



# Års- og bærekraftsrapport 2025

A/S VINMONOPOLET

# Innhold

FORORD	Administrerende direktør har ordet	3
DEL 1 - ÅRSBERETNING		
<b>Om oss</b>	Dette er Vinmonopolet	7
	Nøkkeltall	8
	Foretaksstyring	9
	Lønnsomhet og strategi	13
	Ansvarlig salg	15
	Salgskanaler	17
	Trender og salg	19
DEL 2 - ÅRSBERETNING		
<b>Bærekraft</b>	Introduksjon til bærekraft	22
	Vinens vei	29
	Klima	30
	Natur	41
	Sirkularitet	45
	Arbeidstid	50
	Dialog med fagforeninger	53
	Opplæring og kompetanseutvikling	55
	Helse og sikkerhet	57
	Mangfold	59
	Arbeidere i verdikjeden	61
	Kunder	66
	Forretningsatferd	71
	Vedlegg bærekraft	73
DEL 3 - ÅRSBERETNING		
<b>Om regnskapet</b>	Om regnskapet	78
	Styrets signatur på årsberetningen	79
DEL 4		
<b>Årsregnskap</b>	Resultat	83
	Noter	87
	Revisors beretning om regnskapet	102
	Revisors uttalelse om bærekraft	104
DEL 5		
<b>Vedlegg</b>	Salget i 2025	108

ADMINISTRERENDE DIREKTØR HAR ORDET

# 2025: Sikre lønnsomhet og en fortsatt velfungerende vinmonopolordning i Norge

– 2025 har handlet om å sikre Vinmonopolets lønnsomhet for en fortsatt relevant og velfungerende vinmonopolordning i Norge, sier administrerende direktør Elisabeth Hunter.



## Lønnsomhet og effektiv drift

Vinmonopolet skiller seg fra andre butikker ved at vi ikke har som mål å tjene mest mulig penger. Samtidig skal vi drive effektivt og bære våre egne kostnader. Det er en forutsetning for vinmonopolordningen i Norge.

Vinmonopolet har i mange år hatt god økonomi. Men etter pandemien har salget falt, mens kostnadene stadig øker som følge av høy pris- og lønnsvekst i samfunnet. Økte pensjonskostnader endrer også den økonomiske situasjonen for Vinmonopolet i årene som kommer.

Endringer i offentlig tjenestepensjon medførte en ekstraordinær engangskostnad for Vinmonopolet på omtrent 450 millioner kroner i 2025, og om lag 150 millioner kroner i økte pensjonskostnader hvert år fremover. Dette er krevende, og har gjort det nødvendig å se på tiltak både på inntekts- og utgiftssiden vår for at vi skal kunne drifte vinmonopolordningen lønnsomt også i fremtiden.

## Tiltak for økt lønnsomhet

1. mai 2025 var vi nødt til å justere avansen vår, for første gang siden 2019. Men avansen, eller vår bruttomargin, er fremdeles lavere enn i varehandelen generelt, rundt 12,5 prosent.

Justering av avansen var imidlertid ikke tilstrekkelig for at Vinmonopolet skal kunne drifte effektivt og lønnsomt over tid, og vi ønsker heller ikke å skyve hele kostnaden over på leverandørene og kundene våre. Gjennom 2025 har vi derfor gjennomgått hele virksomheten vår, og snudd hver stein for mulige kostnadsbesparelser.



Fra og med 01.01.2026 har vi innført krav om klimasmart emballasje på all vin uten bobler til under 250 kroner. Kravet påvirker omtrent 84 prosent av det totale salget av stille vin på flaske, noe som tilsvarer i overkant av 21 millioner liter.

Klimasmart emballasje, eller lettvektsemballasje, kan være laget av enten plast, aluminium og kartong, men i all hovedsak er det snakk om lettere glassflasker. De tyngste glassflaskene veide opptil 1,5 kilo uten innhold før kravet trådte i kraft. Nå kan ikke disse flaskene veie mer enn 420 gram per 0,75 liter.

Verken vekten eller tykkelsen på glasset påvirker kvaliteten eller lagringsevnen til vinen. Ved å bytte til lettere glassflasker fjernes altså bare den unødvendige vekten på flasken. Ikke bare kutter dette utslipp og unødvendig bruk av ressurser, det er også økonomisk lønnsomt for produsentene på lang sikt.

Det nye kravet fører til at hele 3 000 tonn mindre glass blir produsert, fraktet til butikkene våre og håndtert av oss og kundene våre – hvert eneste år. Det er en vekt som tilsvarer 100 fullastede trailere. I tillegg kutter det klimagassutslippet vårt med hele 2 800 tonn CO<sub>2</sub> – omtrent 10 prosent av Vinmonopolets totale emballasjeutslipp.

For å gi bransjen forutsigbarhet og mulighet til omstilling har vi gitt leverandørene nesten to år på å tilpasse seg det nye kravet. Selv om dette har vært en stor endring for flere av dem, har de vært imøtekommende. Vi er veldig glade for å ha dem med på laget, og vil gi dem all honnør for hvordan de har tilpasset seg kravet.

I 2025 styrket vi bærekraftsarbeidet ved å ta i bruk et nytt sporbarhetssystem som gir oss bedre oversikt over forholdene i leverandørkjeden. Vinmonopolets bærekraftsplattform er utviklet som et felles verktøy for oss og grossistene, og gjør det mulig å systematisk kartlegge arbeidsforhold og miljøpåvirkning – og å følge opp forbedringer der det trengs.

Vår rolle som en 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.

## En ordning som fungerer

I februar 2025 kom det en ny rapport fra Verdens helseorganisasjon (WHO) som bekrefter at vinmonopolordningen bidrar til å holde alkoholkonsumet i Norge lavere enn i resten av Europa. I den anledning samlet vi viktige aktører innen alkoholfeltet til en alkoholpolitisk konferanse. Konferansen var viktig for å belyse Vinmonopolets betydning i et folkehelseperspektiv.

Alkohol er en lovlig, men annerledes vare. Derfor er også Vinmonopolet en annerledes butikk. Gjennom ansvarlig salg og regulert tilgjengelighet bidrar vi til å begrense skadevirkningene av alkohol, for den enkelte og for samfunnet. Det kanskje aller viktigste vi gjør, er å begrense tilgangen på alkohol for mindreårige.

Derfor er det veldig gledelig at vi i 2025 hadde det beste resultatet for alderskontrollen som vi noensinne har målt. 97 prosent av kontrollørene mellom 18 og 25 år ble spurt om legitimasjon! Det er et resultat av kontinuerlig og systematisk jobbing over tid, og en viktig grunn til at Vinmonopolet er til.

2025 ble et krevende år for oss i Vinmonopolet. Resultatene fra kundeundersøkelser og alderskontrollmålinger viser at vi likevel har lyktes med å levere på vårt samfunnsoppdrag: å sikre ansvarlig salg. Dette sørger for fortsatt oppslutning om og legitimitet for vinmonopolordningen.

Det skal vi bygge videre på i årene som kommer, i vårt kontinuerlige arbeid med å sikre en fortsatt relevant og velfungerende vinmonopolordning for fremtiden!



**Elisabeth Hunter**  
Adm. direktør

## DEL 1 - ÅRSBERETNING

# Om oss

---

Dette er Vinmonopolet

Nøkkeltall

Foretaksstyring i Vinmonopolet

Lønnsomhet og strategi

Ansvarlig salg

Salgskanaler

Trender og salg

# Dette er Vinmonopolet

**Vinmonopolet er et alkoholpolitisk virkemiddel som har til formål å begrense skadevirkningene av alkohol for den enkelte og for samfunnet som helhet.**

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 de siste tallene fra OECD er gjennomsnittlig alkoholkonsum for nordmenn over 15 år 6,2 liter ren alkohol per år, mens det i Danmark er 9,3 liter årlig per innbygger over 15 år. Gjennomsnittet blant alle OECD-land er 8,5 liter ren alkohol per år, noe som viser at norsk alkoholpolitikk og vinmonopolordningen fungerer etter hensikten.

## Økende oppmerksomhet på smak

Vinmonopolet har gjennom sin over hundre år lange 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 er faglig spennende og passer godt i kombinasjon med mat.

## Ansvarlig salg

Vinmonopolet er underlagt alkoholreklameforbud, har ingen salgskampanjer og oppfordrer ikke til mersalg. Hvis du ser for deg en handleopplevelse på polet, 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 størst mulig salg og inntjening. Dette, sammen med å hindre salg av alkohol til mindreårige og til folk som er beruset, er det viktigste med Vinmonopolet.

## Statens eierskap og rolle

Det er grunnleggende at Vinmonopolet drives effektivt og lønnsomt. Driften av Vinmonopolet reguleres gjennom et årlig oppdragsbrev fra Helse- og omsorgsdepartementet, der overskuddsandelen til staten fastsettes.

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 250 kroner per flaske for alle viner, også for de aller dyreste vinene til flere tusen kroner per flaske. Alkoholavgiften regnes ut fra alkoholinholdet. Derfor blir dyrere vin forholdsmessig rimelig i Norge og brennevin forholdsmessig dyrt.

## Avhengig av folks støtte

For å opprettholde vinmonopolordningen er det av stor betydning 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, jobber vi for å skape gode handleopplevelser for alle som besøker Vinmonopolet. Vinmonopolet har 2 119 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 mangfoldig 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

Butikkene våre 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 er normalt åpent fra 10.00 til 18.00 på hverdager og fra 09.00 til 16.00 på lørdager. Vi holder stengt alle helligdager, samt på 17. mai og julaften.

Blant våre 353<sup>1)</sup> butikker varierer åpningstid og utvalg ut fra lokal etterspørsel og handlemønster. 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 2025



ANTALL BUTIKKER

**353**<sup>1)</sup>

Vi åpnet 2 nye butikker i 2025



ANTALL ÅRSVERK

**1 292**

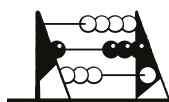
19 flere enn i 2024



ANTALL PRODUKTER

**38 000**

Omtrent det samme som i 2024



DRIFTSRESULTAT (NOK)

**-321 MILL.**

Se regnskapsdelen for detaljer om driftsresultatet



LITER SOLGT (MILLIONER)

**90**

Ned 2,2 % mot 2024



ANTALL GROSSISTER

**718**

82 færre enn i 2024



ALDERSKONTROLL

**96,91 %**

Opp 0,17 % mot 2024



KLIMAUTSLIPP (TONN CO<sub>2</sub>)

**247 474**

Nedgang på 3 % i forhold til 2024



BI'S KUNDEBAROMETER

**1. Plass**

Opp fra 2. plass i 2024

<sup>1)</sup> Det er styrevedtak på 354 butikker per 31.12.25. Da vinmonopolet i Thereses gate i Oslo er under flytting, er det per 31.12.25 353 butikker i drift.

