukervennlig løsning for digital ID. Dessverre ser vi at det er relativt få som har tatt den nye appen i bruk, og vi håper økt fokus på digital ID kan løfte bruken i 2025.

Hindre kjøp til mindreårige

Ifølge norsk lov er det ulovlig å kjøpe alkohol til mindreårige. Vinmonopolet avviser kjøp der det er mistanke om langing. Antallet avviste kjøp på grunn av langing var det samme i 2024 som i 2023, til tross for at det var ca. 600 000 færre kunder i 2024. Vinmonopolet har tydelige rutiner som sier at vi skal ha sett eller hørt noe som gir tydelige indikasjoner på at det er et langingstilfelle. Har vi ikke det, lar vi tvilen komme kunden til gode. Vi jobber målrettet med å gjøre våre medarbeidere tryggere på å avvise kjøp på grunn av mistanke om langing.

Avviste kjøp

Vinmonopolet skal ikke selge til personer som er synlig ruset. I 2024 avviste vi omtrent like mange som året før på grunn av rus. Vi ser dessverre en utvikling mot mer utagerende oppførsel ved avvisning av kjøp av alkohol. Det er krevende for medarbeiderne våre å avvise kjøp. De siste årene har vi forbedret de interne rutinene og satt i gang opplæringsprogrammer for å gjøre de butikkansatte tryggere i slike situasjoner. Vi fortsetter dette arbeidet i 2025, blant annet med en ny e-læring.

Levering på dør og på postkontor

Vinmonopolet har avtale med Bring Home Delivery om levering av varer på døren. Fordi utlevering krever signering i IT-løsningen, er målet at alderen skal sjekkes på alle mellom 18 og 25 år. Resultatet for 2024 var 82,6 prosent, mot 76,5 i 2023. Vi satte i gang flere tiltak i 2024 for å sikre at alderskontrollen ivaretas. Resultatene møter imidlertid fremdeles ikke Vinmonopolets krav og standard, og vi vil i 2025 ha en enda tettere oppfølging av sjåfører fra Bring.

Resultatet når det gjaldt alderskontroll ved utlevering av varer gjennom post i butikk, var 95,2 prosent i 2024. Dette er tilsvarende resultat som året før og en betydelig forbedring fra 2022, da resultatet var 67,7 prosent. Tett dialog med Posten rundt oppfølging og tiltak har bidratt til gode, stabile resultater.

Holdningsskapende arbeid

Vinmonopolet gjennomfører årlig alderskontroll- og langingskampanjer for å støtte opp under det viktige arbeidet med ansvarlig salg. Hvert år kommer det rundt 50 000 nye ungdommer inn i aldersgruppen 18–25 år, og dette betyr at vi må gjenta budskapet og hele tiden finne nye måter å nå målgruppen på.

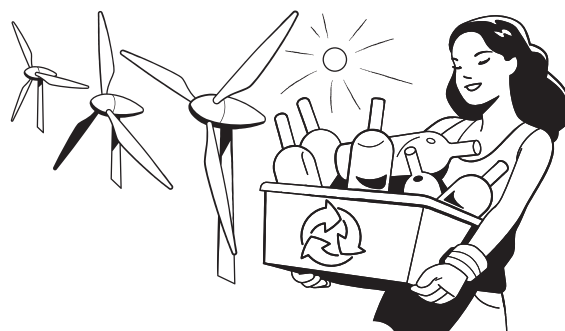
I august 2024 lanserte Vinmonopolet en ny kampanje for å få flere unge i alderen 18 til 25 år til å vise legitimasjon uoppfordret. I tillegg gjentok vi alderskampanjen fra 2022, med hovedbudskapet «Vær stolt av den du er, vis leg». Og vi gjentok anti-langingskampanjen fra 2023, som skulle hindre at eldre søsken og venner kjøper alkohol til mindreårige. Konseptet tar utgangspunkt i realistiske ungdomsfest-situasjoner. Filmene skulle skape empati hos målgruppen og få dem til å føle omsorg for de mindreårige de blir spurt om å kjøpe alkohol til, slik at de tenker seg godt om før de sier ja til å kjøpe.

Mål og måltall

	MÅL 2030	MÅL 2024	2024	2023	2022	KOMMENTAR
Alderskontroll i butikk	100 %	95 %	96,74 %	95,91 %	96,35 %	Vi er fornøyde med resultatene.
Andel i befolkningen som er enig i at alt salg av vin, brennevin og sterkøl bør skje gjennom Vinmonopolet	100 %	60 %	66 %	59 %		Vi ønsker å forbedre resultatet gjennom å fortsette arbeidet med å skape gode kundeopplevelser.

Rapporteringsprinsipper:

Vi benytter kontrollører mellom 18 og 25 år for å måle om vi spør yngre kunder om legitimasjon. Dette kaller vi stille alderskontroll. Stille alderskontroll foretas av en ekstern leverandør (Pegasus). Alle butikkene blir kontrollert to ganger i måneden. Resultatet er aggregert slik at det viser alle butikkene våre. Kunde- og opinionsundersøkelsen ble gjennomført av Opinion for Vinmonopolet i mars/april 2024. Respondentene (2027 personer) er et landsdekkende utvalg. Metoden er webundersøkelse.



Produktsikkerhet

Temaet kunder i Vinmonopolets vesentlighetsanalyse omfatter både å begrense skadevirkningene av alkohol og å sikre at produktene vi selger, er trygge. Her er informasjon om hvordan vi jobber for å sikre at varene på Polet er trygge og har riktig kvalitet.

Retningslinjer

Internasjonalt jobbes det for å redusere mengden fremmedstoffer i alkoholholdige produkter, som tungmetaller, rester av plantevernmidler, fluorholdige hydrokarboner (PFAS) og soppgifter. Vinmonopolet følger EUs regelverk på området.

Dialog med interessenter

Vinmonopolet er med i OIV (International Organisation of Vine and Wine). Her deltar vi i kommisjonene for analysemetoder, forbrukersikkerhet og vinregelverk. I tillegg samarbeider Vinmonopolet tett med kvalitetsavdelingene i de fire andre nordiske monopolene for å utveksle informasjon og analyser, samt varsle om alvorlige produktfeil.



Internt har vi et varslingsystem som sørger for umiddelbar sperring av produkter for salg ved alvorlige produktfeil. Vi følger opp kundehenvendelser tett for å avdekke produktfeil. I 2024 ble det reklamert på 0,09 prosent av solgte produkter. Tallet viser en liten økning i 2024 i forhold til 2023.

Produkter som eksploderer, kan gi alvorlige personskader. Det ble registrert åtte eksplosjoner i 2024, men ingen innmeldte skader. For femte året på rad ser vi en reduksjon i antallet innmeldte eksplosjoner.

Det ble i 2024 heller ikke registrert sykdom eller personskader knyttet til våre produkter.

Aktiviteter

Riktig produktinformasjon til forbruker

Målet er å sikre at kundene våre får riktig informasjon om produktene de kjøper hos oss, og at innholdet har den kvaliteten de forventer og har betalt for. Vi utfører stikkprøver for å kontrollere at produktene ikke inneholder uønskede kjemiske komponenter, og at innholdet er i overensstemmelse med gjeldende EU-regelverk. Produkter som har innhold eller merking som ikke er i henhold til gjeldende regelverk, vil normalt bli sperret for salg inntil feilene er rettet opp.

I 2024 ble det tatt ut 1590 analyser for å verifisere at innholdet er i henhold til gjeldende regelverk, og at produktet er riktig merket. Analysene avdekket avvikende merking på cirka åtte prosent av produktene.

Fluorforbindelser og produktautentisitet

I tillegg til standardanalyser for å kontrollere korrekt merking og innhold har Vinmonopolet hvert år ulike fokusområder. I 2024 har dette vært to områder: organiske fluorforbindelser i vin (PFAS1) og autentisitetsanalyser for å sikre korrekt opprinnelse.

Vi testet tolv av våre bestselgende ikke-europeiske viner for å undersøke om på vin fra den nye verden er innenfor regelverket for PFAS. Alle var innenfor, og resultatene kan indikere et noe lavere innhold av PFAS i oversjøiske viner.

Vi har også gjort tiltak for å verifisere korrekt opprinnelse og innhold i vin og brennevin og fastslå om vin kommer fra et oppgitt område. Her benyttes relativt kostbare kjemiske analyser. På bakgrunn av mistanke om uregelmessigheter ved retur fra kunde ble det i 2024 foretatt prøver for å kontrollere vinens opprinnelse. I alle tilfellene viste seg at innholdet ikke stemte med flaskens opprinnelige innhold, og kundene ble politianmeldt.

Volum

For å sikre at produkter på kartong eller i pose er fylt med korrekt volum, kontrollerer vi årlig rundt 30 prosent av sortimentet. I 2024 gjennomførte vi stikkprøver på 162 kartonger eller poser med vin. Dersom det viser seg at produktene i kontrollen ligger under fyllingsnivået, vil det bli foretatt en utvidet kontroll. Dersom flere av produktene ligger under fyllingsnivået, defineres det som systematisk underfylling, og vi igangsetter tiltak. I 2024 ble det funnet avvik på åtte produkter.

Holdbarhet

I 2024 undersøkte vi betydningen av lagring av vin på kjølelager versus i romtemperatur. Forsøket ble fulgt opp NMR-analyse og sensorisk analyse. I forsøket ble to røde, to hvite og én musserende vin fulgt i ett år. Forsøket er gjennomført for å ha et bedre beslutningsgrunnlag for bruk kjølelager i butikkene våre. Resultatene kommer i løpet av første halvår 2025.



Enkle, mer bærekraftige valg på Polet

Vi skal gjøre det enkelt å ta mer bærekraftige valg på Vinmonopolet. For å få til dette er det to faktorer som er viktige – at det finnes et bredt utvalg av mer bærekraftige produkter, og at kundene blir gjort oppmerksom på og får informasjon om mer bærekraftige valg.

VÅR FREMGANGSMÅTE



Fra vesentlighetsanalysen

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

12.4 12.5 12.8

Mål

Vi skal gjøre det enkelt og relevant å velge mer bærekraftig hver gang.

KPI-er:

Andel av sortimentet som er merket med et bærekraftselement

MÅL 2030

75 %

RESULTAT 2024

25 %

KPI-er:

Andel av kundene som er enig i at det er enkelt å ta bærekraftige valg når de handler på Vinmonopolet

MÅL 2030

90 %

RESULTAT 2024

34 %

Vinmonopolet har en omfattende og grundig innkjøpsprosess. Målet er å ha et attraktivt, relevant og lønnsomt produktutvalg som møter faktisk og forventet etterspørsel i Norge. Utvalget er dynamisk med lansering av nye produkter seks ganger i året. Produkter som ikke selger tilstrekkelig, går ut av sortimentet etter ett år. Hva kundene kjøper, avgjør med andre ord hvilke produkter utvalget vårt består av. Det betyr at etterspørsel etter produkter med bærekraftselementer er viktig for at Vinmonopolet skal kunne tilby slike produkter. Vi ønsker å sikre et godt og bredt utvalg av mer bærekraftige produkter. Målet er at alle nye produkter vi lanserer, skal ha ett eller flere bærekraftselementer.

Retningslinjer

• Innkjøpsforskriften

Vinmonopolets innkjøp styres av en forskrift fra Helse- og omsorgsdepartementet. Basert på forskriften vedtar Vinmonopolets styre et reglement med styringstall som regulerer utvalget i butikkene. Hver butikk tilpasser sitt sortiment etter lokal etterspørsel ved å justere styringstallet basert på salg og markedsvurderinger. Dette sikrer konkurranse og variasjon i sortimentet, men gir mindre handlingsrom for bærekraft.

• Lanseringsplan

To ganger per år publiserer Vinmonopolet en lanseringsplan. Planen beskriver hvilke produkter vi ønsker å kjøpe inn til basisutvalget i en bestemt periode, basert på sesonger, trender og salgsutvikling. Lanseringsplanen inneholder også krav til bærekraft i våre innkjøp. Vi forankrer våre krav til bærekraft i innkjøp av produkter med de øvrige nordiske alkoholmonopolene gjennom et formalisert samarbeid (NAM).

• Alkoholreklameforbud

I Norge er det forbud mot all reklame for alkoholholdige drikker. Dette forbudet er hjemlet i alkoholloven § 9-2 og utdypet i alkoholforskriften kapittel 14. Det er Helsedirektoratet som administrerer alkoholreklameforbudet. Vinmonopolet er omfattet av forbudet. Dette innebærer at vårt handlingsrom for massekommunikasjon om bærekraft er begrenset.

• Likebehandlingsprinsippet

Likebehandling betyr at man ikke skal fremme enkeltprodukter, merker eller produsenter. Ingen produkter skal promottes, og grossister har lik tilgang til å lansere produkter i bestillingsutvalget og delta i konkurranser for å få sine produkter inn i basisutvalget.

Dialog med interessenter

En av Vinmonopolets viktigste interessenter i arbeidet for å gjøre det enklere for kunden å velge mer bærekraftig er aktørene i vår verdikjede. Spesielt de norske grossistene som vi kjøper varer direkte fra, betyr mye for vår måloppnåelse.

Vi har en egen lukket kanal for samhandling med grossistene (leverandørportalen), og i tillegg har vi jevnlig møter med grossistenes bransjeorganisasjoner. Hvert år gjennomføres en undersøkelse for å samle inn informasjon fra grossistene om innkjøp og samarbeid.

Kundene er også en viktige interessenter for å gjøre det enklere å velge mer bærekraftig på polet. Vinmonopolet gjennomfører kundeundersøkelser for å forstå kundens preferanser og holdninger til bærekraftige produkter, samt hvordan vi kan tilrettelegge for at kundene kan ta mer bærekraftige valg når de handler hos oss.

For at flere kunder skal vektlegge bærekraft når de handler hos oss, må våre medarbeidere gi enda bedre kundeveiledning om bærekraft. Tett og jevn dialog internt med god opplæring gjør det lettere for våre butikkmedarbeidere å inkludere bærekraft i møte med kunden.

Tolv butikksjefer har et særskilt ansvar for å følge opp bærekraft i Vinmonopolets distrikter. Disse butikksjefene, som kalles bærekraftskonsulenter, samarbeider tett med kollegaer i sitt distrikt, blant annet om å få med informasjon om bærekraft i kundemøtet.

Prosess for å ta opp bekymringer

Kundene kan kontakte Vinmonopolets kundesenter eller presseansvarlige dersom de har kommentarer eller innspill. Vinmonopolets leverandører kan ta opp saker i en uavhengig nemnd oppnevnt av Helse- og omsorgsdepartementet. Vinmonopolets har også en egen varslingskanal tilgjengelig på vinmonopolet.no.

Aktiviteter

Merking

Vinmonopolets merking skal gjøre det enklere å handle mer bærekraftig på polet. Våre fem bærekraftssymboler dekker ulike bærekraftselementer: klimasmart emballasje, miljøsertifisert produksjon, økologisk, biodynamisk og sertifisert etisk (side 72). Symbolene er plassert på butikkhyllen sammen med annen informasjon om produktet. I nettbutikken på vinmonopolet.no er produkter med minst ett bærekraftssymbol synliggjort med grønn trekant. Vi ser at merkingen i nettbutikken ikke blir lagt tilstrekkelig merke til, og jobber med andre løsninger for bærekraftsmerking på vinmonopolet.no. I 2024 har vi samarbeidet med NHH om å undersøke hvordan vi kan synliggjøre bærekraftselementer i nettbutikken. Dette samarbeidet fortsetter i 2025.

Krav til mer bærekraftige produkter i våre lanseringsplaner

Vi jobber mot målet om at alle anbud skal inneholde et krav til bærekraft. I 2024 har vi jobbet mye med produktemballasje, som utgjør en stor del av vårt klimafotavtrykk. I mai 2024 kommuniserte vi et krav til alle våre leverandører: Fra januar 2026 skal alle rødviner, hvitviner og roseviner under 250 kroner være på klimasmart emballasje, det vil si en emballasje som veier mindre enn 420 gram per 0,75 liter innhold. Vi er også en pådriver for å skape større innovasjon i bransjen, slik at de kan levere nye emballaseløsninger med lavere klimafotavtrykk. Samarbeidet med bransjen har vært vellykket. Vi ser en økning i gjenvinnbare emballasjetyper i kartong og poser, og at lettere flasker lykkes i markedet. Det er også bra at flere produkter får pantemerke. Vi hadde i 2024 flere innsalg om pant i media og oppnådde god synlighet eksternt.

Opplæring av butikkmedarbeidere om produktemballasje

Våre butikkmedarbeidere er svært viktige i arbeidet for å gjøre kundene mer oppmerksom på klimasmart emballasje, og vi fortsatte arbeidet med internkommunikasjon og -opplæring om dette i 2024. I 2024 gjennomførte vi en kompetansekartlegging for å se hvor trygge våre medarbeidere er på å snakke med kunden om bærekraft. Kartleggingen viste at våre ansatte nå ser ut til å forstå hva klimasmart emballasje er, og føler seg trygge i kundemøtet. Kun åtte prosent svarte at dette er utfordrende. Dette er veldig bra og viser at kommunikasjonstiltakene vi har gjennomført de siste årene, har fungert godt. I 2024 gjentok vi en «gjett vekten»-kampanje der vi oppfordret kundene til å gjette vekten på tre ulike produkter som var utstilt i butikken: en tung glassflaske, en lett glassflaske og en plastflaske. Målet var å synliggjøre emballasjervektens betydning for klimagassutslipp. Aktiviteten var frivillig å gjennomføre for butikkene våre, og vi er derfor svært fornøyde med at over en tredjedel valgte å gjøre dette. Interne informasjons- og opplæringstiltak ble gjennomført parallelt, og vi oppnådde god synlighet i lokale medier. To poster i sosiale medier fikk god spredning, og i tillegg benyttet vi vinmonopolet.no som informasjonskanal.

I 2024 fikk våre butikkmedarbeidere et nytt verktøy de kan benytte i møte med kunden: en ny funksjon der de ved å skanne produktet får et trafikklys som viser emballasjens klimagassutslipp. Dette gjør det enklere å veilede kunder som er nysgjerrig på produktenes klimagassutslipp. Vi ønsker å få ned forbruket av plastposer og har lagt vekt på dette i flere kommunikasjonstiltak. Blant annet har vi laget en intern film for å vise frem de butikkene som har lavest poseforbruk, og gi tips til andre butikker. Kommunikasjonstiltaket og andre tiltak som økt posepris, har hatt gode god effekt. I 2024 solgte vi 30 prosent færre poser sammenlignet med året før.

Oppfordring til å fjerne overflødig emballasje

Vi oppfordrer våre leverandører til å fjerne unødvendig emballering av produktene, for eksempel gaveesker. Vinmonopolet har satt krav om at brennevin med en salgspris under 700 kroner skal sendes fra opprinnelsesland uten slik ytre emballering (rør/eske). Dette gjøres for å redusere mengden avfall og redusere klimabelastningen. Vi vil jobbe videre med overemballering i 2025.

Måling av bærekraft som en del av kundemøtet

Bærekraft er definert som en viktig del av kundemøtet. I 2024 ble bærekraft i kundemøtet fulgt opp med mystery shoppers, som opptrer som vanlige kunder og vurderer kundemøtet i butikkene. Vi ønsket å finne ut om de ansatte fanger opp kundens interesse for bærekraft og anbefaler bærekraftige produkter når det er relevant. Dette ble målt to ganger i 2024 med spesifikke caser.

Interninformasjon

Som pådrivere for at kundene våre skal ta mer bærekraftige valg, må vi kunne svare på hvorfor noen valg er mer bærekraftige enn andre. I desember hadde vi en kalender med daglige tips og informasjon om hvordan man kan snakke med kundene om bærekraft. I tillegg hadde vi gjennom 2024 jevnlig informasjon om bærekraft i vår interne informasjonskanal Workplace.

Mål og måltall

	MÅL 2030	MÅL 2024	RESULTAT 2024	KOMMENTAR
Andel av sortimentet som har et bærekrafts-element	75 %	40 %	25 %	Bestillingsutvalget har økt med nesten 3000 produkter, som trekker KPI-en ned. Basisutvalget, som står for størstedelen av salget vårt, har en fin utvikling i riktig retning med 52 % av produktene.
Andel av kundene som er enig i at det er enkelt å ta bærekraftige valg når de handler på Vinmonopolet	90 %	40 %	34 %	Alkoholreklameforbudet og likebehandlingsprinsippet gjør det utfordrende å formidle til kunden hvilke produkter som har elementer av bærekraft.

Rapporteringsprinsipper:

Andel varer som har ett eller flere bærekraftselementer:
Spesialbestillinger er ekskludert, samt varer som ikke er aktive (utgått og «ikke lansert»). Datautdraget er et øyeblikksbilde fra den siste dagen i måneden.

Hva er et bærekraftig produkt?

Ingen produkter på Vinmonopolet er hundre prosent bærekraftige. Et produkt kan imidlertid ha ett eller flere bærekraftige elementer. Vinmonopolets fem symboler for bærekraft er plassert på butikkhyllene eller finnes som en grønn trekant på vinmonopolet.no.

Sertifisert etisk 

Tilfredsstiller ekstra strenge krav om etisk produksjon. Se sertifiseringsmerke på produktet.

Klimasmart emballasje 

Emballasjevekt har mest å si for produktets klimafotavtrykk. Lettere glassflasker, aluminium, papp og plast er alle lette og dermed klimasmarte valg.