## FORETAKSSTYRING OG LEDELSE

# Slik styres Vinmonopolet

## Styre

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

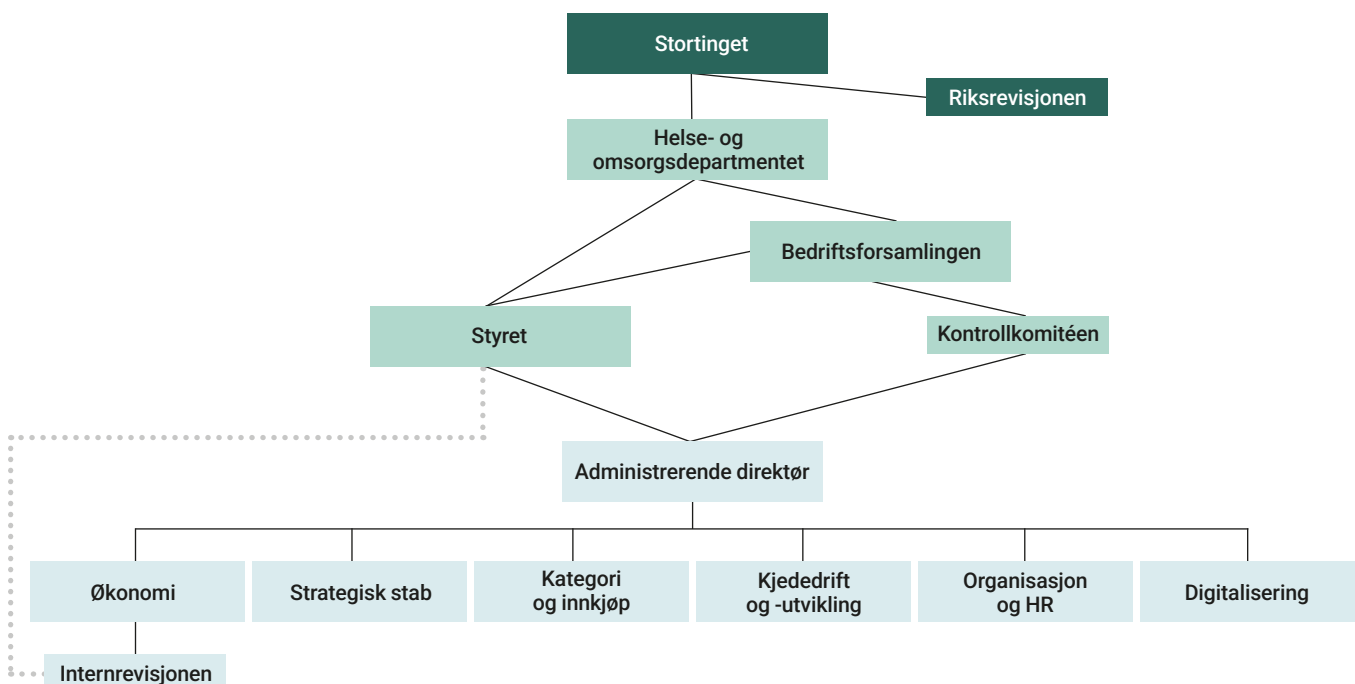
Opgavene og ansvaret til styret er fastsatt i instruks for AS Vinmonopolets styre, som er vedtatt ved kongelig resolusjon. I tråd med instruksen har styret ansvaret for en forsvarlig organisering av selskapet. Det skal holde seg orientert om den økonomiske stillingen i selskapet og plikter å sørge for 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 og kontrollkomité

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 ett år om gangen. Bedriftsforsamlingen skal føre tilsyn med styrets og administrerende direktørs forvaltning av selskapet. Tre av medlemmene i bedriftsforsamlingen sitter i kontrollkomitéen.

Kontrollkomitéen skal på vegne av bedriftsforsamlingen føre tilsyn med styrets og administrerende direktørs forvaltning av selskapet, herunder at lovgivning og andre bestemmelser som selskapet skal følge, blir etterfulgt.

## Vinmonopolets styringsmodell illustrert



## Internrevisjon

Vinmonopolets internrevisjon er en uavhengig, objektiv bekreftelses- og rådgivningsfunksjon. Internrevisjonen skal overvåke og kontrollere selskapets prosesser for virksomhetsstyring, risikostyring og kontroll. Internrevisjonen rapporterer funksjonelt til Vinmonopolets styre og administrativt til direktør for økonomi. Internrevisjonen får sin instruks fra styret.

## Etiske retningslinjer

Vinmonopolet har et viktig samfunnsoppdrag, og det er en forutsetning at vi har en høy etisk standard. Selskapet har utarbeidet etiske retningslinjer for ansatte, som er godkjent av styret. Vinmonopolets etiske retningslinjer danner grunnlag for et tillitsfullt og forpliktende forhold mellom bedriften på den ene siden og samfunnet, samarbeidspartnere, leverandører, kunder og ansatte på den andre.

## Strategi

Styret skal fastsette mål og retningslinjer for selskapet og følge disse opp. Vinmonopolets nåværende strategi ble vedtatt i 2022 og gjelder frem til 2030, med mulighet for årlig revidering. Strategien ble revidert i 2025 som følge av «Lønnsomhetsprosjektet», se eget avsnitt på side 13. Bærekraft er en del av selskapsstrategien og følges opp årlig i styret gjennom strategiprosessen på samme måte som øvrige strategiske mål.

## Risikostyring

Det gjennomføres årlige risikoanalyser for selskapets aktiviteter. Formålet med risikostyring i Vinmonopolet er å skape og verne om verdier for selskapet. Risikostyringen skal forbedre prestasjon, støtte måloppnåelse og sikre god kontroll på forhold som er viktige for omdømmet, utviklingen og driften til selskapet. Også her behandles bærekraft som en integrert del av den øvrige risikostyringen. Det er styret som fastsetter Vinmonopolets policy for risikostyring. Denne ble oppdatert i 2024 med flere konsekvenskategorier, slik at den også kan brukes for å vurdere bærekraftsrisikoer.

Styret signerer bærekraftsinnholdet i års- og bærekraftsrapporten, samt redegjørelsen som, i tråd med åpenhetsloven, beskriver prosessen for aktsomhetsvurderinger vedrørende menneskerettigheter i Vinmonopolet.

## Krise-, katastrofe- og krigssituasjoner

Vinmonopolet har et beredskapsplanverk som oppdateres jevnlig. I 2025 ble det ikke gjennomført noen egen beredskapsøvelse, men det ble avholdt en utvidet medietrening for ledelsen knyttet til krevende hendelser.

Vi har også brukt planverket i reelle hendelser: I 2020 da vi håndterte koronapandemien, 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 butikker har etablert sikringstiltak som beskytter deres samlede verdier. Ansatte er også generelt flinke til å håndtere uønskede hendelser og uønskede handlinger fra personer i det daglige.

# Styret i Vinmonopolet i 2025

Styret i Vinmonopolet er oppnevnt for perioden fra 1. juli 2024 til 30. juni 2026.



Styreleder  
**Åsne Havnelid**

**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 Sporveien, leder Spekters valgkomite



Nestleder  
**Sverre Helno**

**Fødselsår:** 1962

**Stilling:** Ulike styreverv

**Bakgrunn:** CEO i ICA Norge, Gresvig Sport Divisjon, Gresvig Tekstil Divisjon, Urmoe Restaurants AS, Møller Bil AS og Møller Bil AB, Bertel O. Steen Detalj AS

**Utdanning:** Siviløkonom Bedriftsøkonomisk Institutt 1988

**Tillitsverv:** Styreleder i Motavo group AS



Styremedlem  
**Kari Randen**

**Fødselsår:** 1972

**Stilling:** Daglig leder Fjellnettverket

**Bakgrunn:** Daglig leder AV-OG-TIL, informasjonsrådgiver Nasjonalforeningen for folkehelsen, informasjonssjef i AV-OG-TIL

**Utdanning:** Executive Master of Management, BI. Studier i kommunikasjon, samfunnsfag, språk og medievitenskap ved Universitetet i Oslo

**Tillitsverv:** Nestleder Nasjonalt Senter for Fjellandbruk AS, styremedlem Leveld kunstnartun AiR og styremedlem ÅI utvikling AS



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, styremedlem i Meteorologisk institutt



Styremedlem  
**Øyvind Winther**

**Fødselsår:** 1964

**Stilling:** Adm. dir. Apotek 1 Gruppen

**Bakgrunn:** Adm. dir. Expert Nordic & Baltic, Executive Retail Director Europe, Phoenix Pharmahandel, Tyskland, Adm. dir. 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:** Forsker, underviser og rådgir bedrifter innenfor tema som bærekraft, forretningsmodelldesign og strategisk innovasjon

**Utdanning:** Doktorgrad i økonomisk-administrative fag

**Tillitsverv:** Styremedlem i Enova, 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

## Ledergruppen

Ledergruppen i Vinmonopolet består per 31.12.2025 av



**Elisabeth Hunter**  
Administrerende direktør



**Stine Trygg-Hauger**  
Kjededirektør



**Bjørn-Egil Ekhaugen**  
Direktør økonomi



**Siri Holland**  
Direktør strategisk stab



**Espen Terland**  
Direktør digitalisering



**Børre Malvik**  
Direktør organisasjon og HR

Etter at direktør kategori og innkjøp sluttet, har to ledere fra avdelingen midlertidig deltatt i ledergruppen.

## STRATEGI

# En vinmonopolordning for fremtiden

2025 har vært et år preget av nødvendige omstillinger, der økte kostnader og fallende inntekter har utfordret Vinmonopolets lønnsomhet. Gjennom målrettede tiltak og strategiske prioriteringer har vi lagt grunnlaget for lønnsom drift i årene fremover.

Vi har gjennom 2025, etter en grundig gjennomgang av driften, kuttet kostnader til velferdsordninger, ansattgoder, ekstern og intern møtevirksomhet, og leverandørkostnader. I mars fikk derfor alle ansatte på Vinmonopolets kjedekontor mulighet til å søke om sluttpakke. 30 ansatte fikk innvilget dette.