Miljøsertifisert produksjon 

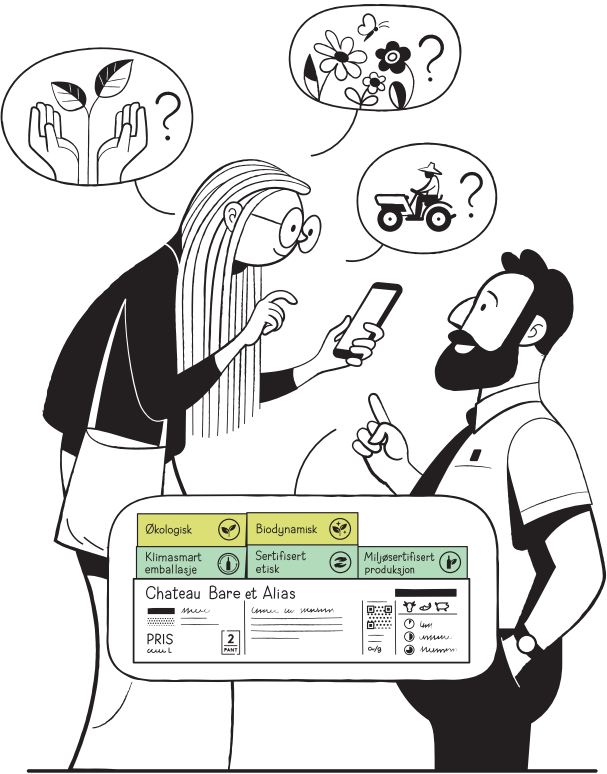
Produisert i henhold til strenge klima- og miljøkrav. Kontrollert av uavhengig tredjepart.

Biodynamisk 

Økologisk sertifisert, og følger i tillegg bestemte regler for bruk av naturlige preparater. Gårdsdriften ses i et helhetlig perspektiv i tråd med naturens premisser. Sertifisert av godkjent kontrollinstans, se merke på produktet.

Økologisk 

Produisert uten kjemiske sprøytemidler eller kunstgjødsel. Sertifisert av godkjent kontrollinstans, se merke på produktet.



Bærekraftssymbolenes betydning og hvordan vi unngår grønnvasking, er nærmere beskrevet på vinmonopolet.no.

FORRETNINGSADFERD

Gode mekanismer hindrer uønsket påvirkning

Vinmonopolet har etiske retningslinjer og rutiner for å hindre at leverandører påvirker innkjøpene våre. Vinmonopolet behandlet ingen saker om brudd på de etiske retningslinjene i 2024.

VÅR FREMGANGSMÅTE



Fra vesentlighetsanalysen

- Vinmonopolet er en ansvarlig samfunnsaktør. Vi behandler våre leverandører likt, og jobber aktivt imot og har nulltoleranse for korrupsjon.
- Dette er knyttet til FNs bærekraftsmål

16.5 17.16 17.17

Mål

Åpen og ansvarlig virksomhet som bygger tillit gjennom alt vi gjør.

KPI-er:

«Andel av befolkningen med godt inntrykk av Vinmonopolet når det gjelder redelig virksomhet»

MÅL 2030

100%

RESULTAT 2024

73%

De økonomiske fordelene med å få inn produkter i Vinmonopolets hyller er store for produsenter og grossister. Dette skaper risiko for uønsket påvirkning av Vinmonopolets medarbeidere. For å redusere denne risikoen har vi utarbeidet tydelige etiske retningslinjer for medarbeiderne våre. Vi behandlet ingen saker om brudd på retningslinjene i 2024. Også i 2024 gikk medarbeiderne våre gjennom retningslinjene med dilemmadiskusjoner i etterkant. I tillegg gjennomførte vi den årlige temauken, der temaet i 2024 var habilitet.

Leverandører

Vinmonopolets etiske retningslinjer gjenspeiles i tilsvarende krav i avtalene med leverandørene våre, både når det gjelder forbud mot forhold som kan legge til rette for uønsket påvirkning, og detaljregulering av møtepunkter. Dette skal sikre etterprøvbarhet og åpenhet og innebærer konsekvenser ved brudd. Vi opplevde ingen brudd i 2024.

Håndtering av forbindelser med leverandører

Innkjøpsprosessen for alkoholholdig drikke er regulert i forskrift om Vinmonopolets innkjøp. Forskriften bestemmer at innkjøp skal skje i tråd med alkoholpolitiske rammevilkår. Likebehandlingsprinsippet er særlig sentralt i Vinmonopolets innkjøpsregler, sammen med forutsigbarhet, konkurranse og etterprøvbarehet. Krav til likebehandling er forankret uttrykkelig i innkjøpsforskriften, alkoholloven og EØS-avtalens artikkel 16. Vinmonopolets innkjøpssystemer er bygd opp for å ivareta dette prinsippet.

Klager knyttet til innkjøp av drikkevarer

Dersom man er uenig i Vinmonopolets beslutning om innkjøp, er det adgang til å få prøvd beslutningen av en uavhengig nemnd oppnevnt av Helse- og omsorgsdepartementet. Nemnda skal sikre at Vinmonopolet likebehandler tilbydere, leverandører og produkter. Vinmonopolet fikk inn fire klagesaker i 2024. Vi har fått avgjørelse i én av disse, der Vinmonopolet ikke fikk medhold. Vi fikk fem klager i 2023, og avgjørelsen i fire av klagen kom i 2024. Her fikk Vinmonopolet medhold i alle.

Regler for innkjøp av driftsmidler

Vinmonopolets innkjøp av andre varer enn alkoholholdig drikke gjøres etter lov om offentlige anskaffelser. Innkjøpene våre er så langt det lar seg gjøre, basert på konkurranse, og vi er opptatt av å ivareta hensynet til forutsigbarhet, transparens, likebehandling og etterprøvbarehet i anskaffelsesprosessen.

Klagenemnda for offentlige anskaffelser (KOFA) håndterer klager som gjelder brudd på regelverket for offentlige anskaffelser. I 2024 ble det sendt én klage om Vinmonopolet til KOFA. Klagen ble avvist av KOFA, begrunnet i at klagen klart ikke kan føre frem.

Inngåelse av leiekontrakter

Vinmonopolet har 347 leieavtaler for butikker, e-lager, kjedekontor samt to hytter. I tillegg har vi fire butikklokaler som er heleid av Vinmonopolet og ett som er delvis eid. I 2024 ble 38 avtaler inngått, fornyet eller utvidet. For å sikre at utleieselskapene oppfyller våre krav til arbeidsforhold og menneskerettigheter, innførte vi i januar 2024 en rutine med selskapsgjennomgang (due diligence) før avtaleinngåelse.

Forebygging og avdekking av korrupsjon og bestikkelser

Vinmonopolets innkjøpsprosesser er utsatt for risiko for uønsket påvirkning. Dette gjelder særlig de innkjøpsprosessene som er tilknyttet lokal liste og spesialutvalg, fordi disse kjøpene i større grad bygger på enkeltpersoners vurdering. Lokal liste inneholder produkter butikkene selv velger å ta inn på bakgrunn av lokal etterspørsel. For å unngå forskjellsbehandling og risiko for uønsket påvirkning har vi etterprøvbare rutiner for gjennomføringen av denne prosessen. Blant annet må begrunnelsene for kjøpene dokumenteres. Videre er det en begrensning på hvor mange produkter hver enkelt butikk kan ta inn på sin lokale liste. For å begrense mulighetene for uønsket påvirkning har vi også regler om leverandørbesøk i butikk, både i leverandøravtalen og i de etiske retningslinjene, i tillegg til detaljerte regler for prøvesmaking.

Spesialutvalget omfatter produkter som kjøpes inn for å bli lansert i spesialbutikker og på vinmonopolet.no. Produkter som inngår i spesialutvalget, må oppfylle en rekke vilkår knyttet til kvalitet, tilbud og etterspørsel. Vi erkjenner at innkjøpene til spesialutvalget har økt risiko for uønsket påvirkning, og vi har derfor utarbeidet en grundig og detaljert rutine for slike innkjøp for å motvirke dette. Det er ikke kommet inn klager eller påstander om brudd på prinsippet om likebehandling i 2024.

Varslingskanal

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

Vinmonopolet har tredjeparts mottak av varsler som sikrer varslere full anonymitet. Etter anbud fikk vi på slutten av 2024 en ny samarbeidspartner (EY).

Vinmonopolets varslingsråd mottok 22 varsler gjennom varslingskanalen i 2024. Ingen av disse ble vurdert til å gjelde korrupsjon. Mange av sakene er interne varsler, og i 2023 ble rutinene endret for å legge bedre til rette for håndtering av denne typen varsler.

Vedlegg 1:

GRI-indeks

INDIKATOR NUMMER	NAVN PÅ INDIKATOR	INFORMASJON OG REFERANSE 2024
GRI 2 - GENERELLE OPPLYSNINGER		
Generell informasjon om selskapet		
2-1	Detaljer om selskapet	AS VINMONOPOLET Foretaksregisteret NO 817 209 882 MVA Statlig aksjeselskap underlagt Helse- og omsorgsdepartementet. Adresse kjedekontor: Dronning Eufemias gate 11 Postboks 6953, St. Olavs plass, 0130 OSLO Norge
2-2	Datterselskaper inkludert rapporteringen	Rapporten gjelder for AS Vinmonopolet. Nordpolet AS er et eget selskap, men fordi Nordpolets overskudd skal tilbakeføres til lokalsamfunnet på Svalbard gjennom Longyearbyen lokalstyre og konsolideres derfor ikke i regnskapet. De er ikke tatt med bærekraftsrapporteringen, bortsett fra at utslippene knyttet til Nordpolet er konsolidert inn i klimaregnskapet etter GHG-protokollen. Investeringene i Sirkel Materialgjenvinning AS og Sirkel Glass AS er ikke konsolidert inn. Års- og bærekraftsrapporten er laget etter GRI Universal Standards.
2-3	Rapporteringsperiode, tidsintervall og kontaktpunkt	Års- og bærekraftsrapporten er for perioden 01.01.2024 - 31.12.2024 Rapporteringsperioden er den samme for finansiell rapportering og bærekraftsrapporteringen Publiseringsdato: 26.04.2025 Kontaktpunkt: marte.stabbetorp@vinmonopolet.no
2-4	Vesentlige endringer i tidligere rapporterte tall	I 2024 har vi begynt forberedelsene til CSRD-rapportering og har gjennomført dobbel vesentlighetsanalyse, og dermed definert våre vesentlige tema ut fra ESRS-temaene. Vi har også tatt bort to egendefinerte indikatorer knyttet til anstendig arbeid.
2-5	Ekstern verifisering av bærekraftsrapporten	GRI-indeksen har blitt attestert av ekstern revisor siden 2019 iht ISAE 3000 og har blitt innarbeidet som en rutine siden. Styret signerer på års- og bærekraftsrapporten. BDO er uavhengig fra Vinmonopolet og avgir sin erklæring etter ISAE 3000 med moderat sikkerhet. BDO attesterer Vinmonopolets GRI-indeks. Se BDO's rapport: Uavhengig uttalelse vedrørende Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering av bærekraft, s. 114

Aktiviteter og ansatte		
2-6	Aktiviteter, verdikjede og forretningsrelasjoner	Sektor: Varehandel. Del av jordbrukssektoren. Vinmonopolets verdi- og leverandørkjede er beskrevet på s. 28 Våre samarbeidspartnere er beskrevet på s. 24 Det har ikke vært signifikante endringer i aktiviteter, verdikjede eller forretningsrelasjoner i 2024.
2-7	Ansatte	Tabell side 30 "Våre ansatte", kapittel S1 Egne ansatte. Vinmonopolet har definert Norge som "region", vi har ikke ansatte uten for Norge. Heltid- og deltidsansatte defineres som faste ansatte. Vinmonopolet har midlertidige ansatte i form av konsulenter, se GRI 2-8. "Non-guaranteed hours employees" er definert i Vinmonopolet som ekstrahjelper. Tallene presentert er basert på antall ansatte. Vi har også regnet ut hva dette tilsvarer i årsverk på s. 47. Vinmonopolet bruker antall ansatte ved årsslutt som grunnlag i tabellene. Turnover beskrives på s. 47
2-8	Arbeidere som ikke er ansatte	Utelatelse - informasjon utilgjengelig: Vi har ikke utarbeidet en oversikt over dette punktet. Dette er per i dag ikke inkludert i arbeidet med å hente frem tall for ansatte. Vi vurderer ikke dette som relevant for Vinmonopolet da det er veldig få personer som er leid inn (som f.eks. konsulenter). Ved innføringen av CSRD vil vi se på antall "non-employees".
Styring		
2-9	Foretaksstyring - struktur og sammensetning	Foretaksstyring og ledelse s. 9-10
2-10	Nominasjon og valg av øverste styringsorgan	Foretaksstyring og ledelse s. 9-10
2-11	Styreleders rolle i selskapet	Daglig leder er ikke representert i styret. Styreleder har ikke noen annen stilling i organisasjonen.
2-12	Konsernledelsens rolle i bærekraftsarbeidet	Organisering og rapportering av bærekraft, s. 20 - 21 I Vinmonopolets oppdragsbrev står det at styret skal evaluere seg selv og at Helse og omsorgsdepartementet skal få tilsendt evalueringen. I tillegg bedriver Bedriftsforsamlingen kontroll av styrets arbeid.
2-13	Delegering av ansvar i bærekraftsarbeidet	Organisering og rapportering av bærekraft, s. 20 - 21
2-14	Styrets rolle i bærekraftsrapporteringen	Styret signerer års- og bærekraftsrapporten. De signerer også redegjørelsen for åpenhetsloven. Organisering og rapportering av bærekraft, s. 20 - 21
2-15	Interessekonflikter	Varslingskanal s. 74. Eierstyring og selskapsledelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskapsledelse
2-16	"Kommunikasjon av kritiske forhold til øverste ledelse"	"Eierstyring og selskapsledelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskapsledelse Varslingskanal, s. 74
2-17	Erklæring fra øverste ledelse	Administrerende direktør har ordet, s. 3 - 5
2-18	Evaluering av arbeidet til øverste ledelse	Foretaksstyring og ledelse s. 9-10
2-19	Retningslinjer for godtgjørelser	Lederlønnrapport, offentliggjøres på Vinmonopolets nettsider
2-20	Prosess for å avklare godtgjørelser	"Vinmonopolets oppdragsbrev Eierstyring og selskapsledelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskapsledelse "

2-21	Årlig kompensasjonsratio	Selskapets ansatte fikk et lønnstillegg på 5,45 % i 2024. Forholdet mellom årlige totale kompensasjon for organisasjonens best betalte person og median er 4,8. For ansatte i ledende stillinger var lønnstillegget tilsvarende. Se Lederlønnrapport som offentliggjøres på Vinmonopolets nettsider. Kompensasjonsratio er beregnet basert på at Administrerende direktør er fastsatt årslønn uten tillegg og andre godtgjørelser, mens gjennomsnittlig lønn er gjennomsnitt av kjønn, stilling og årslønn for hele selskapet.
------	--------------------------	--

Strategi, retningslinjer og prosesser

2-22	Strategisk retning bærekraft	Administrerende direktør har ordet s. 3 - 5 Strategi s. 13
2-23	Forpliktende retningslinjer	"Våre styrende dokumenter Code of Conduct, Arbeidsmiljøloven, Etske retningslinjer for ansatte i Vinmonopolet, Reglement for Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet og Vinmonopolets menneskerettighetspolicy er særlig relevante. Retningslinjer kommuniseres til ansatte gjennom Polportalen som er Vinmonopolets intranett, til leverandører gjennom Leverandørportalen og til andre interessenter gjennom vinmonopolet.no Eierstyring og selskapsledelse i AS Vinmonopolet: https://www.vinmonopolet.no/content/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskapsledelse "
2-24	Forankring av retningslinjer	Organisering av bærekraftsarbeidet, s. 20 - 21
2-25	Prosess for å gjenopprette negative konsekvenser	Forretningsadferd s. 73 og 74 Arbeidere i verdikjeden s. 58-82 Klima s. 29 - 32 Våre samarbeidspartnere, s. 24 Varslingskanal, s. 74
2-26	Varslingskanaler	Det foreligger per nå ingen formalisert systematikk for evaluering av varslingskanalen. Den eksterne tjenesten lyses ut på anbud iht. regelverk om offentlige anskaffelser.
2-27	Overholdelse av lover og regler	Forretningsadferd s. 73-74
2-28	Medlemskap i organisasjoner	Samarbeidspartnere, s. 24

Vinmonopolets interessenter

2-29	Tilnærming til interessegrupper	Dialog og samarbeid, s. 22 og 23
2-30	Tariffavtaler	Alle ansatte er dekket av tariffavtaler og kollektive forhandlinger.

GRI 3 - VESENTLIGE TEMAER

3-1	Prosess for å definere våre vesentlig tema	Dobbelt vesentlighet og interaksjon med strategien, s. 25 - 26
3-2	Liste over vesentlig tema	Dobbelt vesentlighet og interaksjon med strategien, s. 25 - 26

3-2	Endringer sammenlignet med fjoråret	Vi har i 2024 endret vesentlighetsanalysen til å bli en dobbel vesentlighetsanalyse. Endringene er primært knyttet til navn på temaene, måten vi jobber på er videreført. Endringer fra 2023 til 2024: - Alkohol og samfunn og Bærekraftig forbrukeradferd endret navn endret til Kunder. Temaeter delt i tre deler; ansvarlig salg, produktsikkerhet og bærekraft i kundemøtet - God og inkluderende arbeidsplass har endret navn til Egne ansatte - God forretningsetikk har endret navn til Foretaksadferd - Anstendig arbeid har endret navn til Arbeidere i verdikjeden - Smarte miljø- og klimaløsninger er delt i to og endret navn til Klima og Natur
Klima		
3-3	Håndtering av vesentlige tema	a. Klima s. 29-40 b. Verdikjede: Vinmonopolet er involvert gjennom hele verdikjeden c. Retningslinjer: Klima s. 30 d. Aktiviteter: Klima s. 30-31 e. Mål, indikatorer og evaluering: Klima s. 32-35 f. Interessentdialog: Klima s. 30
305-1	Direkte klimagassutslipp (scope 1)	Klimaregnskap s. 34 og 35, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no. Referanseår 2018: Grunnen til at dette brukes som basisår er at 2018 samsvarer tett med utslippene i 1990 som Norge har som referanse for sine nasjonale mål, samt at 2018 er det første året vi har fullstendig tall for. Vinmonopolet spiller de nasjonale målene om 55% klimakutt innen 2030 sammenlignet med 1990-nivå. Klimagassregnskapet med Totale CO2ekv for scope 1, scope 2 og scope 3 er en strategisk KPI for Vinmonopolet.
305-2	Indirekte klimagassutslipp (scope 2)	Klimaregnskap s. 34 og 35, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no. Se kommentar over om referanseår.
305-3	Andre indirekte klimagassutslipp (scope 3)3	Klimaregnskap s. 34 og 35, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no. Se kommentar over om referanseår. Utelatelse - informasjon utilgjengelig for GRI 305-3 c: Vi har ikke beregnet biogene utslipp for scope 3 da det ikke er beregnet i nåværende LCA. Dette er tallmateriale som inngår i SBTi, som vi vil vurdere videre fremover.
305-4	Klimagass-intensitet	Vinmonopolet måler dette i CO2-avtrykk i gram pr liter solgt da dette er en av de viktigste styringsparameterne i Vinmonopolet. Intensiteten er også en av våre strategiske KPI'er. Klimaregnskap s. 34 og 35, metoderapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no.
Biologisk mangfold		
3-3	Håndtering av vesentlige tema	a. Natur s. 41 - 44 b. Verdikjede: Vinmonopolet er involvert gjennom hele verdikjeden c. Retningslinjer: Natur s. 43 d. Aktiviteter: Natur s. 43 e. Mål, indikatorer og evaluering: Natur s. 44 f. Interessentdialog: Natur s. 43
101-1	Retningslinjer for å stanse og reversere tap av biologisk mangfold	Natur, retningslinjer: s. 41 - 44 c: Utelatelse: Denne informasjonen er ikke tilgjengelig, men vi vil definere mål og indikatorer i 2025

101-2	Styring av påvirkninger knyttet til biologisk mangfold	ai og aii. Natur, Aktiviteter s. 41 - 44 aiii, aiv, av, b, c, d: Ikke aktuelt. Vinmonopolet har indirekte påvirkning på økosystemer gjennom verdikjeden. Vi bruker ikke "offsets" og har ikke egne operasjoner med signifikante påvirkninger på biologisk mangfold. e. Natur, Tilpasninger i strategi og forretningsmodell, s. 43 f. Våre interessenter og interessentdialog: Natur s. 43
101-3	Tilgang og fordelsstyring	Vinmonopolet er ikke knyttet til forskrifter knyttet til tilgang og fordelsdeling (ABS) vedrørende tilgang til genetiske ressurser og tilhørende tradisjonell kunnskap inneholdt av urfolk og lokalsamfunn.
101-4	Identifisering av påvirkninger knyttet til biologisk mangfold	Natur, Vinmonopolets naturrisikoanalyse: s. 41- 42

Egne ansatte

3-3	Håndtering av vesentlige tema	a. Egne ansatte s. 45 - 57 b. Verdikjede: Vinmonopolet påvirker gjennom egne aktiviteter. c. Retningslinjer: Egne ansatte, s. 46, 48, 49, 50, 53, 55, 56 d. Aktiviteter: Egne ansatte, s. 46, 48, 49, 50, 53, 55, 56 e. Mål, indikatorer og evaluering: Egne ansatte, s. 47, 48, 49, 52, 54, 55, 57 f. Interessentdialog: Egne ansatte, s. 47, 48, 49, 52, 54, 55, 57
404-1	Gjennomsnittlig antall timer organisert opplæring per år per ansatt	Opplæring og kompetanseutvikling, s. 54-55 Utelatelse - informasjon utilgjengelig: Vi har ikke tallene fordelt på kjønn eller ansatt-kategori. Ved innføringen av CSRD vil vi se på fordelingen på kjønn iht. ESRS S1-13. Fordelig på ansattkategori er ikke videreført i ESRS og vi vurderer dette som ikke relevant.
404-2	Programmer for kompetanseutvikling og støtte til omstilling"	Opplæring og kompetanseutvikling, s. 54-55
405-1	Mangfold i styrende organer og blant ansatte	Kjønnsfordeling i styre, ledergruppen og blant andre ledere vises på s. 57 , aldersfordeling blant ledergruppen og alle ansatte vises på s. 57

Arbeidere i verdikjeden

3-3	Håndtering av vesentlige tema	a. Arbeidere i verdikjeden s. 58-62 b. Verdikjede: Vinmonopolet er involvert gjennom våre leverandører og deres leverandørkjede c. Retningslinjer: Arbeidere i verdikjeden s. 58-62 d. Aktiviteter: Arbeidere i verdikjeden s. 58-62 e. Mål, indikatorer og evaluering: Arbeidere i verdikjeden s. 58-62 (evaluering beskrives løpende gjennom teksten s. 60 - 62 f. Interessentdialog, s. 60-62, samt Arbeidere i verdikjeden s. 59
407-1	Arbeidstakerrettigheter i leverandørkjeden: Leverandører med risiko for brudd på rett til fri fagorganisering og forhandlingsrett	Fri fagorganisering og forhandlingsrett er viktige prinsipper i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og i amfori BSCI Code of Conduct. Vinmonopolets arbeid bygger på disse retningslinjene. Vi jobber også med fri fagorganisering og forhandlingsrett i verdikjeden, se Arbeidere i verdikjeden, s. 62
409-1	Tvunget arbeid i leverandørkjeden	Fremtredende risiko 1 - tvangsarbeid og utnyttelse av sårbare grupper, s. 60

Kunder		
3-3	Håndtering av vesentlige tema	a. Kunder, s. 63-72 b. Verdikjede: Vinmonopolet påvirker gjennom våre kunder c. Retningslinjer: Kunder, s. 64, 67 og 70 d. Aktiviteter: Kunder, s. 65, 67 og 71 e. Mål, indikatorer og evaluering: Kunder, s. 66, 67 og 72 f. Interessentdialog: Kunder, s. 64, 67 og 70
416-1	Vurdering av helse- og sikkerhetsåvirkning fra våre varer og tjenester	Vinmonopolet måler dette i: 1) Antall eksplosjoner 2) Prosentandel varer reklamert Produktsikkerhet, s. 67
416-2	Brudd på regler og standarder for helse og sikkerhet for våre produkter og tjenester	Vinmonopolet måler dette i: 1) Rapporterte tilfeller av sykdom etter å ha drukket produkter kjøpt på Vinmonopolet 2) Rapporterte skader relatert til produkter med overtrykk Det har ikke vært noen rapporterte tilfeller av sykdom etter å ha drukket produkter kjøpt på Vinmonopolet eller rapporterte skader relatert til produkter med overtrykk i 2024.
FP2	Verifiserte innkjøp	Rapporteringsprinsipper knyttet til S4 Bærekraft i sortiment og kundemøte, s. 72
Foretaksstyring		
3-3	Håndtering av vesentlige tema	a. Forretningsadferd s. 73 b. Verdikjede: Vinmonopolet påvirker gjennom hele verdikjeden fra innkjøp, egne aktiviteter og ved salg av produkter c. Retningslinjer: Forretningsadferd s. 74 d. Aktiviteter: Forretningsadferd s. 74 e. Mål, indikatorer og evaluering: Forretningsadferd s. 73 f. Interessentdialog: Forretningsadferd s. 74
205-3	Bekreftede korrupsjonshendelser og i verksette tiltak	Vinmonopolet måler dette som antall tilfeller av korrupsjon eller misligheter i vår virksomhet som kommer inn gjennom Varslingsrådet. Det har ikke vært noen tilfeller i 2024. Se mer på Forretningsadferd s. 74
206-1	Juridiske reaksjoner på antikompetitiv adferd, mistillit og monopolpraksis	Vinmonopolet måler dette som antall brudd på rutiner og retningslinjer som skal sikre likebehandling i alle land, samt antall varslinger i Varslingsrådet. Det har ikke vært noen tilfeller av brudd på rutiner og retningslinjer eller varslinger i Varslingsrådet i 2024.

Vesentlig tema	Navn på strategisk KPI	Beskrivelse og referanse
Kunder - Ansvarlig salg	Alderskontroll - personer under 25 år spurt om å vise legitimasjon	Stille alderskontroll gjennomføres ved at eksterne aktører i aldersgruppen 18-24 år gjennomfører kontroller ved å handle på Vinmonopolet og registrere om de blir spurt om legetimasjon eller ikke. Butikkene blir kontrollert to ganger i måneden. Se side 65.
Kunder - Ansvarlig salg	Andel i befolkningen som er enig i at alt salg av vin, brennevin og sterkøl bør skje gjennom Vinmonopolet.	Dette er resultater fra spørsmålet "Hvor enig eller uenig er du i følgende påstand: Alt salg av vin, brennevin og sterkøl bør skje gjennom Vinmonopolet" i kunde og opponionsundersøkelsen som gjøres årlig. Undersøkelsen gjøres på et representativ utvalg av befolkningen over 18 år. Se side 66.
Klima	Andel miljøfyrtårn sertifiserte butikker	Tallet viser hvor mange av Vinmonopolets butikker som har Miljøfyrtårn sertifisering. Se side 29.
Klima	Andel solgte liter med klimasmart emballasje (uten BiB og Pouch)	Dette er en av Vinmonopolet's strategiske KPI'er. KPI'en beregnes ut fra alle utvalg hvor emballasje registreres og alle produktkategorier inngår. Andelen regnes basert på liter solgt i løpet av året av produkter med klimasmart emballasje (uten BiB og Pouch) delt på antall liter solgt totalt (uten BiB og Pouch). BiB står for Bag-in-Box og er typisk produkter som selges i kvanta på 1,5 - 3 liter. Pouch er plast-emballasje og er typisk 1,5 liter. Rationalet for å ta ut BiB og Pouch er at vi ikke ønsker en KPI som fremmer salg av produkter med store volum. Se side 33.

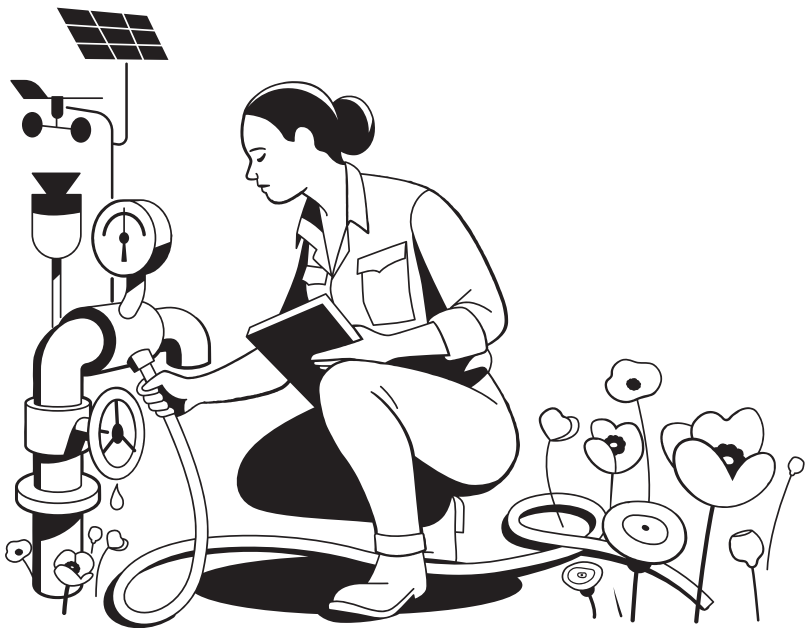
Vedlegg 2:

Vesentlige risiko, muligheter og påvirkninger

STRATEGI	ESRS-TEMA	RISIKO, MULIGHET, PÅVIRKNING	BESKRIVELSE AV RISIKO, MULIGHETER OG PÅVIRKNING
Foregangsvirksomhet på bærekraft	Klimaendringer	Risiko	Vin og brennevin inkluderes i EUs emballasjedirektiv, som fører til at alle butikkene må bygges om for å ta imot gjenbruksflasker.
			Begrenset tilgang til produkter eller markeder på grunn av akutte effekter av klimaendringer (avrenning som følge av styrtregn, hagl og frost).
			Ekstremvær fører til forsinkelser i vareleveranser og stengte butikker.
		Mulighet	Tilgang på nye/endrede produkter og lokasjoner for produksjon som følge av klima og naturinnvirkning (kvalitet og tilgjengelig volum).
			Vinmonopolet kan gjennom internasjonalt samarbeid tilgjengeliggjøre verktøy for verdikjeden for å identifisere risiko.
			Nye/strengere regelverk og reguleringer i jordbrukssektoren.
			Nye/strengere regelverk og reguleringer på emballasje.
			Forventing til presisjon i vare- og informasjonsflyt – mulighet for at teknologi kan/vil effektivisere vareflyt, øke presisjonen og spore utslipp i verdikjeden.
			Teknologier for mer energieffektiv vinproduksjon.
		Påvirkning	Energiforbruk og utslipp fra egen virksomhet.
			Positiv påvirkning: Internasjonalt samarbeid fører til kapasitetsbygging på klima hos grossister og produsenter (sammen med NAM har man stort mulighetsrom).
Foregangsvirksomhet på bærekraft	Biomangfold og økosystemer	Mulighet	Utslipp relatert til transport internasjonalt.
			Utslipp knyttet til materialer, gjenvinning og inventar fra våre butikker (kjølemedier).
			Utslipp relatert til produkter.
		Påvirkning	Økt produksjon og omdømme gjennom samarbeid om natur.
Formål og oppdrag	Foretaksstyring	Mulighet	Utnytte beste tilgjengelige praksiser med økte positive effekter på naturen.
			Utnytte naturbaserte løsninger som virkemiddel for å sikre produksjonen.
		Påvirkning	Forringelse av naturkapital (inkl. vann) i verdikjeden.
			Positiv påvirkning: utvalg og salg av miljøsertifiserte produkter.
Formål og oppdrag	Foretaksstyring	Risiko	Brudd på likebehandlingsprinsippet ved varer inn.
		Påvirkning	Positiv påvirkning: Vinmonopolet jobber strukturert med ansvarlig salg (ikke salg til mindreårige, berusede personer eller til. Positiv påvirkning: Vinmonopolet bidrar til kapasitetsbygging innen bærekraft hos grossister.

Rå på fag, stolt hver dag, best sammen som lag	Egne ansatte	Risiko	Ressurser og kontinuitet på HR-siden er ikke bra nok.
			Vinmonopolet lykkes ikke i balansen mellom bruk av deltidsarbeid, mertidsarbeid, tilpasning til kundeflyt (effektiv drift) og forventninger om heltidsnorm.
			Vinmonopolet klarer ikke å tilpasse arbeidsoppgaver slik at ansatte står lenger i arbeid.
			Trusler, alenearbeid og fysisk utrygghet i butikk (inkl. forventninger om å være en fysisk trygg arbeidsplass).
		Påvirkning	Samarbeidsrelasjon i partssamarbeidet fungerer ikke optimalt.
			Vinmonopolet har ansatte som jobber ufrivillig deltid.
			Positiv påvirkning: Ansatte i VMP har goder knyttet til foreldrepermisjon (som 2 timer ammefri).
			Positiv påvirkning: Ansatte har en god arbeidsplass i butikk (Arbeidsmiljø (eNPS), ledelse (lederscore) og kultur (engasjement) i butikk.
			Positiv påvirkning: Ansatte har en god arbeidsplass på kjedekontoret (Arbeidsmiljø (eNPS), ledelse (lederscore) og kultur (engasjement)).
			Positiv påvirkning: Vinmonopolet jobber med mangfold i arbeidsstyrken (nyansettelser og turnover (antall kvinner/menn, antall i ulike aldersgrupper)).
			Positiv påvirkning: Ansatte får opplæring ved ansettelse.
			Positiv påvirkning: Ansatte får videreutdanning i butikk og på kjedekontoret.
			Positiv påvirkning: Ansatte har fagforeningsfrihet i Vinmonopolet.
			Positiv påvirkning: Ansatte er dekket av kollektive forhandlinger.
Foregangsvirksomhet på bærekraft	Arbeidere i verdikjeden	Risiko	Sårbare grupper blir ikke tilstrekkelig hensyntatt (kvinner, unge arbeidere, f lyktninger, sesongarbeidere, midlertidig arbeidskraft, migrantarbeidere, personer med funksjonsnedsettelse, transportarbeidere, fagforeningsrepresentanter og -medlemmer).
			Diskriminering, vold og trakassering i verdikjeden.
			Barnearbeid i verdikjeden.
			Utnyttelse av sårbare grupper (lønn, no-bonded, forced labour, human trafficking).
			Arbeidere i verdikjeden er underbetalt, og har ikke en lønn å leve av (decent wages). Kunders forventning til pris og Vinmonopolets prisingsmodell bidrar til dette.
			Arbeidsforhold som utgjør en risiko for arbeidernes helse (tilgang til drikkevann, skygge, temperaturer, sanitær, boforhold).
			Arbeidere i verdikjeden har ikke nok opplæring i HMS. Risikoen blir ytterligere forsterket for sårbare grupper (som migranter).
			Uansvarlig rekruttering og ansettelse (at man ikke har kontrakt, underbetaling, tvangsarbeid, utnyttelse) (responsible employment), ansvarlighet, respekt for menneskeliv.
			Arbeideres mulighet til å fremme bekymringer og si ifra om uønskede brudd og tilgang til rettelse av brudd.
			Arbeidere i verdikjeden har ikke fagforeningsfrihet.
			Arbeidere i verdikjeden har ikke mulighet til felles lønnsforhandlinger.
		Påvirkning	Positiv påvirkning: Tiltak for å sikre involvering og beskyttelse av arbeidere (opplæring, bevisstgjøring, code of conduct, dialog med fagforeninger, proxy rightsholders).
			Positiv påvirkning: Forebyggende tiltak på identifiserte risikoer (diskriminering, vold, trakassering, HMS, tvangsarbeid, arbeideres mulighet til å ta opp bekymringer).

Foregangsvirksomhet på bærekraft	Kunder og sluttbrukere	Risiko	Personer under 18 år eller tydelige berusede personer får kjøpt alkohol i våre butikker.	
			Barrierer hos leverandører (lovverk, oppfatninger) gjør at relevante produkter kommer senere til kunder.	
			Risiko at bærekraftsinformasjon er for vanskelig tilgjengelig (finne informasjon, for vanskelig språk) for kunden.	
			Å utvikle et sortiment som kombinerer preferanser som er aller viktigst for ulike kunder, med bærekraftselementer, vil derfor være helt avgjørende for at kunder tar bærekraftige valg. Det er en risiko at VMP ikke klarer å ha et relevant sortiment.	
			VMP når ikke interessenters forventning om at produktene vi selger, er trygge (både med tanke på eksplosjoner og innhold i produkter).	
		Mulighet	Personskade og sykdom som følge av avvik i våre produkter (kjemi og mikrobiologi).	
			Påvirkning	Vinmonopolet kan i større grad bidra til mer bærekraftig forbrukeradferd i kundemøtet ved å knytte bærekraftselementer til de andre preferansene til de ulike kundene.
				Positiv påvirkning: Personer med tilgang til Vinmonopol innen 30 km eller nærmere.
				Personer med alkoholavhengighet har tilgang til alkoholholdige produkter.
				Positiv påvirkning: Vinmonopolet bidrar til å redusere skadevirkningene av alkohol.
	Positiv påvirkning: Vinmonopolet forhindrer langing og salg av alkohol til mindreårige.			



Vedlegg 3:

Detaljer klimarisiko

RISIKO	Begrenset tilgang til produkter eller markeder på grunn av akutte effekter av klimaendringer.	Ekstremvær fører til forsinkelser i vareleveranser og stengte butikker.	Risiko for tap av produkter på grunn av tørke (kronisk).	Risiko for tap av produkter som følge av hete og temperaturer over 35 grader i lengre perioder (akutt risiko).
BESKRIVELSE	Akutte effekter av klimaendringer kan være avrenning som følge av styrtregn, hagl og frost. California, Spania, Austalia og Portugal er regioner hvor det er høy risiko for akutte klimahendelser som begrenser tilgangen av eller kvaliteten på vin fra disse områdene. Ekstremvær er vanskelig å forberede seg på i store områder.	Unormalt store mengder regn eller snø fører til at butikkene ikke får levert varer, eller at butikker må stenge. Tre butikker var stengt som følge av ekstremvær i januar 2023.	Italia, Frankrike, Spania og Tyskland er forventet å få 1,5–2,5 grader høyere gjennomsnittstemperatur. For de tre første øker dette risikoen for tørke og begrenser tilgang og kvalitet, mens for Tyskland (mfl.) er det en mulighet for økt tilgjengelighet og kvalitet. Det er også muligheter for å minske konsekvensene ved bruk av kunstig vanning og teknologi.	Druer og andre innsats-faktorer kan også bli ødelagt av høye temperaturer uavhengig av tilgangen til vann. Vanskelig å minske konsekvensene av ekstreme temperaturer, men mulig å utvikle planter som tåler høyere temperaturer.
TCFD-KLASSIFISERING	Akutt fysisk risiko	Akutt fysisk risiko	Akutt fysisk risiko	Akutt fysisk risiko
TIDSHORISONT	Medium, lang	Kort, medium, lang	Kort, medium, lang	Kort, medium, lang
SANNSYNLIGHET	Svært høy	Svært høy	Høy	Høy
VURDERINGRISIKO	Høy	Høy	Moderat	Moderat
VURDERING	Finansielt for A/S Vinmonopolet vil dette ha en minimal betydning, da vi vurderer at vi kan kjøpe vin fra andre geografier. For omdømmet til Vinmonopolet kan det ha en moderat konsekvens da vi kan bidra til forverring av situasjonen i de aktuelle geografiene.	Konsekvensen knytter seg til driftsavbrudd hvor vi vurderer at det vil være enkelte stengte butikker i kortere perioder. Finansielt vil dette ha minimal betydning for A/S Vinmonopolet.	Finansielt for A/S Vinmonopolet vil dette ha en minimal betydning, da vi vurderer at vi kan kjøpe vin fra andre geografier. For omdømmet til Vinmonopolet kan det ha en moderat konsekvens da vi kan bidra til forverring av situasjonen i de aktuelle geografiene.	Finansielt for A/S Vinmonopolet vil dette ha en minimal betydning, da vi vurderer at vi kan kjøpe vin fra andre geografier. For omdømmet til Vinmonopolet kan det ha en moderat konsekvens da vi kan bidra til forverring av situasjonen i de aktuelle geografiene.
ENDRING 4°-SCENARIO	Høyere sannsynlighet, spesielt i Spania. Sannsynlig at konsekvensen også øker, da Spania er femte største land vi kjøper fra.	Høyere sannsynlighet	Høyere sannsynlighet i flere land. Sannsynlig at konsekvensen også øker.	Høyere sannsynlighet

MULIGHET	Vin og brennevin inkluderes i EUs emballasjedirektiv, som fører til at alle butikkene må bygges om til å ta imot gjenbruksflasker.	Endrende markeder som følge av klimaets innvirkning på vinkvalitet og tilgjengelig volum.	Risiko for mindre effektiv distribusjon med mer klimagassutslipp, gjennom etablering av flere mindre distributører.	Krav og forventninger til vareflyt for å imøtekomme kundeforventninger og redusere utslipp. Det er en risiko å at vi ikke finner optimal balanse mellom forventninger, utslipp og økonomi.
BESKRIVELSE	EUs emballasjedirektiv gjelder foreløpig kun for øl, som er av begrenset mengde for Vinmonopolet. Større risiko dersom vin og brennevin tas inn.	Kunder velger andre produkter enn vin, som følge av at klimaendringer endrer klassiske vinstiler (f.eks. bordeaux eller burgund) eller kulturelle koblinger.	Det er bevegelser blant aktørene som distribuerer varer for Vinmonopolet.	Kundene har forventning om kort leveringstid og et stort utvalg, selv om begge deler kan være med på å øke klimagassutslippene i verdikjeden.
TCFD-KLASSIFISERING	Overgangsrisiko, reguleringer	Overgangsrisiko, omdømme	Overgangsrisiko, omdømme	Overgangsrisiko, omdømme
TIDSHORISONT	Medium, lang	Medium, lang	Kort, medium	Kort, medium, lang
SANNSYNLIGHET	Moderat	Høy	Høy	Moderat
VURDERINGRISIKO	Høy	Moderat	Lav	Lav
VURDERING	En beregning er gjennomført og vurdert til å koste om lag 35 millioner kroner for ombygging av butikkene. Sannsynligheten er vurdert til moderat.	Våre ansatte må finne alternativer kundene liker, for å være vurdert som en faghandel i verdensklasse. Moderat finansiell effekt, ettersom etterspørselen trolig går ned.	Distribusjon vurderes til å øke utslippene i verdikjeden noe, som vil gå mot bedre teknologi i selve distribusjonen. Finansielt vil det ha minimal betydning.	Vinmonopolet vurderes av kundene til å være gode på dette, og vi har et sterkt omdømme. Finansielt vil det ha minimal betydning.
ENDRING 4°-SCENARIO	Lavere sannsynlighet for inkludering av vin og brennevin	Høyere sannsynlighet ettersom innvirkningen på vinkvaliteten er større	Ingen endring	Lavere sannsynlighet