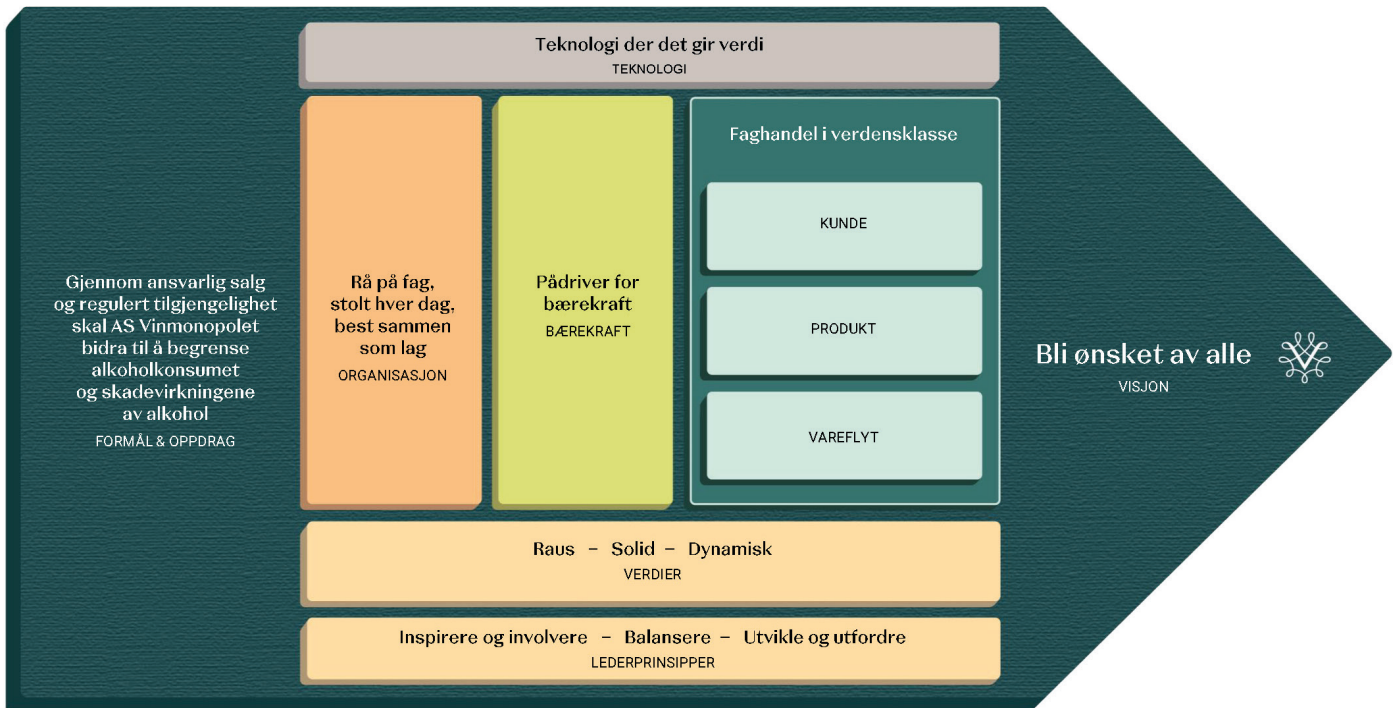
## Justert strategi

Strategien ble justert for å være tilpasset færre årsverk og andre kostnadsbesparende tiltak. Den største endringen er ambisjonen for bærekraft, hvor målet er endret fra at Vinmonopolet skal være en «foregangsvirksomhet» til en «pådriver». Det krever mye av et selskap å være en foregangsvirksomhet. Samtidig er det å være en pådriver et sterkt signal om at vi fortsatt skal ligge langt fremme, og det tydeliggjør at Vinmonopolet kan ha størst innvirkning som pådriver i leverandørkjeden.



## PolPilen gir retningen

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



## Grunnlaget: Vinmonopolet er det viktigste alkoholpolitiske virkemiddelet for å sikre ansvarlig salg av alkohol

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.

- **Faghandel i verdensklasse**

Vi leverer på det som er viktig for kundene våre, gjennom hele kundereisen. Vi skal tilby relevante produkter, effektiv og forutsigbar vareflyt og imponerende kundemøter.

- **Pådriver for bærekraft**

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 CO<sub>2</sub>-utslipp i henhold til nasjonale mål og være en pådriver for å redusere klimagassutslipp, miljøbelastning og negativ påvirkning av natur 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 bidrar til å begrense skadevirkningene av alkohol, for den enkelte og for samfunnet som helhet. Her er en oppsummering av resultatene for ansvarlig salg i 2025.

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 hindre salg ved beruselse.

## Hindre salg av alkohol til mindreårige

Målet vårt er at ingen mindreårige skal få kjøpt alkohol på Vinmonopolet. I 2025 hadde vi det beste resultatet på alderskontrollen som vi noensinne har målt: Målingene våre<sup>2</sup> viste at 97<sup>3</sup> prosent av kontrollørene mellom 18 og 25 år ble spurt om legitimasjon. Kontinuerlig og systematisk jobbing bidrar til de gode resultatene.

Alderskontroll er et sentralt nøkkeltall i Vinmonopolet. Dette 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 med å sikre ansvarlig salg gjennomfører Vinmonopolet årlige kampanjer. I 2025 relanserte vi også alderskontrollkampanjen fra året før, om «vanskelige voksening», hvor budskapet er at det å vise legitimasjon på polet ikke er blant disse vanskelige vokseningene.

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 hos Vinmonopolet. I 2024 lanserte vi, i samarbeid med Posten og BankID, en løsning for digital ID. På slutten av 2025 så vi at rundt 10 prosent av de som viser legitimasjon hos oss, benyttet denne løsningen.

## Hindre at andre kjøper alkohol til mindreårige

Ifølge norsk lov er det ulovlig å kjøpe alkohol til mindreårige, såkalt langing. Vinmonopolet avviser kjøp der det er mistanke om langing. Andelen langingstilfeller gikk tydelig opp i 2025.

Våren 2025 lanserte vi en ny kampanje mot langing. Med filmer i sosiale medier, samt plakater i butikkene våre, ønsker vi å få unge voksne til å tenke seg godt om før de sier ja til å kjøpe alkohol til mindreårige. Holdningsundersøkelser vi gjennomfører hvert annet år, viser imidlertid at stadig flere foreldre og eldre søsken synes det er greit å kjøpe alkohol til sine mindreårige barn og søsken. Derfor laget vi denne kampanjen, hvor vi retter oppmerksomheten mot ansvaret man har om man velger å kjøpe alkohol til mindreårige. Kampanjen på våren ble fulgt opp med en ny film og en relansering av selve kampanjen på høsten 2025. Budskapet i filmen er at alkohol kan få deg til å miste kontroll – spesielt når du kjøper til andre enn deg selv.

Vi arbeider målrettet med å gjøre våre medarbeidere tryggere på å avvise kjøp på grunn av mistanke om langing, og i 2025 oppdaterte vi opplæringsmaterialet vårt knyttet til ansvarlig salg. Egne case-baserte filmer viser hvordan man bør oppføre seg i ulike situasjoner som kan oppstå i butikkene våre, som når en mor og en for ung datter handler sammen.



<sup>2</sup> Tall på alderskontroll baserer seg på måling med mystery shopper. Les hvordan dette måles på side 70.

<sup>3</sup> Tallet for 2024 var 96,74 prosent. For 2025 endte tallet på 96,91 prosent, 0,17 prosentpoeng opp fra fjoråret.

## Hindre salg av alkohol til berusede

Vinmonopolet skal ikke selge alkohol til personer som er tydelig påvirket av rusmidler. I 2025 avviste vi langt flere enn 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. Avvisning av kjøp er en del av den nye opplæringspakken vi har utviklet i 2025, blant annet i form av ny e-læring.



## Påvirke 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 å drive mersalg eller markedsføring. I 2025 fokuserte Vinbladet på ulike metoder for produksjon av produktene vi selger, kvalitet, smak og språk, og tidens betydning for eksempel for lagring og utvikling. Gjennom 2025 publiserte vi én podkastepisode annenhver uke, der våre fagekspert deler 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 2025 var en stor del av innholdet i sosiale medier knyttet til ansvarlig salg, et begrenset konsum og bærekraft.

## Vinmonopolets samfunnsrolle

Hvert år spør Vinmonopolet, i samarbeid med en ekstern samarbeidspartner, et representativt utvalg av befolkningen 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 2025 svarte 51 prosent ja på dette, mot 49 prosent i 2024.

## Oppmerksomhet om pårørende

Alkoholproblemer påvirker ikke bare den som drikker. Det er også krevende å være pårørende, venn eller kollega. I 2025 har Vinmonopolet tatt en 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 sunnhet og helse. Stadig flere ønsker måtehold og ser at en reduksjon i alkoholkonsumet kan gi 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 2025 oppga 11,6 prosent at de ikke drikker alkohol. Dette er en oppgang fra 10,9 prosent i 2024.

## UTVIKLING AV VÅRE SALGSKANALER

# Våre møter med kundene

**I 2025 har vi fortsatt arbeidet med å skape gode handleopplevelser, både i butikkene våre, i nettbutikken og via kundesenteret.**

En av fire hovedambisjoner i Vinmonopolets strategi er å være en faghandel i verdensklasse, og vi jobber hele tiden med å utvikle oss og bli bedre. I dag er vi blant bedriftene i landet som har mest fornøyde kunder. Vinmonopolets kunde- og opinionsundersøkelse (2025) viser at generell service og hjelpsomhet er de faktorene Vinmonopolet skårer høyest på, der 86 prosent oppgir at de er fornøyde eller veldig fornøyde. Den varefaglige kompetansen vår er en viktig grunn til det, sammen med god kundeservice. Les mer om hvordan vi jobber med kompetanseutvikling på side 55.

### Det beste kundemøtet

Vinmonopolet har utarbeidet en standard for kunde-møter som vi kaller «det beste kundemøtet». Det beste kundemøtet måles med «mystery shoppers» eller «mystery callers». Dette er kontrollører som opptrer som kunder og evaluerer kvaliteten på kundebehandlingen vår. Alle butikkene, nettbutikken og kundesenteret måles løpende gjennom året. I snitt oppnådde butikkene en mystery shopper-score på oppunder 90, og kundesenteret 93, på disse målingene i 2025, et svært høyt nivå. I 2025 oppgir 92 prosent av kundene i nettbutikken at de fikk gjort det de kom for å gjøre, en økning på 2 prosentpoeng fra 2024. I 2025 startet vi også måling av i hvilken grad kundebehandlingen i chat svarer til det beste kundemøtet, og resultatene viser så langt en score på 88.

Ifølge kunde- og opinionsundersøkelsen i 2024 hadde kunder mellom 18 og 30 år et litt mindre positivt syn på Vinmonopolet og ordningen enn de eldre i samfunnet. For å løfte oss ble unge voksnes handleopplevelse inkludert i målingene av «det beste kundemøtet» i 2025. Dette ble fulgt opp med dilemmadiskusjoner og workshoper på butikksjefsmøter. Det er viktig for oss å tilby et godt kundemøte med støtte og rådgivning til alle typer kunder, også unge voksne. Vinmonopolet skal være for alle.



### Reduksjon i salg av plastposer

Vinmonopolet har hatt et mål om ikke å selge mer enn 0,15 poser per kunde innen utgangen av 2025. Poser ble derfor inkludert i målinger og løpende driftsoppfølging i 2025. Resultatet for 2025 ble 0,2 poser per kunde. Sammenlignet med 2024 innebærer dette en reduksjon på 30 prosent.

### Nye regler for retur av varer

Et viktig arbeid i 2025 har vært å utarbeide nye regler for retur av varer. Fra 1. januar 2026 innfører Vinmonopolet krav om retur innen 30 dager mot kvittering eller byttelapp.

### Tilgjengelighet

Vinmonopolet hadde 353 butikker i drift ved utgangen av 2025. Vi åpnet to nye butikker i 2025: i Aurland (Vestland) og Overhalla (Trøndelag). Geografisk spredning og prioritering av kommuner og handelssteder som ikke har pol, er viktig når Vinmonopolets styre vedtar åpning av nye lokasjoner. Samtidig skal butikketableringer gjøres innenfor økonomisk forsvarlige rammer. Vinmonopolet har siden år 2000 åpnet 222 nye butikker rundt omkring i Norge, og 98 prosent av befolkningen bor nå enten i en kommune med pol eller mindre enn 30 km fra nærmeste pol.

## Digital handel

Netthandel står for om lag fem prosent av Vinmonopolets totale salg, og vi ser en tydelig vekst i digital handel – særlig gjennom økt bruk av Vinmonopolets app. De største utviklingsaktivitetene i 2025 har vært knyttet til implementering av nytt CMS (content management system) og lansering av ny kjøpsløsning med bruk av BankID ved nyhetslanseringer og slipp i nettbutikken.