RISIKO/MULIGHET	Vinmonopolet når ikke interessentenes forventninger om klimagassreduksjoner.	Nye/strengere regelverk og reguleringer på transport.	Tilgang på nye/ endrede produkter og lokasjoner for produksjon som følge av klima og naturinnvirkning.	Vinmonopolet kan gjennom int. samarbeid tilgjengeliggjøre verktøy for verdikjeden.
BESKRIVELSE	Vinmonopolet har sterke forventninger til utslippskutt både fra Staten som eier og fra sivilsamfunn som jobber med klima, natur og arbeidsforhold. Vinmonopolet har også forpliktet seg til statens mål om 55 % utslippskutt.	Nye regelverk kan gjøre at produkter som kommer fra utenfor Europa, blir dyrere uten at det er store CO2-utslippsbesparelser. Det kommer flere regel-verk fra EU (som CBAM) og andre aktører knyttet til at det ikke skal importeres varer billig til EU som er produsert med lavere utslippskrav enn europeiske produkter.	Med økte temperaturer ser vi at det kommer nye vinområder på markedet, som Storbritannia, Østerrike og Tyskland. Både kvalitet og volum kan øke. Vi ser allerede at dette skjer, men at utvikle seg til flere land og regioner.	Da 95 % av utslippene er i verdikjeden, vil internasjonale samarbeid være med på å muliggjøre samarbeid for å redusere risiko og kutte utslipp. Verktøy kan være f.eks. klimakalkulator eller bærekraftsplattformen.
TCFD-KLASSIFISERING	Overgangsrisiko, reguleringer	Overgangsrisiko, reguleringer	Overgangsmulighet, teknologi	Overgangsmulighet, teknologi
TIDSHORISONT	Kort, medium, lang	Kort, medium, lang	Medium, lang	Kort, medium, lang
SANNSYNLIGHET	Moderat	Svært høy	Svært høy	Svært høy
VURDERING RISIKO/MULIGHET	Moderat	Moderat	Høy	Høy
VURDERING	Risikoen er knyttet til omdømmet til Vinmonopolet dersom vi ikke når målene vi har satt. Finansielt vil dette kreve ressurser og innsats fra organisasjonen.	Kostnadseffekter av regelverk som CBAM vil tas med i prisen produsenter/importører tilbyr Vinmonopolet.	Finansielt for A/S Vinmonopolet vil det-te ha en moderat betydning, da vi får flere områder å kjøpe vin fra.	Samarbeid er allerede implementert, og vil bidra til å kutte utslipp i verdikjeden. Finansielt vil dette være minimalt, men krever ressurser.
ENDRING 4°-SCENARIO	Lavere sannsynlighet for omdømmetap	Lavere sannsynlighet for nye regelverk	Lik sannsynlighet	Lavere sannsynlighet, redusert sannsynlighet for gjennomføring

MULIGHET	Nye/strengere regelverk og reguleringer i jordbrukssektoren.	Nye/strengere regelverk og reguleringer på emballasje.	Vare- og informasjonsflyt forbedres med teknologi.	Teknologier for mer effektiv vinproduksjon.
BESKRIVELSE	Arealbruk og dyrkning står for 40 % av produktrelaterte utslipp, og vi estimerer at reguleringer kan bidra til kutt i utslipp i verdikjeden på mellom 10 og 25 % av utslippsmålet. Finansielt vil det ha minimal betydning.	Om lag 70 000 tonn CO2e som kan påvirkes i Vinmonopolets verdikjede, hvor vi estimerer at ca. 15 % har potensial til å bli kuttet. Finansielt vil det ha minimal betydning.	Samhandlingen med produsenter, grossister og transportører har mulighet til å kutte utslipp. Teknologi kan effektivisere vareflyt, øke presisjonen og spore utslipp i verdikjeden.	Det er mange mulige teknologier som kan brukes for å kutte utslipp i vinproduksjonen, som solceller, landbruksroboter, presisjons-jordbruk, CO2-lagring, transport etc.
TCFD-KLASSIFISERING	Overgangsmulighet, reguleringer	Overgangsmulighet, reguleringer	Overgangsmulighet, teknologi	Overgangsmulighet, teknologi
TIDSHORISONT	Medium, lang	Kort, medium, lang	Kort, medium, lang	Kort, medium, lang
SANNSYNLIGHET	Svært høy	Svært høy	Svært høy	Svært høy
VURDERING MULIGHET	Svært høy	Svært høy	Høy	Svært høy
VURDERING	Risikoen er knyttet til omdømmet til Vinmonopolet dersom vi ikke når målene vi har satt. Finansielt vil dette kreve ressurser og innsats fra organisasjonen.	Kostnadseffekter av regelverk som CBAM vil tas med i prisen produsenter/importører tilbyr Vinmonopolet.	Utslippene knyttet til transport av varer står for 4,5 % av utslippsmålet til Vinmonopolet. Finansielt vil dette ha en minimal betydning, men kan gjøre hverdagen i butikk mer forutsigbar samt muliggjøre sporing av produkter.	Utslippene knyttet til produksjon av vin står for 45 % av utslippsmålet til Vinmonopolet. Finansielt vil dette ha en minimal betydning.
ENDRING 4°-SCENARIO	Lavere sannsynlighet for nye regelverk	Lavere sannsynlighet for nye regelverk	Lavere sannsynlighet dersom forventningene ikke utvikler seg	Lavere sannsynlighet dersom teknologien ikke utvikler seg

Vedlegg 4:

Detaljer naturrisiko

RISIKO FOR JORDBRUKET	Flere naturrelaterte rapporteringskrav	Interessentkonflikter tilknyttet tilgang til naturressurser	Volatile råvarepriser	Negativt omdømme grunnet forringelse av natur
BESKRIVELSE	Skjerpede naturrelaterte rapporteringsplikter og endringer i lover/forskrifter med sikte på å redusere negative utfall for naturen (f.eks. CSRD). Fører til økte driftskostnader og økt behov for personell og kompetanse. Potensielt konsekvenser av manglende etterlevelse.	Interessentkonflikter på grunn av konkurranse om økosystemtjenester (f.eks. hvis vannforsyning går til produksjon av vin og ikke produksjon av mat eller energi). Konsekvensen kan bli at myndigheter prioriterer matproduksjon foran vin. Det finnes eksempler på insentiver for å gå fra vin- til matproduksjon i begrensede områder, som vil ha konsekvens for produsenter og produksjonsvolumer.	Volatilitet og endringer i materialtilgang. Det blir vanskeligere og dyrere å få tilgang på råmaterialer som er vesentlige for produksjon.	Endring i oppfatning av Vinmonopolet i form av dårligere omdømme på grunn av påvirkningen på naturen gjennom verdikjeden. Det finnes få eksempler på dette per i dag, men lengre tidshorisont kan øke risikoen.
TYPE RISIKO	Overgangsrisiko, reguleringer	Overgangsrisiko, marked	Overgangsrisiko, marked	Overgangsrisiko, omdømme
SANNSYNLIGHET	Høy	Moderat	Moderat	Lav
KONSEKVENSGRUPPE FOR VINMONOPOLET (VMP)	Snudd til mulighet for Vinmonopolet. Det er store europeiske produsenter som treffes først, som igjen vil være til nytte for rapporteringskravene som treffer Vinmonopolet. Mindre aktører i verdikjeden kan Vinmonopolet støtte med å møte krav til rapportering, for eksempel ved å tilby veiledning og verktøy.	Den potensielle konsekvensen er høyere for verdikjeden enn for Vinmonopolet. Vinmonopolet vil ha tilgang til produkter fra alternative regioner. Per i dag er det overproduksjon av alkoholholdige drikkevarer på global basis.	Vinmonopolets produsenter er totalt sett ikke kritisk avhengige av råvarer som kunstgjødsel, slik at det har lav konsekvens. Ser også overproduksjon av råvarer i enkelte land. Råvareprisene er reelt volatile, derav høyere sannsynlighet. Konsekvensen er større for verdikjeden enn for VMP.	Det er få eksempler hvor omdømme er påvirket negativt i bransjen som følge av hendelser/ negativ påvirkning på natur. På sikt kan oppmerksomheten rundt dette øke.
VURDERING RISIKO	Overgangsmulighet, reguleringer, moderat	Markedsrisiko, lav	Markedsrisiko, lav	Omdømmerisiko, lav

RISIKO FOR JORDBRUKET	Økte krav (og forventinger) til miljøvennlig teknologi og -driftsmønstre	Endring i forbruker- og markedspreferanser	Økt produksjon og omdømme gjennom samarbeid om natur	Restaurering og rehabilitering av natur
BESKRIVELSE	Krav om å gå over til mer effektive, mer robuste og mindre miljøskadelige teknologier og driftsmønstre. Eks.: Produsenter må kjøpe nye teknologier eller rettigheter til mer motstandsdyktige råvarer (eksempelvis Piwi). Kan føre til økte investeringskostnader, pensjonering av eksisterende eierandeler eller redusert tilgang til markeder.	Skift i forbruker-, kunde- og markedspreferanser grunnet tilgang på produkter som er mer miljø-/naturvennlige, samt at forbrukere får et sterkere fokus på natur. Dette kan også prege Vinmonopolets verdikjede gjennom at investorer velger å investere i andre regioner/produsenter (f.eks. Champagne-investeringer i England), spesielt om det blir dårlig produktivitet i enkelte områder.	Samarbeid mellom aktører i verdikjeden på lokalt, nasjonalt og internasjonalt nivå kan skape positive endringer, for eksempel: - Delingsløsninger for landbruksinfrastruktur og -utstyr kan være mer sirkulært og kostnadsbesparende. Dette ser man eksempler på i dag.- Samarbeid om å styrke lokal naturkapital (rent vann, pollinerende insekter eller næringsrik jord) kan gi bedre produksjonsforhold.	Direkte restaurering, bevaring eller beskyttelse av økosystemer, habitater eller arter, og tiltak for å bedre økologiske funksjoner. Dette skjer allerede ved å sikre seg mot ekstrem vind/skred og ha mer motstandsdyktig beplantning og sikrere produksjon
TYPE RISIKO	Overgangsrisiko, teknologi	Overgangsrisiko, marked	Bygge omdømme	Restaurering og beskyttelse av økosystemer
SANNSYNLIGHET	Høy	Lav	Svært høy	Høy
KONSEKVENSGRUPPE FOR VINMONOPOLET (VMP)	Kan bli kostnadsdrivende for enkelte produkter. Ser ikke at dette er utbredt per i dag.	Det mangler gode eksempler på at dette skjer i vår bransje. Noen forbrukere fokuserer på produkter som hensyntar natur, som kan påvirke enkeltprodusenter. Dette gjelder små volumer, som gjør konsekvensen for Vinmonopolet lav.	Vinmonopolet kan bidra med å fasilitere samarbeid og sette agenda. God mulighet til å bygge omdømme i bransjen og verdikjeden.	Vinmonopolet kan bidra ved å sette agenda, som gir muligheten til å bygge omdømme i bransjen.
VURDERING RISIKO	Overgangsrisiko, moderat	Overgangsrisiko, lav	Vesentlig mulighet	Omdømmerisiko, lav

RISIKO FOR JORDBRUKET	Økte krav (og forventninger) til miljøvennlig teknologi og -driftsmønstre	Endring i forbruker- og markedspreferanser	Økt produksjon og omdømme gjennom samarbeid om natur	Restaurering og rehabilitering av natur
BESKRIVELSE	Krav om å gå over til mer effektive, mer robuste og mindre miljøskadelige teknologier og driftsmønstre. Eks.: Produsenter må kjøpe nye teknologier eller rettigheter til mer motstandsdyktige råvarer (eksempelvis Piwi). Kan føre til økte investeringskostnader, pensjonering av eksisterende eierandeler eller redusert tilgang til markeder.	Skift i forbruker-, kunde- og markedspreferanser grunnet tilgang på produkter som er mer miljø-/naturvennlige, samt at forbrukere får et sterkere fokus på natur. Dette kan også prege Vinmonopolets verdikjede gjennom at investorer velger å investere i andre regioner/produsenter (f.eks. Champagne-investeringer i England), spesielt om det blir dårlig produktivitet i enkelte områder.	Samarbeid mellom aktører i verdikjeden på lokalt, nasjonalt og internasjonalt nivå kan skape positive endringer, for eksempel: - Delingsløsninger for landbruksinfrastruktur og -utstyr kan være mer sirkulært og kostnadsbesparende. Dette ser man eksempler på i dag.- Samarbeid om å styrke lokal naturkapital (rent vann, pollinerende insekter eller næringsrik jord) kan gi bedre produksjonsforhold.	Direkte restaurering, bevaring eller beskyttelse av økosystemer, habitater eller arter, og tiltak for å bedre økologiske funksjoner. Dette skjer allerede ved å sikre seg mot ekstrem vind/skred og ha mer motstandsdyktig beplantning og sikrere produksjon
TYPE RISIKO	Overgangsrisiko, teknologi	Overgangsrisiko, marked	Bygge omdømme	Restaurering og beskyttelse av økosystemer
SANNSYNLIGHET	Høy	Lav	Svært høy	Høy
KONSEKVENNS FOR VINMONOPOLET (VMP)	Kan bli kostnadsdrivende for enkelte produkter. Ser ikke at dette er utbredt per i dag.	Det mangler gode eksempler på at dette skjer i vår bransje. Noen forbrukere fokuserer på produkter som hensyntar natur, som kan påvirke enkeltprodusenter. Dette gjelder små volumer, som gjør konsekvensen for Vinmonopolet lav.	Vinmonopolet kan bidra med å fasilitere samarbeid og sette agenda. God mulighet til å bygge omdømme i bransjen og verdikjeden.	Vinmonopolet kan bidra ved å sette agenda, som gir muligheten til å bygge omdømme i bransjen.
VURDERING RISIKO	Overgangsrisiko, moderat	Overgangsrisiko, lav	Vesentlig mulighet	Omdømmerisiko, lav

MULIGHET FOR JORDBRUKET	Utnytte beste tilgjengelige praksiser med økte positive effekter på naturen	Produksjon av miljøsertifiserte produkter	Utnytte naturbaserte løsninger som virkemiddel for å sikre produksjonen
BESKRIVELSE	Å utnytte økosystemtjenester på en god måte kan gi lavere driftskostnader som følger av mindre behov for innsatsfaktorer og mer forutsigbar eller økt produktivitet.	Oppnå sertifiseringer som økologisk, biodynamisk eller bærekraftig, som kan tiltrekke miljøbevisste forbrukere og understreke vingårdens forpliktelse til bærekraft. Samtidig bidrar arbeidet med å bli/være sertifisert til lavere negativ påvirkning på nærliggende økosystemtjenester.	Tiltak som skaper positive endringer som støtter økosystemtjenestene som er innsatsfaktorer til produksjon. Kan gi lavere kostnader, økt produktivitet og mer robuste avlinger.
TYPE MULIGHET	Bærekraftig bruk av naturressurser	Bygge omdømme og bærekraftig bruk av naturressurser	Bærekraftig bruk av naturressurser
SANNSYNLIGHET	Høy	Høy	Høy
KONSEKVENNS FOR VINMONOPOLET (VMP)	Vinmonopolet har mulighet til å sette agenda rundt beste praksis. Stort potensiale fordi status hos mange er dårlig.	Endret til påvirkning for Vinmonopolet. Skrevet om til «Utvalg og salg av miljøsertifiserte produkter». I dag er ca. 20 prosent av sortimentet miljøsertifiserte produkter. Noen velger bort da det legger føringer på driften.	Det finnes mange mulige naturbaserte løsninger. Vinmonopolet har mulighet til å sette fokus på og samle informasjon om dette.
VURDERING MULIGHET	Vesentlig mulighet	Vesentlig positiv påvirkning	Vesentlig mulighet

DEL 3 - ÅRSBERETNING

Om regnskapet

Om regnskapet

Styrets signatur på årsberetningen

Om regnskapet 2024

Vinmonopolet hadde i 2024 salgsinntekter på 18 646 millioner kroner, hvorav alkoholavgiften utgjorde 8 693 millioner kroner. Salgsinntektene gikk ned med 60 millioner kroner fra 2023 på grunn av et lavere salgsvolum. Vi ser en gradvis tilbakevending til nivåene vi hadde før pandemien, med fallende salgsvolum og en mer normalisert markedssituasjon.

Driftsresultatet for 2024 ble 149 millioner kroner, mens resultat før skatt endte på 233 millioner kroner. Endringene skyldes primært lavere salgsvolum kombinert med høy pris- og lønnsvekst i kostnadsbasen. Statens overskuddsandel er for 2024 vedtatt å være 50 prosent av resultat etter skatt, mens aksjeutbyttet til eierne er på 2 500 kroner. Totalt utgjør dette 92 millioner kroner, mens resterende 92 millioner kroner overføres til annen egenkapital.

Per 31.12.2024 var samlet beholdning av kontanter, bankinnskudd og finansielle plasseringer 2 384 millioner kroner, mot 2 790 millioner kroner ved forrige årsskifte. Likviditeten er normalt høy ved årsskiftet på grunn av sterk omsetning i desember i forbindelse med jul og nyttårsfeiring, hvor en stor andel av innkjøpene betales etter årsskiftet. Vinmonopolets likvide midler er hovedsakelig plassert i en konsernkontoordning med flytende rente, og 287 millioner kroner er plassert i obligasjoner og sertifikater.

Totalkapitalen i selskapet utgjorde 4 272 millioner kroner per 31.12.2024. Bokført egenkapital var 1 075 millioner kroner, tilsvarende en egenkapitalandel på 25,2 prosent. Til sammenligning var egenkapitalen per 31.12.2023 på 896 millioner kroner, noe som ga en egenkapitalandel på 19,1 prosent.

Kontantstrøm fra drift fratrasket utbetalt overskuddsandel var minus 345 millioner kroner i 2024. Avviket mellom kontantstrøm fra drift og driftsresultatet skyldes i hovedsak endringer i leverandørgjeld og pensjonsforpliktelser, samt utbetalt overskuddsandel til staten. Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter var minus 61 millioner kroner.

Vinmonopolet har ikke rentebærende gjeld, så renterisikoen er lav. Kredittrisiko er begrenset fordi Vinmonopolet i liten grad driver kredittsalg. Hovedsakelig skjer alt av innkjøp i Vinmonopolet i norske kroner, så selskapet har heller ikke en direkte valutaeksponering. Derfor ansees valutarisikoen også som minimal. Markedsrisikoen er fortsatt knyttet til utviklingen i tax-freehandel, grensehandel og HORECA-sektoren og hvordan disse utvikler seg salgsmessig nå etter pandemien. Vinmonopolet anser denne å være på et moderat nivå da mye tyder på at disse kanalene returnerer til nivåer fra før pandemien. Selskapet har god likviditet med solid egenkapital og følger likviditetssituasjonen løpende. Likviditetsrisikoen vurderes som lav, men en negativ utvikling i kontantstrøm fra drift gjør at Vinmonopolet må vurdere tiltak for å øke kontantstrømmen fremover i tid.

Klimarisiko er i stor grad knyttet til global vinproduksjon, som kan påvirkes av ekstremvær og langsiktige klimaendringer. Dette kan medføre behov for tilpasninger i sortimentet. En egen klimarapport er utarbeidet, og vurderingen er at klimarisiko ikke har vesentlig påvirkning på selskapets balanseførte verdier per 31.12.2024.

Styret følger selskapets drift tett gjennom året, med fokus på måloppnåelse, kostnadseffektiv drift og forsvarlig soliditet. Etter styrets oppfatning gir årsregnskapet et rettviseende bilde av selskapets finansielle situasjon per 31.12.2024. Det er vedtatt en endring i den offentlige pensjonsordningen, som vil gi en negativ effekt i resultatregnskapet for 2025. Som følge av engangseffekten (planendring) av endringen i pensjonsordningene vil Vinmonopolet i 2025 vil levere et betydelig underskudd. I tillegg er Vinmonopolet blitt orientert om økte fremtidige kostnader som følge av denne endringen. Sett sammen med forventninger om redusert salg betyr det at Vinmonopolet må vurdere tiltak for å opprettholde lønnsomhet fremover i tid. Selskapet har betydelig egenkapital og forutsetningen om fortsatt drift er oppfylt.

Styrets signaturer

Vi bekrefter etter vår beste overbevisning at årsrapporten gir en rettvise oversikt over AS Vinmonopolets utvikling, resultat og finansielle stilling, sammen med en beskrivelse av de mest sentrale risiko- og usikkerhetsfaktorer selskapet står overfor, at den årsrapporten for 2024 oppfyller informasjonskravene listet opp i tabellen under.

REGULERING/ FØRENDE DOKUMENT	INNHold	REFERANSE
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, første avsnitt	Art av virksomheten og hvor virksomheten drives	Årsberetning del 1 Om oss: Dette er Vinmonopolet s. 7 og 8
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, andre avsnitt	Oversikt over utviklingen og resultatet av virksomheten, sammen med beskrivelse av de mest sentrale risikoer og usikkerhetsfaktorer	Årsberetning del 3: Om regnskapet, s. 90
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, tredje avsnitt	Relevante finansielle og ikke-finansielle resultatindikatorer	Årsberetning del 3: Om regnskapet s. 90
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, fjerde avsnitt	Henvisninger og tilleggsforklaringer til beløp oppført i årsregnskapet	Årsberetning del 3: Om regnskapet s. 90
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, femte avsnitt	Virksomhetens framtidige utvikling	Årsberetning del 3: Om regnskapet s. 90
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, sjette avsnitt	Opplysninger om finansiell risiko som er av betydning for å bedømme foretakets eiendeler, gjeld, finansiell stilling og resultat	Årsberetning del 3: Om regnskapet s. 90
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, syvende avsnitt	Regnskapspliktige som nevnt i § 2-3 første ledd skal opplyse om sentrale immaterielle ressurser	Ikke aktuelt
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, åttende avsnitt	Forutsetning om fortsatt drift	Årsberetning del 3: Om regnskapet, s. 90
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, niende avsnitt	Anvendelse av overskudd	Årsberetning del 3: Om regnskapet, s. 90
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, tiende avsnitt	Opplysninger om arbeidsmiljøet, skader, ulykker og sykefravær	Årsberetning del 2 Bærekraft: Egne ansatte s. 51 og 52
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, ellefte avsnitt	Negative virkninger virksomheten på klima, natur og miljø, samt hvilke tiltak som er iverksatt	Årsberetning del 2 Bærekraft: Klima, s. 29 - 40, og Natur s. 41 - 44
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, tolvte avsnitt	Forsikring for styrets medlemmer og daglig leder	Det er ikke tegnet egen forsikring for styret og daglig leder
Lov om årsregnskap m.v § 2-4	Bærekraftsrapportering	Årsberetning del 2 Bærekraft: Bærekraft s. 20-88
Lov om årsregnskap m.v § 2-9	Redegjørelse om foretaksstyring	Egen rapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no: Eigarstyring og selskapsleing i AS Vinmonopolet
Lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold (åpenhetsloven) § 5	Plikt til å redegjøre for aktsomhetsvurderinger	Egen rapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no: Redegjørelse for aktsomhetsvurderinger
Lov om likestilling og forbud mot diskriminering § 26a og 26b	Arbeidsgivers redegjørelsesplikt Arbeidsgivers opplysningsplikt om likestillingsarbeid	Egen rapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no: Likestillings og diskrimineringsrapport

Statens retningslinjer for lederlønn	Rapport om lønn og annen godtgjørelse til ledende personer	Egen rapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no: Lederlønnssrapport for AS Vinmonopolet
Oppdragsbrev	Utøving av AS Vinmonopolets sitt samfunnsoppdrag	Årsberetning del 1 Om oss: Vinmonopolets samfunnsoppdrag, s. 14-15
Oppdragsbrev	Ivaretaking av likebehandlingsprinsippet	Årsberetning del 1 Om oss: Dette er Vinmonopolet s. 7-8 Årsberetning del 2 Bærekraft: God forretningsetikk s. 73-74
Oppdragsbrev	Effektiv drift	Del 3 Regnskap: Om årsregnskapet, s 90
Oppdragsbrev	Butikketableringer	Årsberetning del 1 Om oss: Våre salgskanaler, s. 16-17
Oppdragsbrev	Eierskapsmeldinga	Årsberetning del 2 Bærekraft: s. 22-80
Oppdragsbrev	Bærekraft og ansvarlig verksemd	Årsberetning del 2 Bærekraft: s. 22-80
Oppdragsbrev	Heiltidskultur og arbeidsrelaterte forhold	Årsberetning del 2 Bærekraft: Egne ansatte s.46-47
Oppdragsbrev	Leiarlønn	Egen rapport tilgjengelig på Vinmonopolet.no: Lederlønnssrapport for AS Vinmonopolet
Oppdragsbrev	Styret	Årsberetning del 1 Om oss: Foretaksstyring i Vinmonopolet, s. 9-12
Oppdragsbrev	Krise, katastrofe – og krigssituasjonar	Årsberetning del 1 Om oss: Foretaksstyring i Vinmonopolet, s. 10
Oppdragsbrev	Internkontroll	Årsberetning del 1 Om oss: Foretaksstyring i Vinmonopolet, s. 10

Oslo, 10. april 2025

Åsne Havnelid
styreleder

Sverre Helno
nestleder

Kari Randen
styremedlem

Kirsti Lovise Slotsvik
styremedlem

Øyvind Winther
styremedlem

Lars Jacob Tynes Pedersen
styremedlem

Kjell-Roar Nilsen
styremedlem

Åse Engesæth
styremedlem

Alf Ole Berglund
styremedlem

Elisabeth Hunter
adm. direktør

DEL 4

Årsregnskap

Årsregnskap

Styret signatur på årsregnskapet

Noter

Revisors beretning om regnskapet

Revisors uttalelse om bærekraft

Resultat

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2024	2023
Driftsinntekter			
Salgsinntekter	2	18 646	18 706
Andre inntekter		26	20
SUM DRIFTSINTEKTER		18 672	18 726
Driftskostnader			
Vareforbruk		16 328	16 323
Lønnskostnad	3	1 554	1 482
Av- og nedskrivninger på varige driftsmidler	4	72	75
Andre driftskostnader	3	569	538
SUM DRIFTSKOSTNADER		18 523	18 418
DRIFTSRESULTAT		149	308
Finansinntekter og finanskostnader			
Finansinntekter	5,6	84	84
SUM FINANSRESULTAT		84	84
RESULTAT FØR SKATT		233	392
Skattekostnad	7	49	89
ÅRETS RESULTAT	8	185	304
Avsatt til			
Til overskuddsandelen og utbytte		92	152
Til annen egenkapital		92	152
SUM		185	304

Balanse

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2024	2023
Eiendeler			
Lisenser og programvare	4	53	51
Utsatt skattefordel	7	192	237
Varige driftsmidler	4	205	218
Obligasjoner og aksjer	9	1	1
ANLEGGSMIDLER		450	508
Lager av varer og annen beholdning	10	1315	1 237
Kundefordringer		35	81
Andre kortsiktige fordringer	11	88	79
Finansielle plasseringer	6	287	376
Kontanter, bankinnskudd	6,12	2097	2 414
OMLØPSMIDLER		3 821	4 187
SUM EIENDELER		4 272	4 694

Balanse

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2024	2023
Gjeld og egenkapital			
Innskutt kapital			
Aksjekapital	15	0	0
Opptjent kapital			
Annen egenkapital		1 075	896
EGENKAPITAL	8	1 075	896
Pensjonsforpliktelser	13	885	1 093
LANGSIKTIG GJELD		885	1 093
Leverandørgjeld		1661	1 991
Betalbar skatt		27	55
Skyldig offentlige avgifter	7	250	256
Overskuddsandel og utbytte		92	152
Annen kortsiktig gjeld	8, 16	281	251
KORTSIKTIG GJELD	14	2 312	2 705
SUM GJELD OG EGENKAPITAL		4 272	4 694

Oslo, 10. april 2025



Åsne Havelid
styreleder



Sverre Helno
nestleder



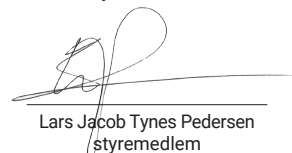
Kari Randen
styremedlem



Kirsti Lovise Slotsvik
styremedlem



Øyvind Winther
styremedlem



Lars Jacob Tynes Pedersen
styremedlem



Kjell-Roar Nilsen
styremedlem



Åse Engesæth
styremedlem



Alf Ole Berglund
styremedlem



Elisabeth Hunter
adm. direktør

Kontantstrømoppstilling

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2024	2023
Likvider tilført fra virksomheten			
Tilført fra årets virksomhet *)		2	125
Endring leverandører		-330	-180
Endring i lager, debitorer		-32	8
Endring andre kortsiktige poster		16	51
NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA VIRKSOMHETEN		-345	4
Likvider brukt på investeringer			
Investeringer i varige driftsmidler	4	-65	-68
Salg av varige driftsmidler		4	
NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA INVESTERINGER		-61	-68
Likvider fra finansiering			
Endring andre langsiktige fordringer		0	0
NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA FINANSIERING		0	0
Netto endring i likvider gjennom året		-406	-64
Likvider 1.1		2 789	2 854
LIKVIDER 31.12		2 384	2 789
Spesifikasjon likvider 31.12			
Konter		71	70
Bankinnskudd		2 026	2 344
Finansielle plasseringer		287	376
FINANSIELLE PLASSERINGER		2 384	2 789
Resultat før Skatt		233	392
Tap ved avgang driftsmidler		3	2
Ordinære av- og nedskrivninger	4	72	75
Betalbar skatt (Vinmonopolavgift)	7	-55	-60
Forskjell mellom kostnadsført pensjon og inn-/utbetalinger		-99	-157
Overskuddsandel		-152	-127
*) TILFØRT FRA ÅRETS VIRKSOMHET		2	125

Noter

NOTE

1

Prinsippnote

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, fratrullet 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 varefobruk

Varebeholdningens verdi blir beregnet etter prinsippet om glidende gjennomsnitt og fluktuere 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 ol. 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 fremtidige pensjonsytelser som anses påløpt på balansedagen. Det forutsettes at arbeidstakerne opparbeider sine pensjonsrettigheter lineært over den yrkesaktive perioden. Pensjonsmidlene er vurdert til virkelig verdi og fratrasket i netto pensjonsforpliktelse i balansen. Eventuell overfinansiering balanseføres i den grad overfinansieringen kan utnyttes eller tilbakebetales. Endringer i forpliktelsen og pensjonsmidlene som skyldes endringer i og avvik mot beregningsforutsetningene (estimatendringer) føres direkte mot egenkapitalen. Effekten av planendringer føres mot resultatet. Periodens netto pensjonskostnad er inkludert i lønn og sosiale kostnader og består av periodens pensjonsopptjening, rentekostnad på den beregnede pensjonsforpliktelsen, forventet avkastning av pensjonsmidlene, resultatført virkning av avvik mellom faktisk og forventet avkastning, samt periodisert arbeidsgiveravgift. Arbeidstakers andel av pensjonspremien er kommet til fradrag i netto pensjonskostnad.

Ordningen med avtalefestet førtidspensjon (AFP), innebærer at ansatte kan gå av med pensjon ved fylte 62 år eller senere. Ved fylte 67 år går 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 Tilknyttet selskap

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

NOTE

2

Salgsinntekter

FORDELING HOVEDVAREGRUPPER (TALL I 1000 KRONER)	2024	2023
Svakvin	12 120 468	12 200 733
Sterkvin	127 694	120 212
Brennevin	5 715 583	5 750 712
Øl	434 657	415 738
Alkoholfritt	123 430	97 535
Andre salgsvare	124 462	120 846
SUM	18 646 294	18 705 775

Alkoholavgifter utgjør 8 693,2 millioner kroner av salgsinntekter og varekostnader i 2024 (8 753,3 millioner kroner i 2023)

NOTE

3

Lønnskostnader og ytelser, godtgjørelse til ledende personer og revisor

TALL I 1000 KRONER	2024	2023
Lønn	1 220 113	1 160 892
Arbeidsgiveravgift	158 460	153 809
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	152 626	144 867
Innleid arbeidskraft	2 755	5 086
Annen personalkostnader	20 121	17 782
SUM	1 554 074	1 482 436
Gjennomsnittlig antall årsverk	1 273	1 244
Antall fast ansatte pr. 31.12.	2064	2031
Herav:		
Heltidsansatte	752	689
Deltidsansatte	1292	1342

REGNSKAPSÅR (TALL I 1000 KRONER)	LØNN	PENSJONS- OPPTJENING	ANDRE YTELSER	SAMLET GODTGJØRELSE
Elisabeth Hunter, administrerende direktør ¹⁾				
2024	3 070	419	249	3 738
2023	2 980	381	241	3 602
Bjørn-Egil Ekhaugen, Direktør økonomi				
2024	1 897	387	172	2 456
2023	1 825	367	170	2 363
Lars Thorenfeldt, Direktør Kategori og Innkjøp fra 01.01.24				
2024	2 020	371	167	2 558
2023	1 754	340	166	2 260
Stine Trygg-Hauger, Direktør Kjededrift og utvikling fra 27.03.23				
2024	2 339	484	174	2 997
2023	1 770	348	132	2 250
Siri Holland, Direktør Strategisk stab fra 01.05.23				
2024	1 719	321	170	2 210
2023	984	150	112	1 246
Børre Malvik, Direktør organisasjons og HR fra 15.05.24				
2024	1 098	170	107	1 376
2023	-	-	-	-
Espen Terland, Direktør Digitalisering fra 24.06.24				
2024	922	196	87	1 205
2023	-	-	-	-
Simen Helly-Hansen, Direktør kategori og innkjøp 01.12.22 - 30.10.23				
2024	-	-	-	-
2023	1 685	333	144	2 162
Hege Aamotsmo, Direktør organisasjon og HR fra 01.11.22 - 29.02.24				
2024	370	98	28	496
2023	1 755	784	171	2 710
Joralf Sætran, Konst. direktør kjededrift og utvikling 01.11.22 - 26.03.23				
2024	-	-	-	-
2023	372	76	45	493

Det er ikke gitt lån, forskuddsbetalinger eller sikkerhetsstillelser til ledende personer i Vinmonopolet.

Ved oppsigelse fra selskapets side har administrerende direktør i sin avtale rett til seks måneders etterlønn, utover lønn og ytelser i oppsigelsestiden på seks måneder.

Eventuell annen lønn i etterlønnperioden vil redusere etterlønnen. For ledende ansatte som ikke er øverste leder i virksomheten, kan det inngås avtaler om et rimelig sluttvederlag som får virkning dersom den ansatte ikke bestrider oppsigelsen. Slikt sluttvederlag skal følge Statens retningslinjer for lederlønn i selskaper med statlig eierandel.

Revisor (godtgjørelse til revisor er fordelt på følgende):

TALL I 1000 KRONER)	2024	2023
Lovpålagt revisjon	837	1 238
Andre attestasjonstjenester	104	288
Skatterådgivning	0	0
Annen bistand	841	336
SUM	1 782	1 862

Beløpene er eksklusiv merverdiavgift

NOTE

4

Anleggsnote

TALL I 1000 KRONER	LISENSER OG PROGRAMVARE	IT-UTSTYR/ KONTORUTSTYR	TRANSPORT- MIDLER	INVENTAR	FORRETNINGS- BYGG
Anskaffelseskost 01.01.	258 235	120 642	3 411	688 855	13 046
Tilgang	21 184	4 313	125	29 226	0
Avgang	-40 915	-11 669	-127	-23 545	-410
ANSKAFFELSES- KOST 31.12.	258 234	120 642	3 411	688 855	13 046
Akkumulert avskrivning 01.01	207 102	106 378	2 165	540 426	9 990
Årets avskrivning	19 489	9 619	248	33 279	198
Avgang	-40 911	-11 669	-126	-23 251	-182
AKKUMULERT AVSKRIVNING 31.12	185 680	104 327	2 287	550 454	10 006
Bokført verdi 01.01.2024	51 133	14 264	1 246	148 429	3 055
BOKFØRT VERDI 31.12.2024	52 824	8 958	1 122	144 082	2 629

TALL I 1000 KRONER	LEIDE LOKALER	TOMTER	KUNST	TOTALT
Anskaffelseskost 01.01	216 747	4 119	1 136	1 306 190
Tilgang	10 000	0	0	64 847
Avgang	-20 458	-2 274	0	-99 398
ANSKAFFELSESKOST 31.12.	206 288	1 846	1 136	1 271 640
Akkumulert avskrivning 01.01	170 517			1 036 578
Årets avskrivning	9 260			72 093
Avgang	-19 098			-95 239
AKKUMULERT AVSKRIVNING 31.12	160 679			1 013 433
Bokført verdi 01.01.2024	46 230	4 119	1 136	269 612
BOKFØRT VERDI 31.12.2024	45 610	1 846	1 136	258 207

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

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

NOTE

5

Finansposter

TALL I 1000 KRONER	2024	2023
Finansinntekter		
Avkastning obligasjoner og sertifikater	11 639	15 595
Annen renteinntekt	72 690	69 048
Annen finansinntekt	42	73
SUM FINANSINNTEKTER	84 371	84 717
Finanskostnader		
Annen rentekostnad	144	239
Annen finanskostnad	74	84
SUM FINANSKOSTNADER	218	323

NOTE

6

Finansielle plasseringer

Vinmonopolets finansielle plasseringer består av følgende:

TALL I 1000 KRONER	KOSTPRIS	MARKEDSVERDI	BOKFØRT VERDI
Høyrenteinnskudd	600 000	742 584	742 584
Obligasjoner og sertifikater	284 140	286 959	286 959
SUM	884 140	1 029 542	1 029 542

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

Plasseringene hadde ved utgangen av 2024 en kreditturasjon på 3,33 år. Faktisk netto avkastning fratrukket forvaltningshonorarer har i 2024 vært 11,4 millioner kroner, ca 3.2%.

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

NOTE

7

Skatt

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

TALL I 1000 KRONER	2024	2023
Varige driftsmidler	13 342	20 291
Fordringer	-200	-200
Varelager	-2 940	-2 500
Pensjonsforpliktelser	-884 504	-1 093 212
Gevinst og tapskonto	5 355	2 849
Andre forskjeller	-1 656	-5 887
GRUNNLAG FOR UTSATT SKATT/SKATTEFORDEL I BALANSEN	-870 604	-1 078 658
Utsatt skatt / skattefordel i regnskapet	-191 533	-237 305

Grunnlag for skattekostnad, endring i utsatt skatt og betalbar skatt		
Resultat før skattekostnad	233 185	392 220
Permanente forskjeller	-16 354	-420
GRUNNLAG FOR ÅRETS SKATTEKOSTNAD	216 830	391 800
Endring i forskjeller som inngår i grunnlag for utsatt skatt/skattefordel	-92 737	-142 006
SKATTEPLIKTIG INNTEKT (GRUNNLAG FOR BETALBAR SKATT I BALANSEN)	124 094	249 794

Fordeling av skattekostnaden		
Sum betalbar skatt	27 301	54 955
Endring i utsatt skatt / skattefordel	20 402	31 241
For mye/for lite avsatt utsatt skatt tidligere år	931	2 389
SKATTEKOSTNAD (22 PROSENT AV GRUNNLAG FOR ÅRETS SKATTEKOSTNAD)	48 633	88 585

Avstemming av årets skattekostnad		
Regnskapsmessig resultat for skattekostnad	233 185	392 220
Beregnet skatt 22 %	51 301	86 288
Skattekostnad i resultatregnskapet	48 633	88 585
DIFFERANSE	2 667	-2 297

Differanse består av følgende:		
22 % av permanente forskjeller	-3 598	-92
For mye/for lite avsatt utsatt skatt tidligere år	931	2 389
DIFFERANSE	-2 667	2 297

Betalbar skatt i balansen		
Betalbar skatt i skattekostnaden	27 301	54 955
BETALBAR SKATT I BALANSEN	27 301	54 955

NOTE

8

Egenkapital

TALL I 1000 KRONER	AKSJE-KAPITAL	ANNEN EGEN-KAPITAL	ESTIMATAVVIK PENSJONER	SUM
Egenkapital 31.12.2023	50	2 471 707	-1 575 919	895 838
Årets resultat		184 551		184 551
Årets endring estimatavvik			86 649	86 649
Overskuddsandel		-92 277		-92 277
EGENKAPITAL 31.12.2024	50	2 563 981	-1 489 269	1 074 762

NOTE

9

Langsiktige fordringer og aksjer

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

TALL I 1000 KRONER	2024	2023
Obligasjons- og pantelån	283	283
Aksjer	327	327
SUM	610	610

Vinmonopolet har 22,7 % eierandel og stemmerett i hvert av selskapene Sirkel Materialgjenvinning AS og Sirkel Glass AS. Sirkel Materialgjenvinning AS og Sirkel Glass AS har forretningsadressen Haslevangen 14 i Oslo. Selskapenes foreløpige regnskap for 2024 viser et resultat før skatt på henholdsvis 11,7 millioner kroner (Sirkel Materialgjenvinning AS) og 18,3 millioner kroner (Sirkel Glass AS). Sum egenkapital viser 162,1 millioner kroner for Sirkel Materialgjenvinning AS og 117,6 millioner kroner for Sirkel Glass AS.

NOTE
10

Varebeholdning

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

TALL I 1000 KRONER	2024	2023
Varelager i butikk	1 295 063	1 226 319
Varelager fjernhandel	19 537	10 546
SUM VARELAGER	1 314 600	1 236 865
Ukurans	-2 940	-2 500

Vinmonopolets varebeholdning fordeles over 351 butikker samt ett eget lager som håndterer utsendelser for fjernhandelskanalen. Verdien av varebeholdningen vises i tabellen over.