En utfordring vi har jobbet med å løse, er at varebeholdningen for ettertraktede produkter ikke alltid er tilstrekkelig oppdatert. Dette kan føre til at kunder opplever at en bekreftet bestilling likevel er utsolgt. For å bedre presisjonen har vi i 2025 utviklet og endret interne rutiner, samt igangsatt tiltak i samarbeid med leverandørene våre, blant annet forbedring av masterdata.

Vinmonopolet har et mål om å være foretrukket kilde for varefaglige råd også digitalt, og vi jobber kontinuerlig med dette. I 2026 vil vi fortsette denne utviklingen for å skape en mer personlig tilpasset digital handleopplevelse. Målet er å gi kunden personlige varefaglige råd og drikkeforslag på vinmonopolet.no og i appen, som også kan brukes hvis kunden oppsøker en fysisk butikk.

## Kundesenteret

Vinmonopolets kundesenter besvarer spørsmål, driver varefaglig rådgivning og tar imot varebestillinger, særlig større bestillinger fra bedrifter eller til store selskaper. Antallet henvendelser gikk ned med seks prosent fra 2024 til 2025. Samtidig blir henvendelsene mer krevende og endrer seg i takt med økende digitalisering. Kundene har stadig høyere forventninger til varefaglig rådgivning og en del opplever digitalt utenforskap.



## SALG OG TRENDER

# Normalisering i salget og økning i «lyst og lett»

Etter flere år med pandemi og stort salg ser vi nå en normalisering av salget. Samtidig er forbrukernes drikkemønster i endring – flere foretrekker lettere, lysere drikke med lavere alkoholprosent eller ingen alkohol, og mange ønsker at vinen skal være økologisk.

Vinmonopolet solgte 90 millioner liter i 2025, en nedgang på 2,2 prosent sammenlignet med 2024. Salgsnedgangen er som forventet og kan betraktes som en normalisering etter pandemien. Ifølge Statistisk sentralbyrå har grensehandelen økt i løpet av året, og Avinor rapporterer om sterk vekst i utenlandstrafikken. Dette kan forklare noe av salgsnedgangen.

Til tross for mindre salg de siste årene ligger omsetningen fortsatt godt over nivået fra 2019 – det siste året før pandemien. Vi tror markedet nå er i ferd med å stabilisere seg etter pandemiårene 2020–2022 og forventer at omsetningen i 2026 vil være på omtrent samme nivå som i 2025.

### Rødvinsalget går ned

Vi selger fremdeles mest rødvinn, og slik har det vært siden midten av 1970-årene. Vi ser imidlertid at et økende antall butikker, særlig i Oslo sentrum/vest, selger mer hvitvin enn rødvinn. På landsbasis gikk salget av rødvinn ned med 5,5 prosent i 2025 sammenlignet med 2024, mens salget av hvitvin økte med 1 prosent. Dette underbygger trenden mot lysere og lettere drikke.

### Lyst og lett-trenden fortsetter

Vi har over flere år sett at lettere og lysere drikker – gjerne med et lavere sukker-, kalori- og alkoholinnhold – tar markedsandeler fra de sterkere og mørkere kategoriene. Lett og lyst-trenden kan forklares med varmere vær og at folk er mer opptatt av helse. Høyere temperaturer gjør at vi i økende grad foretrekker lettere og mer alkoholsvake produkter. Vi ser også at en generell helse- og sunnhetstrend skaper økt etterspørsel etter drikke med lavere sukker-, kalori- og alkoholinnhold.

### NoLo-trenden holder seg

NoLo-trenden handler om økende etterspørsel etter drikkevarer med ingen eller lite alkohol (no eller low). Trenden har vokst de siste ti årene og holder seg i 2025. Salget av øl, sider og alkoholfritt økte med henholdsvis 5, 7 og 9 prosent i 2025 sammenlignet med året før. Alkoholfritt har de siste ti årene hatt en økning på 425 prosent. Til sammenligning har salget av brennevin økt med knapt 7 prosent i samme periode.

Vi har i mange år jobbet bevisst med å møte lyst og lett-trenden og den økte etterspørselen etter produkter med ingen eller lite alkohol. Blant annet har utvalget økt betraktelig, og vi har hevet fagkompetansen vår på hvordan alkoholsvak/alkoholfri drikke kan kobles til ulike anledninger og matretter. Kvalitet og kombinasjon med mat er blitt viktigere for kundene våre, også når de ønsker drikke uten eller med mindre alkohol.

### Franske og engelske bobler

Etter flere år med vekst er det tegn til utflatning i salget av musserende vin. Det er oppgang for markedsledende Frankrike, særlig viser crémant en tydelig vekst. I tillegg er engelsk musserende svært populært og i sterk vekst. Norge har etablert seg som det største eksportmarkedet for engelsk vin.

## Økologisk er i vinden

Vi ser en markant økning i salget av økologiske viner. Dette er en trend som har pågått over tid, men som nå har forsterket seg. Økologi har en tydelig posisjon hos konsumentene, og stadig flere produsenter velger økologisk produksjon som en måte å kommunisere en mer bærekraftig tilnærming til vinproduksjon på.

Klimaendringer og teknologisk utvikling åpner for nye og glemte vinområder, mindre anerkjente vinmarker og vinstiler, samt hybride druesorter. Det plantes nye druetypeer i klassiske vindistrikter, og nye vinmarker etableres i høyden. Vi ser økende interesse for og anerkjennelse av vin fra Norden og fra land som Hellas, Libanon og Georgia, samt en tydelig salgsøkning for rødvin fra Tyskland. Salget av rødvin fra Italia, Frankrike, Spania og USA gikk noe ned i 2025, men fremdeles er Italia og Frankrike de foretrukne vinlandene for nordmenn.

## Ferdigblandede drinker

Veksten i ferdigblandede drinker (ready-to-drink, eller RTD) har pågått noen år i andre markeder internasjonalt, og de siste par årene har trenden fått fotfeste også i Norge. Generelt har vi over tid sett en økende interesse for cocktails, både i form av hjemmebartending og nå som ferdigblandede produkter. Skal vi tro på de store trendanalysene, er dette noe som vil fortsette fremover, og det forventes at RTD som kategori vil ta nye markedsandeler. Det er de yngre konsumentene i de store byene som driver trenden.

## Lys lager

Vi ser fortsatt en vekst for øl generelt, men økningen i lys lager overgår den generelle veksten. Dette er ikke bare isolert til det norske ølmarkedet, vi observerer den samme veksten også andre steder i verden. Etter mange år med størst oppmerksomhet om komplekse og mer krevende øl-stiler ser vi nå at lys lager blir omfavnet av håndverksbryggeriene. Det er dermed naturlig å se på denne utviklingen som en del av lyst og lett-trenden.

For detaljer om salgstillene, se side 108.

### DISSE RØDVINENE SOLGTE BEST I 2025

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



Vi kjøper mest  
rødvin fra Italia.

SNITTPRIS PÅ RØDVIN (75 CL)

**205 kroner**

### DISSE HVITVINENE SOLGTE BEST I 2025

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



Vi kjøper mest  
hvitvin fra Frankrike.

SNITTPRIS PÅ HVITVIN (75 CL)

**194 kroner**

DEL 2 - ÅRSBERETNING

# Bærekraft

---

Introduksjon til bærekraft

Vinens vei

Klima

Natur

Sirkularitet

Arbeidstid

Dialog med fagforeninger

Opplæring og kompetanseutvikling

Helse og sikkerhet

Mangfold

Arbeidere i verdikjeden

Kunder

Forretningsatferd

Vedlegg bærekraft

## ORGANISERING OG RAPPORTERING

# En pådriver for bærekraft

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

Eierskapsmeldingen (Meld. St. 6 (2022–2023) Et grønnere og mer aktivt statlig eierskap) legger klare forventninger til at statlige virksomheter skal være pådrivere for bærekraft og bidra til grønn omstilling. I tråd med disse forventningene – og med kundenes økende krav til ansvarlighet – har Vinmonopolet i sin strategi (presentert på side 13) definert bærekraft som et av våre prioriterte områder. Ambisjonen er å være en tydelig pådriver i bransjen og bruke vår posisjon til å påvirke leverandørkjeden og markedet i en mer bærekraftig retning.

Vinmonopolet har fire strategiske mål innen bærekraft som vi skal oppfylle innen 2030:

- vi reduserer klimagassutslipp i egen virksomhet i henhold til nasjonale mål, og er en pådriver for reduksjon av klimautslipp og tilpasning til klimarisiko i verdikjeden
- vi tar ansvar for miljøpåvirkning i egen virksomhet, og jobber for å redusere negativ påvirkning på natur i verdikjeden
- vi er en ansvarlig aktør og en pådriver for anstendige arbeidsforhold og respekt for menneskerettigheter i vår leverandørkjede
- vi gjør det enkelt og relevant å velge mer bærekraftig hver gang

Hvert av de fire målene har en eller flere KPI-er<sup>4</sup> som blir presentert løpende gjennom bærekraftsrapporteringen, og som det rapporteres på til eier og ledelse.

Som en del av strategiprosessen gjennomfører vi hvert år en omverdensanalyse som benyttes til justeringer i strategi og prioriteringer. I 2025 gjorde vi en helhetlig vurdering av hvordan selskapet best kan sikre langsiktig måloppnåelse. Dette arbeidet førte til justerte strategiske mål, der bærekraftsambisjonen ble omformulert fra «foregangsvirksomhet» til «pådriver for bærekraft».

### Om bærekraftsrapporteringen

Rapporten gjelder for AS Vinmonopolet. Nordpolet AS, Sirkel Materialgjenvinning AS og Sirkel Glass AS er selskaper der Vinmonopolet har eierandeler, men ingen av selskapene er konsolidert inn i Vinmonopolets regnskap eller genererer økonomisk avkastning for Vinmonopolet. Disse selskapene er derfor ikke tatt inn i bærekraftsrapporteringen.

Vinmonopolet har i flere år utarbeidet bærekraftsrapportering i tråd med Global Reporting Initiative (GRI) og fått dette attestert av revisor. I 2025 viderefører vi tidligere rapportering, samtidig som vi utvikler rapporten vår mot European Sustainability Reporting Standards (ESRS), som Vinmonopolet skal rapportere på fra 2027. I 2025 er det derfor kun klimagassregnskapet som er attestert av revisor. Klimagassregnskapet summeres i 2025 med lokasjonsbasert metode i stedet for markedsbasert metode for scope 2 for å være i tråd med rapporteringspraksis hos andre statlig eide selskaper.

Vi har gjennomført en oppdatert dobbel vesentlighetsanalyse som danner grunnlaget for bærekraftsrapporteringen i 2025. Vinmonopolets påvirkninger, risikoer og muligheter fra verdikjeden og hos kundene er tatt med i vesentlighetsanalysen og i bærekraftsrapporteringen.