NOTE
11

Andre kortsiktige fordringer

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

TALL I 1000 KRONER	2024	2023
Forskuddsbetalte kostnader	85 788	68 427
Andre kortsiktige fordringer	1 963	10 823
SUM ANDRE KORTSIKTIGE FORDRINGER	87 750	79 250

NOTE
12

Bankinnskudd

Innestående midler på skattetrekkskonto (bundne midler) er på kr. 49 140 159
Bankbeholdningen er plassert på konsernkontosystem i Sparebanken Midt-Norge.

NOTE

13

Pensjonsforpliktelser

Vinmonopolet har pensjonsordninger som omfatter i alt 2702 personer, en økning på 50 personer fra 2023. Ordningene gir rett til definerte fremtidige ytelser. Disse er i hovedsak avhengig av antall opptjeningsår, lønnsnivå ved oppnådd pensjonsalder og størrelsen på ytelsene fra folketrygden. Vinmonopolets pensjonsordninger er organisert gjennom Statens Pensjonskasse. 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.

TALL I 1000 KRONER	2024	2023
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	122 815	118 158
Rentekostnad av pensjonsforpliktelsen	103 590	93 580
Avkastning på pensjonsmidler	-77 517	-69 786
Resultatført estimatavvik	0	185
Risikopremie/administrasjon	3 261	3 087
Periodisert arbeidsgiveravgift	21 830	14 086
Medlemsandel trukket	-21 354	-20 525
NETTO PENSJONSKOSTNAD	152 626	138 786
Påløpte pensjonsforpliktelser (DBO) per 31.12.	-3 406 510	-3 397 899
Pensjonsmidler (til markedsverdi) per 31.12.	2 630 929	2 439 451
PÅLØPTE PENSJONSFORPLIKTELSE PR 31.12. EKSKL. AGA	-775 581	-958 448
Arbeidsgiveravgift	-108 923	-134 764
PÅLØPTE PENSJONSFORPLIKTELSE PR 31.12. INKL. AGA	-884 504	-1 093 212
NETTO BALANSEFØRT PENSJONSFORPLIKTELSE PR 31.12. INKL. AGA	-884 504	-1 093 212
ØKONOMISKE FORUTSETNINGER	2024	2023
Diskonteringsrente	3,90 %	3,10 %
Forventet avkastning på pensjonsmidler	3,90 %	3,10 %
Forventet lønnsvekst	4,00 %	3,50 %
Forventet G-regulering	3,75 %	3,25 %
Pensjonsregulering	3,00 %	2,80 %
Årlig uttakstilbøyelighet - AFP (62-67 år)	6,00 %	6,00 %
Frivillig avgang	6% under 50 år og 2% over 50 år	

NOTE

14

Annen kortsiktig gjeld

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

TALL I 1000 KRONER	2024	2023
Gavekort	85 709	79 668
Uopptjent inntekt	5 713	5 619
Skyldig lønn og feriepenger	189 849	165 925
SUM ANNEN KORTSIKTIG GJELD	281 271	251 213

NOTE

15

Aksjekapital

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

NOTE

16

Overskuddsandel

Det er beregnet 50 prosent overskuddsandel av resultat etter skatt for 2024. Overskuddsandelen kommer i tillegg til lovpålagt utbytte på 2 500 kroner i henhold til Vinmonopolloven §4. Sum av utbytte og overskuddsandel er presentert som overskuddsandel i note 8.

NOTE

17

Leieforpliktelser

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

TALL I 1000 KRONER	2028	2027	2026	2025
	192 323	198 742	199 337	205 111

Antall leieavtaler som er leie av butikklokaler er 347. Ved leie av butikklokaler er det vanlig å inngå 15 års kontrakter som er delt opp i 3 eller 4 leieperioder.

NOTE

18

Nordpolet

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

RESULTAT (TALL I 1000 KRONER)	2024	2023
Salgsinntekter	29 317	29 869
Vareforbruk	18 548	18 989
Ordinære avskrivninger	342	342
Andre driftskostnader	4 516	4 392
Driftsresultat	5 910	6 147
Finansposter	52	156
ÅRETS RESULTAT	5 963	6 303

Disponering av resultat:		
Til Longyearbyen Lokalstyre	5 963	6 303

BALANSE PER 31.12 (TALL I 1000 KRONER)	2024	2023
Anleggsmidler	547	889
Omløpsmidler	10 897	11 540
EIENDELER	11 444	12 430
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	6 664	7 329
Langsiktig gjeld	400	720
GJELD OG EGENKAPITAL	11 444	12 430

NOTE

19

Hendelser etter balansedato

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

NOTE

20

Transaksjoner med nærstående parter

AS Vinmonopolet er et særlovsselskap heleiet av Helse- og omsorgsdepartementet (HOD). HOD og andre virksomheter eiet helt eller delvis av HOD er definert som nærstående til AS Vinmonopolet. Det foreligger ingen vesentlige transaksjoner med HOD eller andre virksomheter eiet av HOD. Selskapet har transaksjoner med andre selskaper, helt eller delvis eiet av Staten gjennom andre departementer, som en naturlig del av selskapets drift. Alle transaksjoner prises til markedsmessige vilkår.

Kontrollkomiteens innstilling

Kontrollkomiteen har gjennomgått det avsluttede og reviderte årsoppgjør samt revisjonsberetningen. Kontrollkomiteen har ingen merknader til styrets forslag til disposisjon av overskuddet på kr. 185 mill. og anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2024.

Oslo, 11. april 2025

Trude Brosvik

Geir Mo

Gunhild Johansen

Bedriftsforsamlingens uttalelse

I samsvar med styrets vedtak av 10. april 2025 og kontrollkomiteens innstilling av 11. april, anbefaler Bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2024 fastsettes. Likeledes anbefaler Bedriftsforsamlingen at årsberetningen godkjennes.

Oslo, 24. april 2025

Fra revisor



Bygdøy allé 2
Postboks 1704 Vika
0121 Oslo
www.bdo.no

Til Helse- og omsorgsdepartementet

Uavhengig revisors beretning

Konklusjon

Vi har revidert årsregnskapet til Aktieselskapet Vinmonopolet.

Årsregnskapet består av:

- Balanse per 31. desember 2024,
- Resultatregnskap 2024
- Kontantstrømpoppstilling for regnskapsåret avsluttet per 31. desember 2024
- 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 2024 og av dets resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

Grunnlag for konklusjonen

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

Annen informasjon

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for annen informasjon. Annen informasjon består av årsberetningen og annen informasjon i årsrapporten, men inkluderer ikke årsregnskapet og revisjonsberetningen. Vår konklusjon om årsregnskapet ovenfor dekker ikke annen informasjon.

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

Konklusjon om årsberetningen

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.

Vår uttalelse om at årsberetningen inneholder de opplysninger som skal gis i henhold til gjeldende lovkrav, dekker ikke bærekraftsrapporten, hvor det avgis en separat attestasjonsuttalelse.

Styret og daglig leders ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder (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 intern kontroll 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. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon er å anse som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke de økonomiske beslutningene som brukerne foretar på grunnlag av årsregnskapet.

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

Oslo, 24. april 2025
BDO AS

Eivind Redbo Kjær
statsautorisert revisor



BDO AS
Bygdøy allé 2
Postboks 1704 Vik
0121 Oslo

Til Helse- og omsorgsdepartementet

Uavhengig revisors attestasjonsuttalelse med moderat sikkerhet

Konklusjon med moderat sikkerhet

Vi har utført et attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet for bærekraftsrapporteringen til Aktieselskapet Vinmonopolet («selskapet») inkludert i avsnitt «Bærekraft» i årsberetningen («bærekraftsrapporten»), per 31. desember 2024 og for året avsluttet per denne datoen. Basert på handlingene vi har utført og bevis vi har innhentet, har vi ikke blitt oppmerksom på forhold som gir oss grunn til å tro at bærekraftsrapporten ikke i det alt vesentlige er utarbeidet i samsvar med GRI-standardene (Global Reporting Initiative), inkludert:

- At GRI-indeksen presentert i bærekraftsrapporten reflekterer hvor informasjonen om de ulike rapporteringskravene i GRI-standardene presenterer i selskapets bærekraftsrapport
- At nøkkeltall og strategiske KPI-er er utarbeidet, målt og rapportert i overensstemmelse med kravene i GRI-standardene

Grunnlaget for konklusjonen

Vi utførte vårt attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet i samsvar med den internasjonale standarden for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 (revidert) – *Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon* ("ISAE 3000 (revidert)") fra International Auditing and Assurance Standards Board.

Innhentede bevis er etter vår vurdering tilstrekkelig og hensiktsmessige som grunnlag for vår konklusjon. Våre oppgaver og plikter i henhold til denne standarden er beskrevet nedenfor under *Revisors oppgaver og plikter*.

Vår uavhengighet og kvalitetsstyring

Vi har overholdt kravene til uavhengighet og øvrige etiske forpliktelser i relevante lover og forskrifter i Norge og i International Code of Ethics for Professional Accountants (inkludert internasjonale uavhengighetsstandarder) utstedt av International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA-reglene), som er basert på grunnleggende prinsipper om integritet, objektivitet, profesjonell kompetanse og aktsomhet, konfidensialitet og profesjonell adferd.

Revisjonsforetaket anvender den internasjonale standarden for kvalitetsstyring (ISQM 1) som krever at revisjonsforetaket utformer, implementerer og drifter et system for kvalitetsstyring, inkludert retningslinjer og prosedyrer vedrørende etterlevelse av etiske krav, profesjonsstandarder og gjeldende lovmessige og regulatoriske krav.

Andre forhold

Sammenligningstallene som inngår i bærekraftsrapporten har ikke vært gjenstand for et attestasjonsoppdrag. Dette forholdet har ingen betydning for vår konklusjon.



Ansvar for bærekraftsrapporten

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlige for å utarbeide bærekraftsrapporten, i samsvar med GRI-standardene. Ledelsen er også ansvar for:

- å utforme, gjennomføre og opprettholde slik intern kontroll som ledelsen finner nødvendig for å muliggjøre utarbeidelsen av en bærekraftsrapport som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil, og
- å velge og anvende hensiktsmessige metoder for bærekraftsrapportering, og ta forutsetninger og utarbeide estimater som er rimelige etter omstendighetene.

Iboende begrensninger ved utarbeidelse av bærekraftsrapporten

Ved rapportering av fremtidsrettet informasjon, kreves det at ledelsen utarbeider den fremtidsrettede informasjonen på grunnlag av angitte forutsetninger om hendelser som kan oppstå i fremtiden og mulige fremtidige tiltak fra selskapet. Faktiske utfall vil sannsynligvis avvike ettersom fremtidige hendelser ofte ikke inntreffer som forventet.

Revisors oppgaver og plikter

Vårt ansvar er å planlegge og utføre attestasjonsoppdraget for å oppnå moderat sikkerhet for at bærekraftsrapporten ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, enten det skyldes misligheter eller utilsiktede feil, og å avgi en uttalelse med moderat sikkerhet som inneholder vår konklusjon. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil og er å anse som vesentlig dersom den, enkeltvis eller samlet, med rimelighet kan forventes å påvirke beslutningene som treffes av brukere på grunnlag av bærekraftsrapporten som helhet.

Som del av et oppdrag med moderat sikkerhet i samsvar med ISAE 3000 (revidert) utøver vi profesjonelt skjønn og opprettholder profesjonell skepsis under hele oppdraget.

Våre oppgaver og plikter med hensyn til bærekraftsrapporten inkluderer:

- å identifisere hvor vesentlig feilinformasjon som følge av misligheter eller utilsiktede feil sannsynligvis kan forekomme, og
- å utforme og utføre handlinger rettet mot opplysninger i bærekraftsrapporten der det er sannsynlig at vesentlig feilinformasjon kan forekomme. Risikoen for ikke å avdekke vesentlig feilinformasjon som skyldes misligheter er høyere enn risikoen for ikke å avdekke vesentlig feilinformasjon som skyldes utilsiktede feil, ettersom misligheter kan innebære fordekt samarbeid, forfalskning, bevisste utelatelser, uriktige fremstillinger eller overstyring av intern kontroll.

Sammendrag av utført arbeid

Et attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet innebærer å utføre handlinger for å innhente bevis om bærekraftsrapporten. Handlingene ved et attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet varierer i type og tidspunkt fra handlingene ved et attestasjonsoppdrag med betryggende sikkerhet, og de er også av et mindre omfang enn handlingene ved et attestasjonsoppdrag med betryggende sikkerhet. Følgelig er graden av sikkerhet som er oppnådd ved et attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet, betydelig lavere enn sikkerheten som ville ha vært oppnådd ved et attestasjonsoppdrag med betryggende sikkerhet.



Typen, tidspunktet for og omfanget av valgte handlinger er gjenstand for profesjonelt skjønn, inkludert identifiseringen av opplysninger der det er sannsynlig at vesentlig feilinformasjon kan forekomme i bærekraftsrapporten, enten det skyldes misligheter eller utilsiktede feil.

Ved gjennomføring av vårt attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet har vi, med hensyn til bærekraftsrapporten,

- opparbeidet oss en forståelse av selskapets rapporteringsprosesser som er relevante for utarbeidelsen av bærekraftsrapporten, ved å
 - opparbeide en forståelse av selskapets kontrollmiljø, prosesser, kontrollaktiviteter og informasjonssystemer som er relevante for utarbeidelsen av bærekraftsrapporten, men ikke med formål om å gi en konklusjon om effektiviteten av selskapets interne kontroll, og
 - opparbeide oss en forståelse av selskapets risikovurderingsprosess.
- vurdert om vesentlige bærekraftstemaer og tilhørende informasjon er inkludert i bærekraftsrapporten,
- rettet forespørsler til relevante personer og utført analytiske handlinger på utvalgte opplysninger i bærekraftsrapporten,
- utført substanshandlinger på utvalgte opplysninger i bærekraftsrapporten,
- sammenlignet opplysninger i bærekraftsrapporten mot tilsvarende opplysninger i regnskapet og andre deler av årsberetningen, når det er aktuelt,
- vurdert metodene, forutsetningene og dataene for utarbeidelse av estimer og fremtidsrettet informasjon,
- rettet forespørsler til relevante personer, utførte analytiske handlinger og substanshandlinger på utvalgte opplysninger etter taksonomien inkludert i bærekraftsrapporten.

Oslo, 24. april 2025
BDO AS

Eivin Redbo Kjær
statsautorisert revisor

DEL 5

Vedlegg

Salget i 2024

Salget i 2024

Bestselgere

Topp 50

Vinmonopolets mest solgte produkter i 2024, per liter

NR.	VARENAVN	VAREGRUPPE	LAND	LITER
1	Falling Feather Ruby Cabernet	Rødvin	USA	1 206 320
2	Marqués de Nombrevilla Garn.	Rødvin	Spania	1 168 533
3	Laroche Chardonnay L	Hvitvin	Frankrike	1 147 652
4	Wongraven Morgenstern Riesling	Hvitvin	Tyskland	1 031 486
5	Tommasi Graticcio Appassionato	Rødvin	Italia	983 161
6	Pietro di Campo Silenzio Barbera	Rødvin	Italia	796 046
7	Viña Maipo Mi Pueblo SauvBI	Hvitvin	Chile	785 070
8	Viña Maipo Mi Pueblo Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	759 520
9	Escada Touriga Nacional	Rødvin	Portugal	738 620
10	Concha y Toro Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	731 576
11	Gato Negro Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	731 144
12	La Falaise Blanche Chardonnay	Hvitvin	Frankrike	661 085
13	Johan Uten land Black Label Tempranillo	Rødvin	Spania	660 060
14	Absolut Vodka	Vodka	Sverige	650 586
15	Ruby Zin	Rødvin	USA	632 470
16	Dr. L Riesling	Hvitvin	Tyskland	563 604
17	Chapoutier Côtes du Rhône Belleruche	Rødvin	Frankrike	544 395
18	Montrose rosé	Rosévin	Frankrike	533 340
19	Chapel Hill Riesling Sauvignon Blanc	Hvitvin	Ungarn	526 413
20	Concha y Toro Chardonnay	Hvitvin	Chile	521 193
21	Wongraven Alleanza Langhe Rosso	Rødvin	Italia	496 512
22	Mosaic Alva	Hvitvin	Portugal	479 229
23	Chill Out Chardonnay	Hvitvin	Australia	465 114
24	Thr3 Monkeys Fresh & Fruity White Wine	Hvitvin	Tyskland	434 335
25	Baileys Original Irish Cream	Likør	Irland	432 315
26	Gnarly Head Old Vine Zin	Rødvin	USA	430 326
27	Jägermeister	Likør	Tyskland	426 972
28	Dworek Vodka	Vodka	Polen	418 298
29	Casalforte Rosso Veneto	Rødvin	Italia	408 855
30	Casillero del Diablo CabSauv	Rødvin	Chile	368 511

31	Lindeman's Shiraz Cabernet	Rødvin	Australia	363 680
32	Smirnoff No. 21	Vodka	England	348 776
33	Casillero del Diablo Reserva Chardonnay	Hvitvin	Chile	348 228
34	Brunel Côtes du Rhône Signature Series	Rødvin	Frankrike	347 733
35	Monte Luzzo Piemonte Barbera	Rødvin	Italia	333 384
36	Crudo Catarratto Zibibbo	Hvitvin	Italia	322 706
37	I Prefer Sauvignon Blanc	Hvitvin	Romania	322 142
38	Kalinka Vodka	Vodka	Norge	318 989
39	Lindeman's Bin 45 CabSauv	Rødvin	Australia	316 278
40	Cono Sur Bicicleta Gewürztraminer	Hvitvin	Chile	315 278
41	La Falaïse Blanche Pinot Noir	Rødvin	Frankrike	311 900
42	Explorer Vodka	Vodka	Finland	309 129
43	Vanlig Vodka Ekstra	Vodka	Norge	304 603
44	Mezzacorona Pinot Grigio	Hvitvin	Italia	300 710
45	Viña Maipo Mi Pueblo Rosé	Rosévin	Chile	286 085
46	Montalto Passivento	Rødvin	Italia	285 377
47	Delorme Cremant de Bourgogne BdN Brut	Musserende vin	Frankrike	283 924
48	Rød Hyggevin Arne og Carlos	Rødvin	Australia	279 666
49	Doppio Passo Salento Primitivo	Rødvin	Italia	278 366
50	Lindeman's Chardonnay	Hvitvin	Australia	274 926

Hovedvaretype

Vinmonopolets salg 2015–2024, hovedvaretype, 1000 liter						
ÅR	TOTALT	BRENNEVIN	STERKVIN	SVAKVIN	ØL	ALKO-HOLFRITT
2015	80 466	11 185	539	65 911	2 482	349
2016	81 303	11 300	519	66 407	2 641	436
2017	80 680	11 205	500	65 746	2 738	490
2018	82 006	11 222	480	66 985	2 767	552
2019	82 591	11 409	474	67 164	2 948	596
2020	115 528	15 071	631	95 265	3 872	688
2021	118 431	16 075	640	96 721	4 161	835
2022	97 328	13 600	523	78 805	3 463	937
2023	95 604	12 962	510	77 491	3 519	1 122
2024	92 060	12 390	506	74 141	3 688	1 335

Brennevin

Vinmonopolets salg av brennevin 2020–2024, 1000 liter					
BRENNEVIN	2020	2021	2022	2023	2024
Vodka	4 045	4 187	3 683	3 531	3 362
Norge	1 393	1 582	1 431	1 393	1 292
Sverige	713	808	733	742	725
Polen	708	585	517	470	453
England	534	503	427	393	408
Finland	374	452	401	397	349
Andre land	324	256	174	136	135
Likør	2 476	2 815	2 401	2 360	2 299
Irland	672	740	596	575	559
Tyskland	610	646	518	486	462
Danmark	252	267	262	258	255
Finland	137	191	210	221	216
Italia	132	159	141	169	181
Norge	110	175	157	145	146
Andre land	562	637	518	506	480
Whisky	1 950	2 029	1 681	1 630	1 607
Skottland	1 287	1 334	1 110	1 069	1 044
Irland	329	354	299	298	289
USA	240	252	200	198	213
Canada	65	59	46	38	33
Japan	16	19	15	13	11
Norge	4	6	7	9	13
Andre land	8	5	4	5	4
Akevitt	1 903	1 918	1 593	1 532	1 476
Norge	1 591	1 604	1 367	1 314	1 273
Sverige	224	225	150	140	131
Danmark	65	63	50	49	43
Andre land	24	27	26	29	29
Druebrennevin	1 708	1 662	1 363	1 206	1 087
Frankrike	1 635	1 581	1 301	1 151	1 038
Spania	63	69	52	46	41
Andre land	10	12	10	9	8
Brennevin, annet	1 039	1 249	1 073	993	942
Jamaica	251	279	230	219	206
Bermuda	195	246	220	202	184
Norge	180	199	187	165	155
Italia	174	206	135	128	117
Finland	85	118	115	89	84
Andre land	155	200	187	190	195

Gin	1 018	1 172	931	871	805
England	740	793	608	576	521
Norge	153	213	180	171	181
Finland	59	75	69	62	49
Andre land	65	92	74	63	54
Brennevin, nøytralt < 37,5 %	272	300	288	291	295
Norge	198	200	186	173	178
Andre land	73	100	103	118	118
Rom	283	321	241	222	206
Bermuda	133	143	103	95	89
Cuba	52	67	51	48	42
Jamaica	34	37	29	29	26
Barbados	25	23	17	17	17
Andre land	40	51	40	34	31
Bitter	261	287	239	230	217
Danmark	146	158	127	120	113
Norge	53	57	47	44	39
Tyskland	29	34	32	31	31
Italia	29	32	28	28	28
Andre land	5	6	5	7	6
Fruktbrennevin	101	121	94	84	86
Mexico	74	93	72	64	68
Frankrike	24	26	18	16	16
Andre land	3	2	3	3	2
Genever (Nederland)	15	14	12	10	9
TOTALT	15 071	16 075	13 600	12 962	12 390

Sterkvin

Vinmonopolets salg av sterkvin 2020–2024, 1000 liter					
STERKVIN	2020	2021	2022	2023	2024
Vermut	297	301	238	228	217
Italia	276	279	221	212	201
Frankrike	20	21	17	16	15
Andre land	1	1	1	1	1
Portvin (Portugal)	211	216	184	180	182
Sherry (Spania)	78	74	59	53	47
Sterkvin, annen	32	35	30	36	46
Madeira (Portugal)	14	14	12	13	14
TOTALT	631	640	523	510	506

Svakvin

Vinmonopolets salg av svakvin, 2020–2024, 1000 liter					
SVAKVIN	2020	2021	2022	2023	2024
RØDVIN	54 115	53 253	42 685	40 529	37 901
Italia	20 478	19 441	15 290	14 172	13 083
Piemonte	6 553	6 698	5 572	5 430	5 451
Veneto	4 486	4 240	3 246	2 850	2 337
Toscana	1 852	1 818	1 433	1 492	1 390
Puglia	2 178	1 821	1 256	1 019	789
Lombardia	715	660	530	496	612
Sicilia	1 010	929	740	605	500
Andre distrikter	3 683	3 276	2 514	2 280	2 003
Spania	7 473	6 948	5 730	5 716	5 533
Aragon	2 218	1 932	1 488	1 432	1 578
Rioja	1 663	1 693	1 378	1 335	1 278
Valencia	1 417	1 208	879	680	519
Catalonia	529	501	365	284	205
Andre distrikter	1 646	1 613	1 620	1 983	1 954
Frankrike	7 112	7 213	5 911	5 653	5 323
Rhône	3 192	3 351	2 818	2 569	2 374
Burgund	979	1 013	821	828	737
Bordeaux	876	1 003	806	761	696
Pays d'Oc	1 515	1 252	913	755	649
Andre distrikter	550	593	553	739	867
USA	4 929	5 067	4 018	3 800	3 507
Chile	4 871	4 257	3 299	3 159	3 078
Australia	3 165	3 704	3 106	2 869	2 556
Portugal	3 355	3 332	2 617	2 435	2 267
Argentina	1 008	1 145	876	731	636
Sør-Afrika	844	810	738	699	553
Libanon	167	369	348	371	505
Tyskland	219	313	234	311	350
Østerrike	233	287	226	159	158
Georgia	5	16	34	65	96
Hellas	49	129	96	107	94
New Zealand	119	147	115	100	67
Bulgaria	6	1	1	142	29
Andre land	82	75	46	41	66
HVITVIN	27 441	27 994	23 250	23 919	23 488
Frankrike	7 012	7 208	5 752	5 951	6 053
Pays d'Oc	1 984	2 128	1 927	2 055	2 227
Burgund	1 835	2 131	1 588	1 562	1 523
Loire	749	718	555	555	530

Sørvest	1 050	852	574	480	371
Alsace	201	234	240	265	257
Jura	42	66	85	138	162
Bordeaux	127	117	83	67	66
Andre distrikter	1 023	962	700	829	918
Tyskland	7 690	7 808	6 208	6 275	6 005
Pfalz	1 680	1 911	1 595	1 560	1 599
Mosel	2 025	2 051	1 618	1 640	1 449
Rhein Hessen	1 946	1 901	1 432	1 451	1 428
Nahe	753	764	637	746	700
Rheingau	436	391	309	271	241
Andre distrikter	850	790	618	607	587
Chile	2 542	2 510	2 120	2 222	2 496
Valle Central	1 690	1 601	1 324	1 411	1 594
Andre distrikter	851	909	796	810	902
Italia	2 660	2 618	2 316	2 274	2 065
Veneto	1 241	1 165	932	831	677
Sicilia	222	299	422	493	489
Dolomiti (Dolomiten)	242	264	216	220	222
Piemonte	275	269	212	200	208
Marche	79	87	69	109	118
Andre distrikter	599	534	465	421	350
Australia	1 586	1 542	1 233	1 407	1 417
Portugal	1 227	1 269	1 138	1 301	1 329
New Zealand	999	1 063	810	737	708
Ungarn	972	913	713	694	659
Spania	533	536	516	578	630
Sør-Afrika	671	756	672	660	623
Østerrike	875	838	655	602	495
USA	294	454	405	494	457
Romania	0	100	387	444	323
Andre land	380	379	326	281	227
MUSSERENDE VIN	7 019	7 959	6 867	6 900	6 669
Frankrike	2 187	2 921	2 736	2 835	2 853
Burgund	1 059	1 368	1 242	1 225	1 172
Champagne	624	817	744	688	627
Bordeaux	90	129	141	184	273
Jura	107	137	137	179	177
Andre distrikter	308	470	472	559	603
Italia	3 080	3 291	2 581	2 519	2 356
Prosecco	1 720	1 647	1 277	1 275	1 182
Veneto	713	626	462	421	364
Piemonte	307	288	238	216	203

Andre distrikter	340	729	604	606	607
Spania	1 395	1 328	1 137	1 174	1 036
Cava	1 383	1 287	1 109	1 160	1 021
Andre distrikter	13	41	28	14	15
Australia	177	170	187	142	134
England	43	77	72	89	112
Sør-Afrika	48	64	48	49	89
Tyskland	32	61	54	58	44
Andre land	57	47	51	33	46
ROSÉVIN	4 751	5 350	4 140	4 245	4 246
Frankrike	2 616	2 837	2 147	2 070	1 883
Pays d'Oc	978	984	754	769	736
Provence	544	645	520	434	348
Languedoc-Roussillon	338	365	266	252	223
Méditerranée	122	205	163	208	218
Andre distrikter	633	637	444	407	357
Italia	825	998	795	814	904
Piemonte	367	535	447	475	415
Veneto	283	304	232	213	199
Andre distrikter	176	159	116	126	290
Chile	174	284	264	329	405
Tyskland	215	271	202	302	340
USA	455	372	250	259	233
Spania	295	252	185	145	143
New Zealand	75	157	114	106	87
Australia	8	2	39	40	60
Andre land	90	177	144	181	191
PERLENDE VIN	975	1 013	833	835	790
Italia	470	458	376	380	377
Østerrike	183	233	187	173	144
Australia	129	117	94	103	106
Andre land	193	206	176	180	162
AROMATISERT VIN	630	767	675	655	599
Sverige	151	259	248	204	185
Italia	96	126	92	98	102
Andre land	383	382	335	353	312
SIDER	326	372	345	394	431
Norge	244	285	279	319	345
Vestland	218	249	238	275	287
Rogaland	1	5	14	20	30
Telemark	1	4	8	11	13
Møre og Romsdal	5	5	6	7	10
Oslo	4	9	5	4	2

Buskerud	13	12	7	0	1
Andre fylker	1	1	2	2	2
Sverige	10	16	15	32	53
England	31	31	28	27	22
Frankrike	10	10	5	9	6
Spania	9	9	2	4	4
Andre land	23	21	15	3	2
FRUKTVIN	9	12	11	14	17
Norge	7	10	8	11	14
Andre land	1	2	3	3	2
Totalt	95 265	96 721	78 805	77 491	74 141

Øl

Tabell 5. Vinmonopolets salg av øl 4, 2020 - 2024, 1000 liter					
SVAKVIN	2020	2021	2022	2023	2024
LYS LAGER	923	1 132	1 013	1 111	1 279
Norge	307	354	317	412	461
Sverige	128	130	124	143	170
Tsjekkia	55	121	113	146	142
Danmark	75	94	79	91	123
Tyskland	56	86	78	53	101
Polen	1	1	2	26	90
Spania	70	93	90	89	70
Japan	33	39	36	40	43
Thailand	30	31	27	26	27
Nederland	120	119	81	26	10
Andre land	49	64	66	59	42
INDIA PALE ALE	952	1 021	802	738	762
Norge	700	751	629	605	625
Skottland	63	49	38	38	37
England	65	78	66	39	26
USA	50	35	21	15	21
Sverige	19	21	7	7	19
Andre land	56	86	41	34	33
MØRK LAGER	322	326	283	314	293
Norge	288	285	261	285	273
Tyskland	20	33	14	10	13
Andre land	14	7	8	19	7
HVETEØL	270	300	220	222	257
Tyskland	188	207	154	148	187
Spania	35	35	29	26	25
Belgia	5	15	7	27	23

Andre land	42	43	30	21	22
KLOSTERSTIL	242	219	187	191	197
Belgia	133	122	105	98	98
Norge	102	91	77	87	93
Andre land	7	6	5	6	6
PORTER & STOUT	238	238	187	184	161
Norge	158	170	123	111	101
Irland	6	7	8	11	28
England	32	27	14	15	8
Skottland	3	4	14	16	5
Andre land	39	30	29	32	19
PALE ALE	166	167	147	163	146
Norge	89	94	87	91	80
Danmark	37	36	30	30	31
England	14	14	12	20	13
USA	18	16	13	11	10
Ukraina	-	-	-	6	8
Andre land	8	6	5	5	4
LYS ALE	114	135	121	124	129
Belgia	71	92	80	76	78
Norge	35	34	27	31	32
Andre land	8	9	14	17	18
SURØL	207	212	144	119	119
Norge	97	96	68	60	65
Belgia	64	56	37	32	29
Skottland	4	2	6	4	9
Andre land	42	57	34	23	15
SAISON FARMHOUSE ALE	128	121	105	107	109
Norge	87	73	64	69	73
Belgia	30	32	33	34	32
Andre land	11	15	9	4	4
SPESIAL	135	123	106	101	93
Norge	113	103	91	85	77
Andre land	22	20	15	15	16
BROWN ALE	57	59	55	44	35
Norge	41	46	47	38	31
Andre land	17	13	9	6	4
RED/AMBER	18	18	8	16	25
SAKE	20	22	23	23	24
MJØD	22	27	25	25	24
SCOTCH ALE	33	23	18	18	18
BARLEY WINE	24	19	17	19	16
TOTALSUM	3 872	4 161	3 463	3 519	3 688

Butikkenes omsetning

Butikkenes omsetning i 2024 i 1000 kroner og liter						
BUTIKK- NAVN	VARELITER TOTALT	BRENNE- VIN	STERKVIN	SVAKVIN	ØL	ALKO- HOLFRITT
Aksdal	208 713	29 406	712	170 879	5 465	2 251
Alta	415 350	72 948	1 386	316 739	18 571	5 706
Alver	452 006	69 326	1 858	361 118	14 071	5 633
Knarvik	402 491	60 708	1 681	322 099	12 723	5 280
Radøy	49 515	8 619	177	39 019	1 348	353
Andenes	86 096	15 716	310	66 145	2 765	1 159
Arendal	657 340	82 562	3 956	544 864	18 641	7 316
Asker	1 905 063	160 424	10 784	1 632 504	68 297	33 054
Asker	622 381	50 300	3 743	525 789	30 593	11 956
Holmen Senter	647 695	42 906	3 982	572 800	17 038	10 969
Slemmestad	391 234	37 952	1 881	330 460	14 181	6 760
Sætre	161 963	19 395	773	135 210	4 362	2 222
Tofte	81 791	9 871	406	68 244	2 123	1 147
Askvoll	60 225	10 447	221	45 805	2 808	944
Askøy	316 864	43 536	1 416	256 815	10 574	4 522
Austevoll	78 240	9 703	277	65 248	2 193	818
Bagn	82 182	12 598	402	65 612	2 734	837
Bardufoss	162 338	30 575	568	120 349	8 711	2 135
Beitostølen	106 668	11 950	665	88 755	3 603	1 695
Bergen	5 472 700	629 603	25 731	4 501 192	233 913	82 262
Arna	240 361	34 734	880	192 346	8 854	3 546
Bergen Storsenter	667 340	93 875	3 429	504 002	56 394	9 640
Fyllingsdalen	496 647	52 141	2 561	416 759	17 760	7 426
Lagunen	716 076	71 623	3 054	605 599	24 752	11 047
Laksevåg	247 641	33 049	1 029	201 454	8 907	3 202
Nesttun	453 920	45 846	2 166	383 593	15 094	7 221
Sletten	528 883	48 413	2 860	444 561	23 009	10 041
Valkendorfsgate	610 283	76 661	3 029	497 354	24 319	8 920
Vestkanten	476 284	60 098	2 368	392 017	15 459	6 342
Åsane	482 199	53 473	2 121	403 828	16 819	5 957
Åsane Horisont	553 066	59 691	2 233	459 678	22 544	8 920
Bjørkelangen	152 766	31 981	1 136	111 800	5 584	2 266
Bjørnafjorden	362 152	47 931	1 169	298 400	10 709	3 942
Eikelandssosen	38 714	6 035	149	31 024	1 072	434
Os	323 438	41 897	1 020	267 377	9 637	3 508
Bodø	1 259 862	165 950	5 591	1 006 294	60 988	21 040
Bodø Sentrum	314 151	40 600	1 514	253 641	12 683	5 713

City Nord	663 269	87 628	3 050	525 421	35 952	11 217
Hunstad	282 442	37 722	1 027	227 231	12 353	4 110
Brattvåg	60 856	11 325	236	45 004	3 614	677
Brokelandsheia	202 001	24 232	827	168 117	6 423	2 402
Bruhagen	65 072	12 353	633	48 408	2 673	1 005
Bryne	300 424	43 891	1 570	235 030	15 353	4 580
Brønnøysund	172 654	31 599	890	130 998	6 448	2 719
Buvika, åpnet 24. oktober	20 747	3 780	196	14 604	1 826	340
Bærum	2 609 004	204 719	16 173	2 258 544	90 228	39 340
Bekkestua	487 770	32 152	3 382	422 202	21 001	9 034
Bærums Verk	172 730	12 417	987	150 066	6 578	2 681
Fornebu	364 864	20 607	1 939	326 159	10 034	6 125
Kolsås	646 124	55 443	3 907	556 754	21 941	8 079
Sandvika	572 357	61 279	3 319	477 817	22 217	7 725
Østerås	365 157	22 820	2 639	325 546	8 457	5 696
Bø i Telemark	175 067	31 227	1 206	133 144	7 486	2 004
Bø i Vesterålen	34 876	8 043	166	24 940	1 201	526
Bømlo	133 251	19 863	616	105 121	5 684	1 967
Båtsfjord	43 982	10 343	275	30 684	2 200	481
Dokka	135 183	29 481	973	96 704	6 659	1 366
Dombås	88 099	17 272	392	65 512	4 246	678
Drammen	1 787 788	237 009	13 290	1 445 740	66 639	25 110
Bragerne	291 873	37 112	2 595	239 289	8 773	4 105
CC	605 355	73 010	4 389	494 064	25 254	8 639
Krokstadelva	455 068	70 363	3 043	359 829	15 352	6 482
Strømsø, flyttet til Union Brygge 29. august	313 595	40 881	2 172	252 131	13 905	4 505
Svelvik	121 897	15 645	1 091	100 427	3 355	1 379
Drangedal	70 802	12 502	303	54 497	2 868	633
Drøbak	291 704	25 107	1 773	253 347	5 821	5 656
Egersund	241 782	41 151	1 068	188 033	8 312	3 218
Eggedal	43 517	6 618	245	34 828	1 289	537
Eidsvoll	386 634	66 350	2 587	295 260	16 016	6 421
Eidsvoll	137 774	22 795	1 042	106 712	5 137	2 089
Råholt	248 860	43 556	1 545	188 548	10 879	4 333
eLager	427 891	54 773	2 165	348 884	11 101	10 968
Elnesvågen	127 271	24 349	837	94 659	5 813	1 614
Elverum	382 214	69 731	2 762	289 024	16 200	4 496
Etne	91 963	14 610	381	72 740	3 037	1 196
Evenskjer	104 029	18 647	557	80 138	3 674	1 014

Evje	130 385	24 153	552	98 883	5 515	1 283
Fagernes	288 979	50 074	2 185	224 513	8 070	4 138
Farsund	157 736	24 356	827	124 960	5 062	2 531
Fauske	239 954	44 471	954	183 681	7 755	3 094
Finnsnes	312 230	56 287	1 255	236 489	13 938	4 261
Fitjar	35 903	5 402	111	29 253	895	243
Fjerdingby	85 822	10 337	478	70 648	3 230	1 129
Flekkefjord	138 931	21 631	551	110 867	3 977	1 905
Flisa	135 578	35 076	914	93 754	4 307	1 528
Flå	63 027	9 400	282	49 891	2 544	910
Fosnavåg	86 829	14 966	432	67 215	3 494	722
Fredrikstad	933 299	137 494	6 360	746 800	30 296	12 349
Værstetorvet, flyttet 31. oktober	471 820	68 940	3 038	376 181	15 783	7 878
Østsiden	461 479	68 554	3 323	370 619	14 513	4 471
Froland	199 483	29 828	916	161 129	5 824	1 786
Frosta	45 333	9 264	317	33 894	1 458	399
Frøya	90 038	22 597	529	62 895	2 893	1 124
Færder	880 199	79 144	4 512	769 480	15 919	11 144
Nøtterøy	664 547	58 960	3 346	581 724	12 069	8 449
Tjøme	215 652	20 183	1 167	187 756	3 850	2 695
Førde	367 328	63 522	1 645	280 321	17 344	4 496
Gausdal	104 763	17 363	437	83 356	2 660	947
Geilo	218 577	20 973	872	187 977	5 970	2 786
Gjerdrum	93 517	14 321	506	73 647	4 083	959
Gjøvik	517 348	81 405	3 470	407 403	18 597	6 472
Gol	215 717	31 698	1 189	170 620	8 622	3 588
Gran	283 549	50 103	2 047	217 478	9 616	4 305
Grimstad	327 753	38 180	1 691	273 544	10 184	4 153
Grong	81 193	18 382	474	58 731	2 916	690
Halden	267 221	44 922	1 569	207 828	10 144	2 760
Hamar	807 946	106 079	4 688	656 846	29 262	11 071
Hammerfest	196 416	37 631	608	147 320	7 229	3 628
Harstad	490 757	76 048	2 175	384 822	20 176	7 536
Haugesund	461 137	64 969	2 119	374 701	14 156	5 191
Hemsedal	102 598	13 395	397	83 673	3 392	1 741
Herøy	32 626	6 513	189	24 535	1 193	195
Hitra	103 182	22 147	723	74 577	4 633	1 102
Hokksund	276 750	48 586	1 596	214 283	8 887	3 397
Holmestrand	392 952	54 468	2 640	319 151	12 185	4 507
Holmestrand	201 345	27 908	1 353	162 193	7 079	2 813

Sande	191 607	26 560	1 287	156 959	5 106	1 694
Honningsvåg	72 064	14 205	278	54 574	2 139	868
Horten	664 808	84 033	4 182	550 777	17 094	8 721
Horten	354 878	49 124	2 179	288 334	9 988	5 252
Åsgårdstrand	309 930	34 909	2 003	262 443	7 106	3 468
Hov	75 583	12 054	630	59 374	2 717	808
Hovden	56 292	6 620	184	46 831	1 559	1 098
Hvaler	116 998	13 020	508	99 600	2 553	1 318
Hønefoss	404 847	62 546	3 223	319 285	14 271	5 522
Høyanger	44 040	7 807	173	33 359	2 155	546
Inderøy	63 630	12 718	253	47 204	2 696	758
Indre Østfold	526 360	98 365	3 285	398 728	20 350	5 631
Askim	355 037	63 566	2 096	270 905	14 815	3 655
Mysen	171 323	34 799	1 189	127 823	5 536	1 977
Jevnaker	129 993	22 073	868	101 863	3 796	1 394
Jørpeland	198 898	33 156	738	154 223	8 517	2 265
Karmøy	790 220	114 758	3 499	635 809	26 874	9 281
Kopervik	270 386	45 477	1 171	210 304	10 013	3 421
Oasen	519 834	69 280	2 328	425 504	16 860	5 860
Kautokeino	15 373	4 383	36	10 386	414	154
Kinn	295 325	56 422	1 396	220 650	12 362	4 496
Florø	186 689	35 347	989	138 776	8 701	2 875
Måløy	108 636	21 074	406	81 874	3 661	1 621
Kirkenes	215 873	37 017	1 244	165 456	8 777	3 379
Kjøllefjord	28 751	8 001	88	19 037	1 285	338
Klepp	353 136	52 910	1 444	279 586	14 402	4 793
Kongsberg	455 628	63 230	2 835	364 903	17 768	6 892
Kongsvinger	169 072	35 816	1 398	120 893	8 326	2 638
Koppang	45 232	9 652	333	33 169	1 598	480
Korgen	52 751	10 814	428	38 320	2 513	677
Kragerø	272 755	30 101	1 282	230 660	6 945	3 768
Kristiansand	1 927 475	217 983	9 041	1 616 909	58 442	25 099
Lillemarkens	631 003	73 948	2 907	519 615	26 383	8 151
Søgne	290 603	35 100	1 247	243 466	7 159	3 631
Sørlandssenteret	656 888	73 538	3 203	555 767	15 708	8 673
Vågsbygd	348 981	35 397	1 684	298 062	9 193	4 645
Kristiansund	565 772	97 516	2 995	430 141	28 501	6 619
Futura	322 193	55 540	1 643	242 528	18 579	3 902
Kristiansund sentrum	243 579	41 976	1 352	187 613	9 922	2 717
Kvinesdal	58 125	12 559	290	42 608	2 257	410