### Organisering av bærekraftsarbeidet

Vinmonopolet har som mål at bærekraft skal være en integrert del av organisasjonens arbeid. Arbeidet bygger på selskapets overordnede strategiske retning og mål, som fastsettes av styret. Ledergruppen beslutter mål for bærekraftsarbeidet med administrerende direktør som øverste ansvarlig. Styret, som er presentert på side 11, blir jevnlig oppdatert om fremdriften og gir innspill til arbeidet. I 2025 har styret blitt presentert for og gitt innspill til arbeidet med Vinmonopolets klimaomstilling og klimatiltak, og arbeidet med anstendig arbeid og menneskerettigheter i leverandørkjeden, inkludert bærekraftsplattformen. Styret signerer også på hele årsrapporten, inkludert bærekraftsrapporteringen.

<sup>4</sup> Key Performance Indicator (KPI), måltall som brukes for å evaluere måloppnåelse.

Vinmonopolet har kvartalsvise 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.

Vinmonopolets bærekraftsenhet er organisert i avdelingen strategisk stab og består av leder for bærekraft, fagansvarlig for klima og miljø, fagansvarlig for anstendig arbeid og to 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 målene innen bærekraft. Dette innebærer også å vurdere behovet for å oppdatere interne retningslinjer og rutiner.

Bærekraftsenheten jobber tett med resten av organisasjonen. Enheten samarbeider med avdeling sortiment og innkjøp om krav og oppfølging av leverandører. I økonomiavdelingen er enhetene anskaffelser og juridisk særlig viktige sparringpartnere. I avdelingen kjededrift og -utvikling (KDU) er arbeidet med bærekraft støttet av tolv butikksjefer, én i hvert av våre tolv distrikter, som har et særskilt ansvar for å følge opp bærekraftsarbeidet i butikknettverket. Butikksjefene, som kalles bærekraftskonsulenter, samarbeider tett med kollegaer i sitt distrikt, blant annet om miljøfyrtårnsertifisering og bærekraft i kundemøtet.

Økonomiavdelingen er ansvarlig for årsrapporten, der bærekraftsenheten koordinerer innholdet om bærekraft. Kvalitetssikring av rapporteringen gjøres i samarbeid mellom de to.

## Interessentdialog og samarbeid

Som en betydelig innkjøper, faghandel og arbeidsgiver er Vinmonopolet med på å påvirke hverdagen til mange mennesker. Vi er avhengige av tillit og god dialog med interessentene våre – eiere og sentrale myndigheter, leverandører, kunder og samfunnet for øvrig – for å oppnå målene vi har satt oss når det gjelder bærekraft.

### Interessenter

Tabellen under oppsummerer interessentene våre, hvordan vi er i dialog med interessentene, og deres interesseområder.

INTERESSENER	HVORDAN ER VI I DIALOG	INTERESSEOMRÅDER
Eier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kvartalsvise kontaktmøter og et årlig møte om bærekraft</li> <li>• årlig rapportering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vinmonopolets samfunnsoppdrag</li> <li>• Vinmonopolet som ansvarlig virksomhet</li> <li>• likebehandling</li> <li>• klima og miljø</li> <li>• HMS</li> <li>• arbeidsforhold i leverandørkjeden</li> </ul>
Medarbeidere	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dialog mellom ansatte og leder</li> <li>• enhets-/personalmøter</li> <li>• årlig medarbeidersamtale</li> <li>• medarbeiderundersøkelser</li> <li>• arbeidsmiljøutvalget</li> <li>• informasjon og drøftingsmøte i Vinmonopolet</li> <li>• kurs og opplæring</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• god og trygg arbeidsplass</li> <li>• kompetanseheving og -utvikling</li> <li>• egen stillingsbrøk</li> <li>• Vinmonopolet som ansvarlig virksomhet</li> </ul>
Kunder	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kundemøter i fysiske butikker, kundesenteret og i nettbutikken</li> <li>• kundemagasinet Vinbladet og Vinmonopolets podkast</li> <li>• nettside, sosiale medier og holdningskampanjer</li> <li>• kundeundersøkelser</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• produktsikkerhet</li> <li>• klima og miljø</li> <li>• ansvarlig konsum</li> <li>• arbeidsforhold i leverandørkjeden</li> </ul>
Grossister	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kontaktmøter med bransjeforeningene</li> <li>• informasjon på leverandørportalen</li> <li>• lanseringsplaner med anbud på nye produkter</li> <li>• Vinmonopolets bærekraftsplattform</li> <li>• dialogmøter og løpende korrespondanse</li> <li>• kurs og webinarer</li> <li>• høringsrunder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• likebehandling</li> <li>• markedstilgang</li> <li>• digital utvikling</li> <li>• lønnsomhet</li> <li>• å tilby mer bærekraftige produkter</li> <li>• støtte i arbeidet med å følge opp og etterleve våre etiske krav</li> </ul>
Produsenter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kurs, opplæring og webinarer</li> <li>• Vinmonopolets bærekraftsplattform</li> <li>• veiledning og oppfølging samt handlingsplaner ved brudd på Vinmonopolets etiske krav</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• likebehandling</li> <li>• anerkjennelse av egne produkter, programmer og sertifiseringer</li> </ul>
Media og sivilsamfunnet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• svare raskt, åpent og utfyllende på alle henvendelser</li> <li>• diskutere aktuelle problemstillinger med organisasjoner, næringen eller forskningsmiljøer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vinmonopolets rolle og samfunnsoppdrag</li> <li>• klima og miljø</li> <li>• arbeidsforhold i leverandørkjeden</li> </ul>

**Samarbeidspartnere**

Vi samarbeider med en rekke organisasjoner og virksomheter for å styrke arbeidet med bærekraft og samfunnsoppdraget 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:**

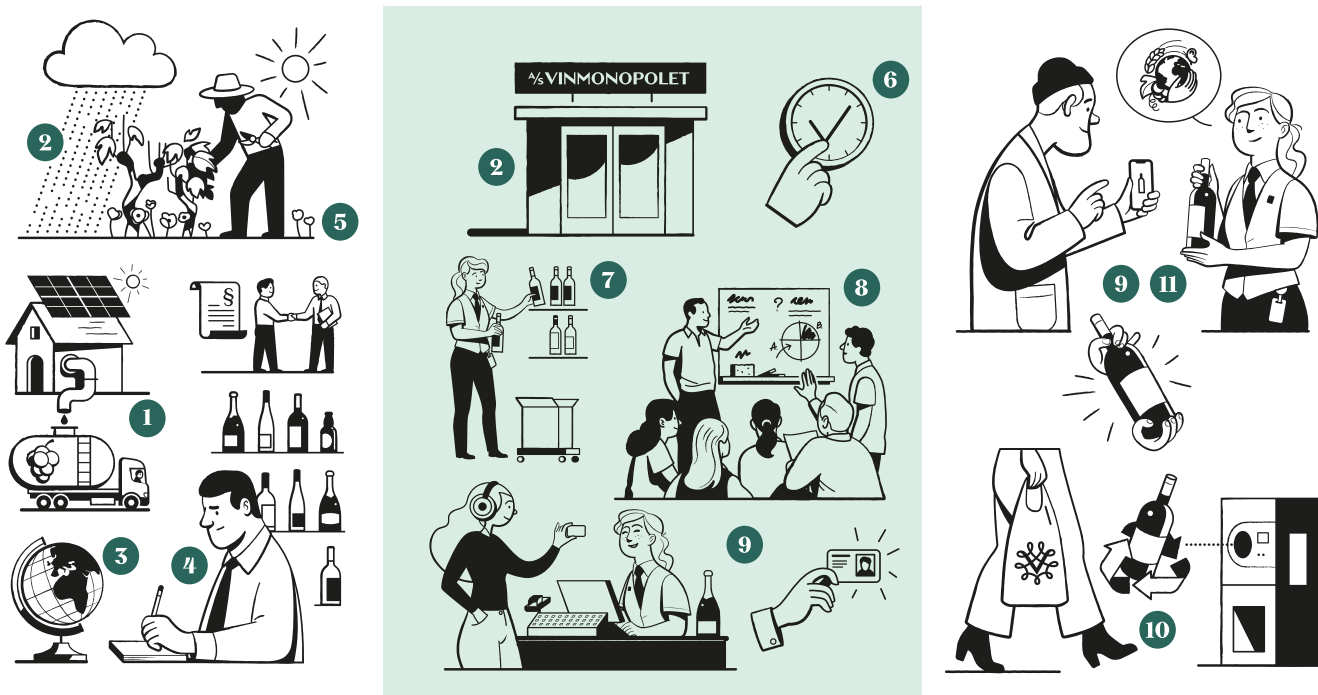


**Samarbeidspartnere og nettverk:**



### Identifisering av påvirkninger, risikoer og muligheter

Vinmonopolet har påvirkninger, risikoer og muligheter i hele verdikjeden – oppstrøms i produksjonen av råvarer og produkter i den globale landbruks- og drikkevaresektoren, i egne operasjoner gjennom innkjøp, butikkdrift og opplæring av ansatte, og nedstrøms hvor produkter blir tilgjengelige for kundene og kundene skal avhende emballasjen produktene kommer i. Vi har jobbet videre med dobbel vesentlighet, og har identifisert 37 vesentlige påvirkninger, risikoer og muligheter som er knyttet til syv vesentlige temaer. Figuren under viser en aggregert oversikt over påvirkninger, risikoer og muligheter. En detaljert oversikt over vesentlige temaer finnes i vedlegg 1.



### Påvirkninger, risiko og muligheter

#### Oppstrøms

1. Påvirkninger fra produkter på klima og miljø
2. Klimarisiko (ødelagte avlinger)
3. Klimaendringer gir nye muligheter for noen aktører
4. Samhandling med grossist
5. Arbeidsforhold i verdikjeden

#### Egne operasjoner

2. Klimarisiko (ekstremvær fører til stengte butikker)
6. Arbeidstid
7. Arbeidsforhold
8. Opplæring av ansatte
9. Ansvarlig salg

#### Nedstrøms

10. Påvirkninger fra produkter og poser på bærekraftsforhold
11. Kundene har produkter fra hele verden tilgjengelig hos Vinmonopolet
9. Ansvarlig salg

## Dobbel vesentlighetsanalyse

Analysen av dobbel vesentlighet ble gjennomført i fire steg i 2024. Første steg var å forstå kontekst og identifisere mulige påvirkninger, risikoer og muligheter. Disse ble validert og supplert i steg to, der vi gjennomførte arbeidsmøter med fagmiljøer. I steg tre gjennomførte fagmiljøene vesentlighetsvurdering av hver enkelt påvirkning, risiko og mulighet. Blant annet fordi Vinmonopolet er et statlig monopol, må vi vurdere mer enn regnskapsmessige effekter når vi vurderer finansiell vesentlighet. Det er flere forhold vi kan forvente at påvirker eiers beslutninger om Vinmonopolet. I det siste steget koblet vi de vesentlige temaene og undertemaene til Vinmonopolets strategi og forankret dem i styre og ledelse. Strategiårshjulet (se side 27) viser hvordan Vinmonopolet jobber med strategi, risiko og dobbel vesentlighet gjennom året.

Vi har oppdatert den doble vesentlighetsanalysen i 2025. Basert på innspill fra våre interessenter har vi slått sammen, justert og lagt til, slik at vi per i dag har 37 vesentlige påvirkninger, risikoer og muligheter, knyttet til syv vesentlige temaer. Disse presenteres i tabellen i vedlegg 1. Den største endringen er at vi flytter påvirkninger fra produktenes emballasje til sirkularitet.

De syv 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 også ser muligheter i teknologi og reguleringer som kan bidra til positiv endring og tilrettelegge for at vi når egne 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.

- **Sirkularitet**

Alle produktene vi selger hos Vinmonopolet, kommer i en form for emballasje, samt at de er fraktet fra produsentene til oss. Vinmonopolet jobber kontinuerlig med å påvirke bransjen til å bruke færre innsatsfaktorer i emballasjen. Sirkularitet gir igjen en mulighet for å nå både klima- og naturmålet til Vinmonopolet.

- **Egne ansatte**

Vinmonopolet påvirker daglig våre ansatte gjennom arbeidstid, arbeidsmiljø og opplæring. Vi har også risiko for at vi ikke lykkes i å være arbeidsgiveren de ansatte ønsker seg.

- **Arbeidere i verdikjeden**

Temaet handler om alle de arbeiderne som bidrar til å lage produktene vi selger. Vi vet at det er store risikoer for brudd på menneskerettigheter i jordbrukssektoren globalt. Vinmonopolet påvirker ved å sikre involvering og beskyttelse av arbeidere i tiltakene vi gjør.

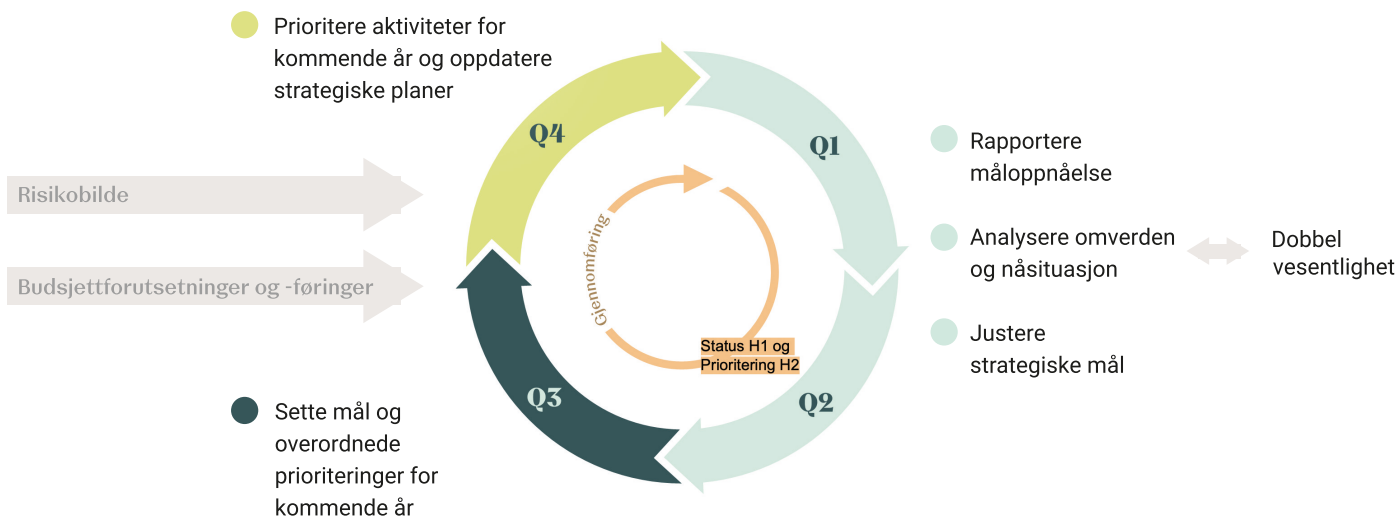
- **Kunder**

For Vinmonopolet handler kundedimensjonen om hvordan vi bidrar til å redusere skadevirkningene av alkohol, og hvordan vi sikrer produktutvalg og -kvalitet.

- **Forretningsadferd**

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





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

## Aktsomhetsvurderinger

Vinmonopolet er underlagt åpenhetsloven og har en lovpålagt forpliktelse til å gjennomføre aktsomhetsvurderinger i samsvar med OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Å være en pådriver for anstendige arbeidsforhold og respekt for menneskerettigheter er også et av målene i strategien til Vinmonopolet. Aktsomhetsvurderingene utføres av Vinmonopolets bærekraftsenhet.

Gjennom våre retningslinjer for menneskerettigheter og anstendig arbeid bekrefter vi vårt ansvar for å respektere og etterleve internasjonalt anerkjente standarder. Vi forplikter oss til å identifisere og håndtere potensielle og faktiske negative konsekvenser for menneskerettigheter og arbeidsforhold i leverandørkjeden. Vi har tilsvarende retningslinjer for klima, naturmangfold og sirkularitet. De gir retning for hvordan vi identifiserer, vurderer, håndterer og utbedrer vesentlige påvirkninger, risikoer og muligheter knyttet til klimaendringer, naturmangfold og økosystemer, samt ressursbruk og sirkulære løsninger.

Sammen med de nordiske alkoholmonopolene i Sverige, i Finland, på Island og på Færøyene har Vinmonopolet utarbeidet to veikart som er styrende for samarbeidet mellom monopolene. I arbeidet med menneskerettigheter samarbeider vi om å kartlegge risiko for brudd på menneskerettigheter og å formidle denne kunnskapen gjennom sentral interessentdialog, samt å ha dialog med rettighetshavere i leverandørkjeden. I arbeidet med klima og miljø samarbeider vi om å legge til rette for bærekraftige løsninger i verdikjeden, inspirere kunder til å ta mer bærekraftige valg og minimere negativ miljøpåvirkning i hele verdikjeden.

Vinmonopolet er, som flere av de nordiske alkoholmonopolene, medlem av amfori BSCI og bruker amfori Code of Conduct som etiske krav i grossistavtalen – avtalen vi har med våre leverandører. Disse kravene er også i henhold til Etisk handel Norges prinsipplærning. I grossistavtalen stiller vi krav om at grossistene gjennomfører aktsomhetsvurderinger, og at de implementerer amfori Code of Conduct. Vi legger stor vekt på å styrke og utvikle grossister og leverandører til ansvarlige aktører som gjennomfører egne aktsomhetsvurderinger.

Samarbeidet med de nordiske monopolene og med våre grossister er viktige elementer i interessentdialogen i leverandørkjeden. I tillegg har vi i 2025 jobbet med å få på plass en samarbeidsavtale med IUF (The International Union of Food, Agricultural, Hotel, Restaurant, Catering, Tobacco and Allied Workers' Associations). Dette er en internasjonal paraplyorganisasjon for fagforeninger som jobber med å fremme respekt for menneskerettigheter og gode arbeidsforhold, med særlig vekt på fagforeningsfrihet. Samarbeidet gir Vinmonopolet tilgang til et nettverk av fagforeninger fra mange av våre produsentland. Her kan vi føre dialog for å avdekke utfordringer og å sette i gang riktige tiltak i leverandørkjeden. Avtalen ble formelt signert 15. januar 2026. Du kan lese om våre øvrige samarbeidspartnere på side 24.

I risikovurderingene til Vinmonopolet prioriterer vi produktene vi selger. Produktene kommer fra jordbrukssektoren, en sektor som har høy risiko for brudd på menneskerettigheter og mangelfulle arbeidsforhold, samt har stor påvirkning på klima og miljøforhold. Vi gjør risikovurderinger ut fra ekstern risikoinformasjon samt supplerer analysene med funn fra egne menneskerettighets-konsekvensvurderinger, Human Rights Impact Assessments (HRIA), som vi gjennomfører i samarbeid med de øvrige nordiske alkoholmonopolene. Vi inkluderer også informasjon fra offentlige rapporter, medieomtale, interessentdialoger samt vår interne kompetanse og erfaring. Deretter gjør vi prioriteringer ut fra våre største volumprodukter og høyrisikoerområder.

Med utgangspunkt i denne risikoforståelsen innhenter vi data om leverandørenes prosedyrer, rutiner og policyer – eller mangel på sådan – for å vurdere mulig negativ påvirkning. Dette arbeidet støttes av vår nyanskaffede bærekraftsplattform – en digital løsning for innhenting, deling og analyse av bærekraftsdata. Vinmonopolets 718 grossister har et særskilt ansvar og spiller en sentral rolle i formidling av krav og forventninger, samt oppfølging av etterlevelse. Bærekraftsplattformen er et nøkkelverktøy i grossistenes aktsomhetsvurderinger og gir mulighet for veiledning av leverandørene for å forebygge og redusere identifiserte risikoer. I geografiske områder med særlig høy risiko for brudd på menneskerettighetene har Vinmonopolet etablert spesialprogrammer i samarbeid med fagpartnere med relevant ekspertise. Per i dag har vi programmer for ansvarlig rekruttering av sesongarbeidere (Italia og Sør-Afrika), forebygging av hetestress på sukkerrørplantasjer (Mellom-Amerika) og forhindring av verbal trakassering gjennom styrking av kommunikasjon mellom arbeidere og ledelse (Sør-Afrika). Dette kan du lese mer om i kapitlet Arbeidere i verdikjeden.

Som statlig monopol er vi opptatt av å kommunisere godt hvordan vi jobber med aktsomhetsvurderinger, og dette er særlig viktig i dialog med grossistene våre. Vi deler risikovurderinger, risikoanalyser og informasjon om kursing eller annet kapasitetsbyggende materiale gjennom leverandørportalen (kommunikasjonsplattform med grossister), gjennom bærekraftsplattformen og gjennom våre nettsider. Vi ønsker å være transparente og tydelige når vi avdekker risikoer eller utfordringer i leverandørkjeden. På nettsidene våre finnes også årsrapporten og redegjørelsen etter åpenhetsloven.

Vinmonopolet undersøker alle saker vi blir kjent med gjennom varslingskanalen, gjennom media eller via e-post, og vi er klare for å bidra etter prinsippene for gjenoppretting dersom det er aktuelt. Vi har ikke blitt involvert i slike saker i 2025.

### **Bærekraftsplattformen – et verktøy for samarbeid om aktsomhetsvurderinger**

I 2025 har Vinmonopolet tatt et stort steg frem i arbeidet med å styrke bærekraft i leverandørkjeden gjennom utrulling av vår nye bærekraftsplattform. Plattformen, levert av Worldfavor, er utviklet for å samle inn, analysere og følge opp data om miljøpåvirkning og sosiale forhold i hele verdikjeden. Den gir oss og våre leverandører et verktøy for systematiske aktsomhetsvurderinger i tråd med åpenhetsloven og OECDs retningslinjer. Målet er å identifisere og redusere risiko for brudd på menneskerettigheter, uanstendige arbeidsforhold og negativ miljøpåvirkning – og bidra til forbedringer der det er nødvendig.

For å sikre likebehandling av grossistene startet vi utrulling av bærekraftsplattformen med en modenhetsvurdering av grossistene. Her svarte grossistene på 22 spørsmål om sin egen virksomhet og hvordan de jobber med kravene i grossistavtalen. Der svarene ikke var tilfredsstillende, har vi gitt veiledning og kursing til grossistene.