Kvinnherad	189 213	28 347	886	153 067	4 975	1 938
Husnes	146 710	23 903	805	116 187	4 261	1 554
Rosendal	42 503	4 444	82	36 880	713	384
Kyrksæterøra	80 149	17 632	375	58 085	3 351	705
Lakselv	108 926	22 516	433	79 353	5 310	1 315
Langevåg	96 009	15 309	400	75 418	4 122	760
Larvik	837 894	99 015	5 752	703 332	20 080	9 714
Larvik sentrum	528 794	67 204	4 215	437 001	13 831	6 542
Stavern	309 100	31 811	1 536	266 331	6 250	3 172
Leknes	258 982	47 729	1 164	196 410	8 883	4 796
Lena	174 592	36 706	1 207	130 281	4 615	1 782
Levanger	297 650	51 890	1 482	227 191	13 735	3 352
Liertoppen	428 812	50 109	2 406	354 402	16 577	5 319
Lillehammer	499 234	63 946	2 918	399 479	25 377	7 514
Lillesand	233 822	25 667	1 107	196 876	7 163	3 009
Lillestrøm	1 482 016	210 407	8 882	1 178 711	63 666	20 349
Fetsund	137 003	21 287	892	108 051	5 383	1 390
Lillestrøm	358 525	50 713	2 389	285 993	14 327	5 103
Skedsmokorset	344 756	44 963	1 837	278 591	15 366	3 999
Strømmen	506 700	72 354	3 060	401 358	21 944	7 983
Sørumsand	135 033	21 090	703	104 718	6 646	1 875
Lom	64 761	13 633	378	47 157	2 950	643
Lonevåg	57 906	10 755	316	44 056	1 886	892
Luster	29 377	6 290	153	21 512	931	492
Lyngdal	180 435	31 251	739	140 713	5 834	1 898
Lyngen	41 538	7 772	194	31 430	1 798	344
Lødingen	43 683	8 374	252	33 028	1 340	689
Lørenskog	682 284	88 285	3 962	549 080	31 548	9 409
Metro	362 518	47 956	2 364	294 236	12 794	5 168
Triaden	319 766	40 329	1 598	254 844	18 754	4 240
Løten	89 845	18 948	659	65 961	3 271	1 006
Malvik	184 208	28 286	636	143 015	10 196	2 076
Mandal	297 699	41 605	1 383	244 372	7 035	3 303
Melhus	180 916	34 135	967	134 864	8 782	2 168
Mo i Nord-Odal	28 298	6 368	245	20 253	1 134	298
Mo i Rana	520 562	94 116	2 469	397 681	18 789	7 507
Molde	605 475	85 171	3 099	474 747	34 473	7 984
Mosjøen	265 854	50 412	1 121	201 576	9 715	3 030
Moss	1 050 585	132 562	6 740	866 489	31 962	12 832
Moss sentrum	349 728	43 960	2 765	288 030	10 753	4 220

Rygge	700 857	88 602	3 975	578 459	21 209	8 612
Myre	82 614	15 144	262	62 843	2 847	1 518
Namsos	323 104	67 407	2 010	238 453	11 208	4 027
Nannestad	111 395	19 055	824	85 392	5 203	921
Narvik	406 414	69 804	1 871	315 192	15 112	4 435
Nesbyen	87 171	11 677	527	71 729	2 142	1 097
Nesna	26 974	6 133	181	19 319	1 170	171
Nesodden	348 191	26 089	2 155	300 445	13 020	6 482
Nittedal	273 933	32 001	1 488	223 209	12 651	4 585
Nordfjordeid	146 909	25 014	484	113 117	6 277	2 017
Nordre Follo	968 558	97 028	6 363	808 159	39 209	17 799
Kolbotn	447 939	35 832	2 993	383 574	16 270	9 271
Ski	520 619	61 196	3 371	424 585	22 939	8 528
Noresund	61 255	10 789	526	47 365	1 842	734
Norheimsund	142 398	18 902	660	115 810	4 933	2 093
Notodden	249 674	43 857	1 128	193 723	8 086	2 879
Nærbø	170 140	32 348	751	125 954	9 262	1 824
Nærøysund	158 852	42 558	920	108 820	4 519	2 035
Kolvereid	56 900	15 629	377	38 479	1 808	606
Rørvik	101 952	26 929	543	70 341	2 710	1 429
Odda	175 806	31 999	812	133 402	8 002	1 591
Oppdal	250 916	37 424	1 272	200 455	8 750	3 016
Orkanger	387 378	76 463	2 296	288 739	15 819	4 061
Oslo	13 230 657	1 233 547	82 816	11 115 778	542 153	256 362
Aker Brygge	471 466	30 443	2 226	399 920	30 442	8 435
Alna	304 474	37 392	1 598	242 740	17 317	5 426
Bjørvika, åpnet 14. mars	101 421	6 586	538	86 574	4 490	3 233
Briskeby	309 009	20 968	2 003	272 586	8 604	4 848
Bryn	276 548	23 750	1 668	233 876	11 546	5 707
Bøler	230 605	24 319	1 316	189 198	11 340	4 433
Carl Berner	252 412	27 454	1 754	206 542	10 455	6 207
CC Vest	1 130 307	59 992	8 702	1 017 099	25 567	18 947
Frogner	388 469	24 582	3 033	345 156	8 736	6 963
Grorud	247 304	44 384	1 757	188 627	9 049	3 488
Grünerløkka	395 312	39 909	2 533	325 978	17 114	9 777
Grønland Basar	293 980	38 822	1 500	232 951	14 656	6 051
Hasle Torg	362 458	31 892	1 434	300 973	18 877	9 282
Holmlia	180 325	20 901	1 043	147 264	7 402	3 713
Kiellandsplass	388 496	34 112	1 910	330 595	13 639	8 240
Lambertseter	675 369	50 546	4 111	586 123	22 129	12 460

Linderud	317 677	40 974	1 757	253 128	15 939	5 878
Majorstuen	540 000	38 488	3 969	472 449	15 607	9 488
Manglerud	331 400	31 625	1 895	280 152	12 564	5 163
Mortensrud	183 719	26 569	867	145 669	7 589	3 025
Nydalen	172 440	15 210	911	144 132	8 124	4 064
Oslo City	627 186	87 323	4 249	471 348	52 744	11 522
Oslo S	518 410	76 857	2 943	407 862	23 709	7 039
Paleet	287 199	28 467	1 485	238 162	12 435	6 649
Røa	500 006	33 407	4 292	439 365	14 090	8 852
Sandaker	482 385	46 359	3 368	401 900	19 654	11 104
Skøyen	609 929	36 497	3 388	541 303	17 464	11 276
Steen & Strøm	232 917	20 598	1 323	195 807	8 436	6 753
Storo	578 220	50 095	3 760	471 966	37 946	14 454
Stovner	283 396	50 424	1 623	216 786	11 517	3 047
Tveita	419 395	54 103	2 871	336 608	18 423	7 390
Ullevaal Stadion	470 633	29 699	2 885	409 385	17 667	10 997
Valkyrien	367 858	31 746	1 464	319 358	9 342	5 948
Vinderen	299 934	19 054	2 639	264 193	7 544	6 504
Otta	124 499	22 962	762	91 840	7 409	1 526
Porsgrunn	606 443	83 111	3 473	493 668	18 563	7 627
Down Town	342 286	44 482	2 183	278 816	11 736	5 068
Jernbanegata	264 157	38 629	1 290	214 852	6 827	2 559
Rakkestad	75 154	16 085	613	54 351	3 073	1 033
Randaberg	269 547	30 451	1 160	223 837	10 831	3 268
Raufoss	208 589	39 891	1 503	156 290	8 102	2 803
Rena	99 471	19 475	560	75 469	3 101	866
Ringebu	123 153	20 064	671	97 650	3 326	1 441
Ringsaker	603 728	101 499	3 790	473 607	18 404	6 429
Brumunddal	242 176	41 900	1 760	190 607	5 668	2 242
Moelv	142 596	24 461	802	110 852	4 619	1 862
Rudshøgda	218 955	35 138	1 228	172 148	8 117	2 325
Rissa	87 869	20 445	703	63 019	3 115	587
Risør	141 013	13 129	614	122 304	2 602	2 365
Rjukan	105 501	18 573	654	80 559	3 891	1 824
Rognan	85 883	17 885	460	63 699	2 955	883
Rødberg	45 757	9 216	347	34 821	942	431
Røros	165 134	29 415	846	125 585	7 274	2 015
Samnanger, åpnet 14. mars	30 172	3 715	103	24 726	1 136	493
Sandane	87 140	14 993	329	66 822	3 788	1 209
Sandefjord	1 269 090	149 215	7 898	1 065 643	30 016	16 319

Andebu	90 310	17 312	773	68 764	2 427	1 035
Sandefjord sentrum	906 088	97 566	5 397	771 883	19 883	11 359
Stokke	272 693	34 337	1 729	224 996	7 706	3 925
Sandnes	1 387 740	168 000	6 965	1 089 820	105 447	17 508
Kvadrat	653 552	75 892	2 783	494 104	72 178	8 595
Sandnes sentrum	734 188	92 108	4 183	595 716	33 268	8 913
Sandnessjøen	193 895	36 868	1 015	147 371	6 009	2 632
Sarpsborg	616 080	108 887	4 015	465 648	29 624	7 907
Borg	399 436	66 535	2 493	305 316	20 146	4 946
Storbyen	216 644	42 351	1 522	160 331	9 478	2 961
Sauda	93 885	15 848	344	73 714	2 861	1 118
Selbu	56 877	13 823	330	40 304	1 800	620
Seljord	113 487	22 208	664	86 169	3 569	877
Setermoen	70 657	14 017	252	52 454	2 937	997
Sjøvegan	54 438	10 566	194	41 582	1 508	588
Skarnes	114 166	22 805	761	86 203	3 104	1 293
Skien	859 496	116 541	5 304	701 176	26 456	10 018
Gråtenmoen	496 905	66 470	3 062	406 193	15 357	5 823
Lietorvet	362 591	50 071	2 242	294 983	11 100	4 195
Skjervøy	37 413	7 598	146	26 952	2 109	608
Smøla	29 867	6 338	115	21 689	1 443	282
Sogndal	211 608	37 351	919	160 714	9 553	3 071
Sola	473 453	60 006	2 113	382 778	22 285	6 271
Solakrossen	433 718	55 443	1 909	350 919	19 917	5 530
Tananger, åpnet 3. oktober	39 735	4 563	204	31 859	2 368	741
Sortland	316 365	54 389	1 199	242 369	12 431	5 977
Stange	182 307	33 870	1 635	138 805	6 225	1 772
Stathelle	334 774	45 766	1 635	273 043	10 569	3 762
Stavanger	2 474 922	262 731	12 756	2 048 645	111 967	38 824
Herbarium	333 244	35 704	1 971	272 783	17 192	5 592
Hillevåg	605 762	61 191	2 687	510 355	23 192	8 338
Hinna	217 139	19 506	879	182 680	10 680	3 393
Madla	578 293	55 983	2 984	486 998	22 713	9 616
Tasta	276 528	27 004	1 192	231 405	13 133	3 794
Verksgata	463 957	63 343	3 043	364 424	25 057	8 091
Steigen	59 629	11 572	342	44 516	2 333	866
Steinkjer	439 012	94 310	2 496	319 718	17 750	4 739
Stjørdal	399 170	74 615	2 029	297 659	20 306	4 561
Stokmarknes	135 983	20 883	616	106 275	5 616	2 594

Stord	340 753	46 515	1 440	278 149	10 231	4 418
Storslett	127 461	27 159	577	92 598	5 511	1 616
Storsteinnes	80 754	16 274	186	58 151	5 462	681
Stranda	70 232	11 762	233	54 798	2 909	530
Stryn	146 500	24 376	564	111 535	7 763	2 263
Støren	110 202	27 525	520	77 207	4 009	940
Suldal	38 945	6 742	215	29 733	1 755	499
Sunnalsøra	159 865	30 327	1 167	120 106	6 554	1 711
Surnadal	110 737	22 642	665	80 505	5 380	1 543
Sveio	51 520	7 310	211	41 885	1 512	602
Svolvær	255 330	36 095	1 070	201 829	11 000	5 336
Sykkylven	108 641	16 644	390	84 042	5 903	1 662
Tromsø	1 829 939	228 898	7 376	1 447 890	117 940	27 834
Langnes	864 760	104 993	3 357	682 163	60 432	13 816
Tromsø sentrum	492 756	65 344	2 454	386 206	30 749	8 003
Tromsdalen	472 422	58 561	1 565	379 521	26 759	6 016
Trondheim	3 935 877	545 347	21 876	3 096 989	215 287	56 378
Byhaven	211 447	30 701	1 475	164 904	10 212	4 155
Byåsen	357 771	39 373	2 431	291 540	18 883	5 544
City Syd	580 362	93 693	2 861	445 234	31 450	7 125
Heimdal	295 726	52 524	1 461	226 533	12 458	2 749
Lade	579 854	73 502	3 085	467 137	28 214	7 916
Nedre Elvehavn	346 530	46 528	1 896	276 851	16 172	5 083
Sirkus Shopping	394 328	51 604	2 054	309 601	24 084	6 985
Trondheim Torg	488 800	82 973	3 152	351 395	43 408	7 872
Valentinlyst	681 059	74 448	3 460	563 794	30 406	8 951
Trysil	158 820	28 174	913	119 458	8 107	2 167
Tvedestrand	239 425	27 478	1 275	201 533	5 871	3 268
Tynset	161 403	32 642	944	118 952	6 570	2 294
Tysnes	49 581	7 297	143	40 442	1 263	437
Tønsberg	836 502	107 010	5 450	683 711	26 808	13 524
Re	263 354	39 756	1 861	210 199	7 589	3 948
Tønsberg	573 148	67 254	3 589	473 512	19 218	9 576
Ulefoss	57 025	10 406	316	44 320	1 628	355
Ullensaker	683 155	102 653	3 430	536 978	30 036	10 058
Jessheim	430 382	64 286	2 248	338 976	18 124	6 748
Kløfta	252 773	38 366	1 182	198 002	11 913	3 310
Ulsteinvik	210 149	36 592	934	160 596	9 261	2 766
Vadsø	130 278	22 070	563	100 236	5 182	2 227
Vanylven	24 143	5 299	98	17 607	933	205

Vardø	34 097	9 255	185	23 336	1 070	250
Vennesla	156 326	26 098	512	122 139	6 168	1 410
Verdal	190 136	44 234	832	134 758	8 333	1 979
Vestby	441 605	49 438	2 470	367 498	15 375	6 824
Son	138 787	11 828	927	120 264	3 519	2 249
Vestby	302 818	37 610	1 542	247 234	11 856	4 576
Vestnes	89 093	17 522	485	63 413	6 619	1 054
Vik i Hole	142 196	17 510	928	118 637	3 505	1 616
Vik i Sogn	31 743	5 580	113	23 156	2 744	150
Vikersund	185 462	33 558	1 192	140 823	7 512	2 377
Vinje	76 820	14 804	505	57 825	2 931	756
Vinstra	181 243	35 764	918	135 733	6 170	2 657
Volda	147 070	21 874	502	115 722	7 311	1 660
Voss	340 999	47 925	1 707	273 689	13 210	4 468
Vågå	55 093	10 617	260	40 598	2 887	731
Ytre Enebakk	108 067	17 902	563	84 274	4 343	984
Ølen	87 793	19 965	451	62 534	3 822	1 021
Ørland	199 071	40 408	1 095	145 005	9 702	2 860
Bjugn	59 976	12 167	310	43 696	3 002	802
Brekstad	139 095	28 241	785	101 309	6 701	2 059
Ørnes	108 066	20 876	444	80 100	5 142	1 504
Ørsta	156 512	23 158	518	123 814	7 144	1 879
Øyer	204 586	29 616	1 124	163 480	7 352	3 014
Øygarden	466 023	68 195	1 852	375 474	15 261	5 240
Sotra	395 598	55 717	1 612	320 654	12 978	4 637
Sund	70 425	12 478	240	54 821	2 283	603
Åfjord	69 361	14 111	308	52 182	1 968	792
Ål	79 174	10 305	424	64 979	2 073	1 393
Ålesund	1 350 887	187 764	6 135	1 076 334	64 525	16 130
Digerneset	286 890	40 336	964	228 332	13 989	3 269
Moa	707 717	94 375	3 488	563 063	38 170	8 621
Ålesund sentrum	356 280	53 052	1 683	284 940	12 365	4 240
Ålgård	242 055	34 082	965	192 340	11 145	3 523
Åndalsnes	123 226	20 750	612	94 305	5 500	2 060
Årdal	72 660	14 147	270	54 625	2 587	1 031
Årnes	197 478	34 493	1 239	151 667	6 770	3 308
Ås	669 901	72 719	3 777	558 984	25 083	9 338
Vinterbro	502 423	51 020	2 745	425 461	16 946	6 252
Ås	167 478	21 699	1 032	133 523	8 137	3 087
I ALT	92 059 843	12 390 075	506 083	74 140 602	3 688 437	1 334 647

Grossistenes markedsandel, totalt

Grossistenes markedsandel i 2024, totalt salg, 1000 liter		
GROSSIST	1.000 LITER	ANDEL
Arcus Wine Brands AS	5 235	5,7 %
Fondberg AS	3 191	3,5 %
Arcus Norway AS	2 676	2,9 %
VCT Norway AS	2 585	2,8 %
Grape Company AS	2 542	2,8 %
Pernod Ricard Norway AS	2 471	2,7 %
Concha y Toro Norway AS	2 431	2,6 %
Robert Prizelius AS	2 329	2,5 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 238	2,4 %
Engelstad Spirits AS	2 205	2,4 %
Moestue Grape Selections AS	2 042	2,2 %
Winery AS	1 828	2,0 %
Palmer Wine AS	1 627	1,8 %
Symposium Wines AS	1 624	1,8 %
Wongraven Wines AS	1 555	1,7 %
Andre	55 479	60,3 %
TOTALT	92 060	100 %

Grossistenes markedsandel, brennevin ¹

Grossistenes markedsandel i 2024, totalt salg, 1000 liter		
GROSSIST	1.000 LITER	ANDEL
Arcus Norway AS	2 645	21,4 %
Engelstad Spirits AS	1 868	15,1 %
Pernod Ricard Norway AS	1 252	10,1 %
Robert Prizelius AS	895	7,2 %
Galatea Beverages AS	822	6,6 %
Altia Norway AS	801	6,5 %
Edrington Norway AS	422	3,4 %
Bacardi Norge AS	387	3,1 %
Just Drinks AS	321	2,6 %
Interbev AS	297	2,4 %
Spivi AS	246	2,0 %
Bache-Gabrielsen Norge AS	218	1,8 %
Det Norske Brenneri AS	214	1,7 %
Distillium AS	203	1,6 %
Wiig Spirits AS	160	1,3 %
Andre	1 640	13,2 %
TOTALT	12 390	100 %

Grossistenes markedsandel, svakvin ³

Grossistenes markedsandel i 2024, totalt salg, 1000 liter		
GROSSIST	1.000 LITER	ANDEL
Arcus Wine Brands AS	5 214	7,0 %
Fondberg AS	3 146	4,2 %
VCT Norway AS	2 585	3,5 %
Grape Company AS	2 511	3,4 %
Concha y Toro Norway AS	2 431	3,3 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 238	3,0 %
Moestue Grape Selections AS	1 965	2,7 %
Winery AS	1 828	2,5 %
Palmer Wine AS	1 616	2,2 %
Symposium Wines AS	1 599	2,2 %
Wongraven Wines AS	1 554	2,1 %
Exciting Wines AS	1 448	2,0 %
Einar A Engelstad AS	1 439	1,9 %
Stenberg & Blom AS	1 431	1,9 %
Robert Prizelius AS	1 408	1,9 %
Andre	41 729	56,3 %
TOTALT	74 141	100 %

^[1] Drikk som inneholder tilvirket alkohol ublandet eller i blanding med andre produkter og som ikke er vin.
Enhver drikk som inneholder mer enn 22 volumprosent alkohol regnes som brennevin.

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

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

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

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



AS VINMONOPOLET

Foretaksregisteret
NO 817 209 882 MVA

KJEDEKONTOR

Dronning Eufemias gate 11
Postboks 6953,
St. Olavs plass, 0130 OSLO

TELEFON

22 01 50 00

vinmonopolet.no
kundesenter@vinmonopolet.no

ILLUSTRASJONER

Bjørn Brochmann og Magnus Line

FOTO

Ellen Jarli og Jarle Hvidsten



VI SELGER MED ANSVAR