I løpet av høsten begynte vi arbeidet med å ta inn produkter i bærekraftsplattformen. Dette innebærer at grossistene skal kartlegge verdikjeden til sine produkter ned til tilvirker (aktøren som fermenterer, gjærer eller destillerer produktet), og at disse aktørene besvarer et spørreskjema. Utrulling av produkter er risikobasert og stegvis. I første omgang har vi kartlagt produkter som selger mer enn 100 000 liter i året, og produkter som kommer fra land med svært høy risiko for brudd på menneskerettigheter.

Spørreskjemaet som aktørene svarer på, er utviklet i samarbeid med Systembolaget og gir innsikt i hvordan ulike aktører håndterer risiko som er spesifikk for drikkevareindustrien. Dersom grossisten ser at det er risiko basert på svarene til en aktør og ekstern risikoinformasjon for landet, har de også fått tilgang til forslag til tiltak som de kan dele med aktørene det gjelder.

I 2026 fortsetter vi utrulling av produkter, med fokus på produkter som er nye i basis-, test- og partiutvalget til Vinmonopolet. Vi vil også videreutvikle opplæringsmateriell og støtte grossistene i arbeidet med å forankre etiske krav i hele verdikjeden. Bærekraftsplattformen er ikke bare et digitalt verktøy – den er en felles arena for samarbeid mellom Vinmonopolet, grossister og produsenter, og den er et viktig bidrag til en mer ansvarlig og bærekraftig drikkevareindustri.

# 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 druetyper. Druene dyrkes i cirka hundre 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 CO<sub>2</sub>, 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 som 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.



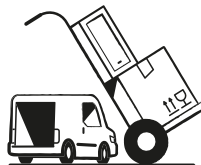
## 5 IMPORT

Vinmonopolet importerer ikke vin selv. Vi kjøper varer fra cirka 700 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 353 butikker og i nettbutikken. Årlig handler nordmenn rundt 90 millioner liter vin og andre drikkevarer på Vinmonopolet.



## 6 DISTRIBUSJON

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

KLIMA

# Klimaarbeidet styrkes gjennom samarbeid i bransjen og et forbedret datagrunnlag

I 2025 fortsatte vi arbeidet med å gjennomføre Vinmonopolets klimaomstillingsplan og tok nye steg i retning av klimamålet for 2030. Arbeidet viser at målene er ambisiøse og krever vedvarende prioritering.

## 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

Klimagassutslipp i egen virksomhet i henhold til nasjonale mål, og er en pådriver for reduksjon av klimautslipp og tilpasning til klimarisiko i verdikjeden.

#### KPI 1:

Redusert CO<sub>2</sub>-utslipp i egen virksomhet

MÅL 2030

**-55 %**

RESULTAT 2025

**0,15 %**

#### KPI 2:

Redusert CO<sub>2</sub>-utslipp i leverandørkjeden

MÅL 2030

**-42 %**

RESULTAT 2025

**8,61 %**

#### KPI 3:

Andel miljøfyrtårnsertifiserte butikker

MÅL 2030

**100 %**

RESULTAT 2025

**100 %**

#### KPI 4:

CO<sub>2</sub>-avtrykk i gram per liter solgt

MÅL 2030

**1 801 g**

RESULTAT 2025

**2 748 g**

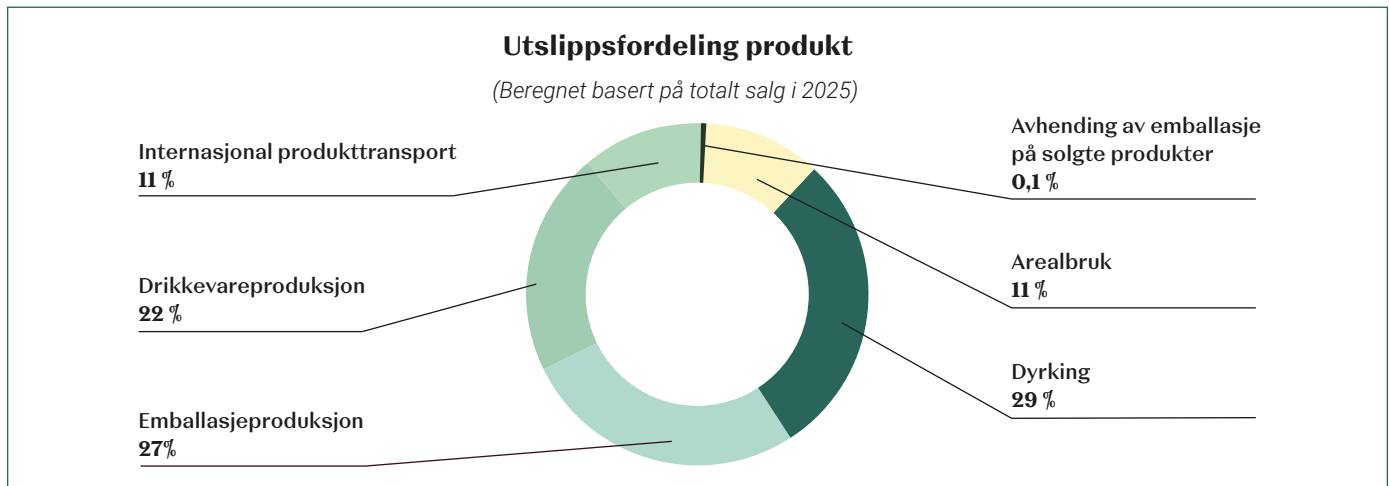
Klimaarbeidet styrkes gjennom tett samarbeid i bransjen og mellom de nordiske monopolene, samt gjennom et stadig bedre datagrunnlag som gir mer presise utslippsanalyser og bedre beslutningsstøtte. I dette kapittelet omtaler vi status for klimaarbeidet, klimaregnskapet og vurderinger av klimarisiko.

### Vinmonopolets klimaomstillingsplan

Vinmonopolets klimaomstillingsplan legger føringene for de prioriterte klimatiltakene våre. Vi har valgt å dele omstillingsplanen i to veikart: ett for egen virksomhet og ett for verdikjeden vår.

I klimaveikartene definerer vi egen virksomhet som aktiviteter vi har direkte kontroll over, det vil si strømbruk, reiser, salg av plastbæreposer, innkjøp av hyller og reoler til butikker og så videre. Verdikjeden definerer vi som alt utslipp knyttet til varene vi selger.

Basert på livssyklusanalysen vår fra 2023, utført i samarbeid med de øvrige nordiske alkoholmonopolene, er over 95 prosent av Vinmonopolets utslipp relatert direkte til produktene vi selger. Dyrking av råvarer (druer, korn osv.), produksjon av vin og brennevin samt produksjon av emballasje står for de største utslippsbidragene. For alkoholholdig drikke er det bruk av energi og drivstoff i jordbruk og drikkevareproduksjonen, samt produksjon av innsatsfaktorer som gjødsel og plantevernmidler, som er de største driverne våre for utslipp. Per i dag har vi et stort gap mellom klimamålet vårt og dagens utslippsnivå. Det er i de produktrelaterte utslippene vi må få til kutt for at vi skal nå klimamålet om 42 prosent reduksjon i klimagassutslipp i leverandørkjeden vår.



### Retningslinjer

- **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 og det kanadiske monopolet SAQ har etablert et felles veikart for arbeid med klima og miljø. Samlet utgjør aktørene i samarbeidet verdens største innkjøper av alkoholholdig drikke, med store muligheter for å skape globale forbedringer i bransjen.

- **Vinmonopolets retningslinjer for klima, naturmangfold og sirkularitet**

I 2025 ble nye retningslinjer for klima og miljø i Vinmonopolet vedtatt. Retningslinjene definerer Vinmonopolets ansvar og ambisjoner for klima og natur, og beskriver overordnede forventninger til leverandørkjeden.

## Aktiviteter i egen virksomhet

### **Klimaplanen**

2025 har i stor grad handlet om å lage og forankre klimaplanen i egen virksomhet og i verdikjeden og å gjennomføre prioriterte tiltak.

### **Miljøarbeid i butikkene**

Alle våre butikker er Miljøfyrtårn-sertifisert. 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 klima- og miljømål. Gjennom et digitalt oppfølgingssystem blir status og måloppnåelse fulgt opp løpende.

### **Offentlige anskaffelser**

Vinmonopolet er en stor innkjøper av varer og tjenester, og følger lov om offentlige anskaffelser. Der det er relevant, stiller vi klima- og miljømessige krav. I 2025 ble det utlyst 31 konkurranser, hvorav 6 ble vurdert relevant med tanke på konkrete miljøkrav.

### **Bedre oversikt over egne utslipp**

I 2025 har vi utviklet klimaregnskapet vårt slik at det nå automatisk henter data fra en rekke kilder og vises i et oppsett gjennom PowerBi på månedlig basis. Dette gjør klimadata mer tilgjengelig i organisasjonen, eksempelvis ved at klimautslippene kan vises aggregert eller ned til hver enkelt butikk/avdeling.

I oktober 2025 ble Vinmonopolet anerkjent av PWC som bransjevinner innen «mat og varehandel» i deres årlige klimaindeks som måler klimaomstillingen i Norges 100 største selskaper. Dette betyr at vi har lavest utslipp målt i omsetning i vår bransje, at vi har et fullstendig klimaregnskap som holder høy standard og inkluderer alle vesentlige utslippskilder, og at vi har tydelige klimamål og en plan for å nå målene.

## Aktiviteter i verdikjeden

### **Klimakalkulator produkt**

Mer enn 95 prosent av utslippene til Vinmonopolet er knyttet til produktene vi selger. Per i dag har vi for lite innsikt i konkrete aktivitetsdata og innsatsfaktorene i dyrkingen, produksjonen og transporten av produktene vi selger. I forlengelsen av et felles nordisk monopolprosjekt for beregning av produktrelaterte utslipp startet vi et eget internt prosjekt i 2025 for å finne ut hvordan vi best skal løse innsamling og kalkulering av utslipp per produkt. I løpet av året har vi hatt omfattende dialog med bransjen, samarbeidspartnere og tjenesteleverandører for ulike løsninger. Løsningen vi nå ser for oss, vil beregne gjennomsnittlige produktutslipp innenfor fire faser: dyrking, produksjon, transport og emballasje. På sikt ønsker vi at grossistene kan erstatte beregnede gjennomsnittsverdier med sine faktiske tall per produkt.

### **Klima i bærekraftsplattformen**

Gjennom Vinmonopolets bærekraftsplattform har vi i 2025 kartlagt hvilke grossister som jobber med klima i sin virksomhet. Vi har også gjort opplæringsmateriell tilgjengelig for grossistene. I kartleggingen vår svarte grossistene slik:

- 90,5 prosent har gjort vurdering av klimarisiko eller annen miljørisiko av sin portefølje.
- 21,9 prosent måler sine direkte utslipp (scope 1).
- 20,5 prosent måler sine indirekte utslipp fra energi (scope 2).
- De færreste måler produktutslipp, men flere måler andre kategorier av indirekte utslipp (scope 3).
- 28,3 prosent svarer at de har en plan for å kutte utslipp.
- 79,7 prosent svarer at de har dialog med sine leverandører om utslippsreduksjoner, enten knyttet til dyrkningsfasen, produksjonen, transporten eller emballasje.

I bærekraftsplattformen kartlegger grossistene våre produktene de selger gjennom oss. Her stiller vi aktørene spørsmål knyttet til et produkt. Spørsmålene og kartleggingen av aktørene går ut på om de har vurdert klimarisiko, om de har styring på bruken av energi og ressurser, om de reduserer klimapåvirkning, om de måler CO<sub>2</sub>-utslipp, og/eller om de har en gyldig miljøsertifisering. Vi har utarbeidet veiledningsmateriell og beste praksis som grossistene er oppfordret til å dele med sine underleverandører. Dette kan de enkelt gjøre gjennom bærekraftsplattformen. Å forstå de rapporterte tallene og hva som er mulige tiltak, står på agendaen for 2026.

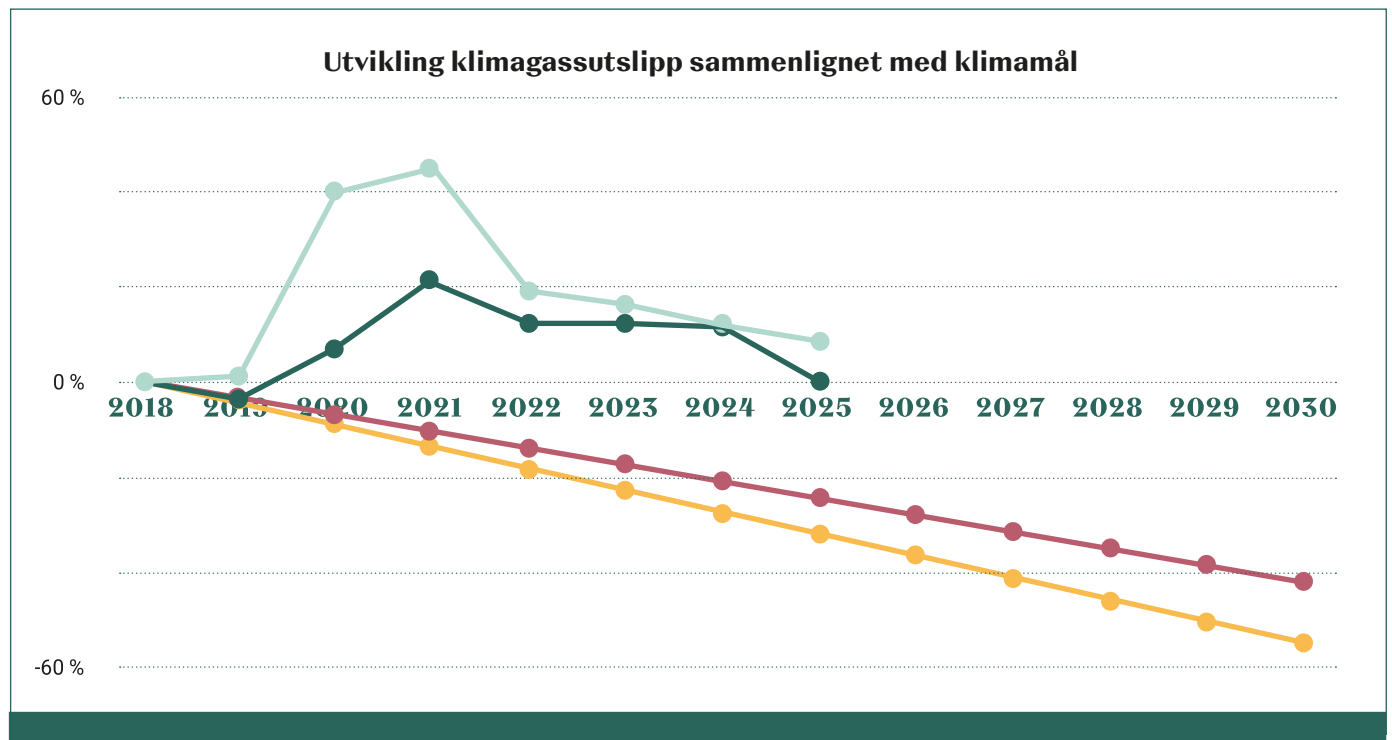
### **Klimautslipp fra emballasje**

Vinmonopolet har jobbet mye med emballasje i 2025 – dette kan du lese mer om i kapittelet om sirkularitet på side 45. Den 1. januar 2026 ble det innført et krav om at all rød-, hvit- og rosevin under 250 kroner på flaske maksimalt kan veie 420 gram. Vi har estimert at dette kravet vil redusere total mengde emballasje-glass levert til oss med omtrent 3 000 tonn per år.

## Målsettinger og resultater

Vinmonopolet har tre KPI-er knyttet til klima, og utarbeider et klimagassregnskap etter GHG-protokollen. Klimaregnskapet er attestert av revisor. Vinmonopolet speiler de nasjonale målene om 55 prosent utslippskutt innen 2030 sammenlignet med 1990-nivå i egen virksomhet. For leverandørkjeden (produktene vi selger) er målet å kutte utslippene med 42 prosent innen 2030. Dette er i tråd med minstekravet i Parisavtalen.

KPI	MÅL 2030	MÅL 2025	2025	2024	2023	KOMMENTAR
Redusert tonn CO <sub>2</sub> -utslipp i egen virksomhet	-55 %	-32,1 %	0,15 %	12,2 %	12,6 %	Vi har betydelig redusert forretningsreiser og kjøp av varer og tjenester.
Redusert tonn CO <sub>2</sub> -utslipp i leverandørkjeden	-42 %	-24,5 %	8,61 %	16,4 %	11,8 %	Resultatet følger redusert salg. Nasjonal distribusjon er redusert.
Utslipp i gram per liter solgt	1 801	2 345	2748	2 769	2 772	Marginal reduksjon i utslipp pr liter solgt.



- Endring i prosent leverandørkjeden
- Endring i prosent egen virksomhet
- Mål reduksjon egen virksomhet
- Mål reduksjon leverandørkjeden

### Rapporteringsprinsipper:

Scope 1 er direkte utslipp, scope 2 er indirekte utslipp som kommer fra bruken av energi, mens scope 3 er indirekte utslipp.

Totale scope 1 og 2, samt scope 3 (inkludert biogene utslipp) vises i klimaregnskapet nedenfor. Vi rapporterer alle tall i CO<sub>2</sub>-ekvivalenter og har brukt konsolideringsmetoden "Operational control". Rapporteringsperioden er fra 1. januar 2025 til 31. desember 2025. Vi har utarbeidet en egen metoderapport for klimagassregnskapet, som er tilgjengelig på [vinmonopolet.no](http://vinmonopolet.no). Denne viser hvilke faktorer vi har brukt for de ulike kategoriene.

Når vi beregner utslippskutt i prosent, bruker vi 2018 som referanseår. 2018 samsvarer tett med utslippene i 1990, som Norge har som referanse for sine nasjonal mål. 2018 er også det første året Vinmonopolet har fullstendige tall for.

Sammenlignet med tallene Vinmonopolet rapporterte for 2024, har vi gjort tre vesentlige endringer:

- Endret metoden for å beregne CO<sub>2</sub>-utslipp knyttet til emballasje. Vi bruker faktisk vekt på produktenes emballasje ettersom vi samler inn dette som masterdata per produkt. Dette er regnet tilbake til 2018. For 2018 til 2024 betyr dette at de rapporterte utslippene er lavere.
- Endret metode for å beregne utslipp knyttet til driftsmidler. Der hvor vi ikke har aktivitetsdata, har vi beregnet utslipp basert på saldobalansen til Vinmonopolet og CO<sub>2</sub>-faktorer fra Direktoratet for forvaltning og økonomistyring (DFØ) basert på forbruk. Dette er tilbakeregnet til 2018 og øker de rapporterte utslippene.
- Klimagassregnskapet summeres med lokasjonsbasert metode i stedet for markedsbasert metode for scope 2 for å være i tråd med rapporteringspraksis hos andre statlig eide selskaper.

SCOPE 3-KATEGORI FRA GHG-PROTOKOLLEN		VESENTLIGHETSVURDERING
1	Kjøpte varer og tjenester	Vesentlig, ligger som produktutslipp og som driftsmidler.
2	Kapitalvarer	Ikke aktuelt.
3	Drivstoff- og energirelaterte aktiviteter	Ikke aktuelt.
4	Transport og distribusjon (oppstrøms)	Vesentlig, ligger som Nasjonal distribusjon av drikkevarer.
5	Avfall fra virksomheten	Vesentlig, ligger som avfall.
6	Forretningsreiser	Vesentlig, ligger som forretningsreiser.
7	Pendling	Ikke vesentlig.
8	Leide eiendeler (oppstrøms)	Vesentlig, gjelder leide lokaler, ligger som driftsmidler.
9	Transport og distribusjon (nedstrøms)	Vesentlig, gjelder transport av varer fra e-lager og hjem til kunde, ligger som Transport til kunde (netthandel).
10	Bearbeiding av solgte produkter	Ikke aktuelt.
11	Bruk av solgte produkter	Ikke vesentlig.
12	Avfallshåndtering av solgte produkter	Utslipp knyttet til avfallshåndtering av solgte produkter er beregnet og kategoriseres under kat. 1. Se "produkt - Avfall fra emballasje etter konsum"
13	Leide eiendeler (nedstrøms)	Ikke aktuelt.
14	Franchise	Ikke aktuelt.
15	Investeringer	Vinmonopolet eier Nordpolet og har eierandeler i Sirkel Glass og Sirkel Gjenvinning, men ingen av disse selskapene vurderes relevant å inkludere ettersom eierandelene ikke genererer profit.

# Klimaregnskap 2025

KAT. OG UTSLIPPSSTRØM	2018	2024	2025	ENDRING FRA I FJOR	ANDEL AV TOTAL	KOMMENTAR
Leasede biler	21,14	3,79	3,02	-20 %	0,00 %	I 2025 har det kun vært én leaset bil på fossilt drivstoff (diesel).
Kjølemedier	81,66	25,34	9,29	-63 %	0,00 %	Forbruk av kjølemedier kan ha stor variasjon fordi forbruket avhenger av om det har vært lekkasjer.
<b>TONN CO2 SCOPE 1</b>	<b>102,80</b>	<b>29,14</b>	<b>12,32</b>	<b>-58 %</b>	<b>0,00 %</b>	
Energi lokasjonsbasert	274,57	222,75	176,89	-21 %	0,07 %	Reduserte utslipp skyldes økt utslippsfaktor, forbruk av kWh har vært omtrent det samme
Energi markedsbasert	8 255,13	8 681,02	7 710,82	-11 %	3,12 %	Reduserte utslipp skyldes økt utslippsfaktor, forbruk av kWh har vært omtrent det samme
<b>TONN CO2 SCOPE 2 LOKASJONSBASERT</b>	<b>274,57</b>	<b>222,75</b>	<b>176,89</b>	<b>-21 %</b>	<b>0,07 %</b>	
KAT. 1 Driftsmidler	5 047	5 227	4 446	-15 %	1,80 %	Ny strøm som er tilbakeregnet for tidligere år
KAT. 1 Poser og gaveartikler	610	411	359	-13 %	0,14 %	Redusert salg av særlig poser og kundeordreposer
KAT. 1 Produkt - Arealbruk	27 273	30 499	29 788	-2 %	12,04 %	Redusert salg i 2025
KAT. 1 Produkt - Avfall fra emballasje etter konsum	695	237	167	-29 %	0,07 %	Defra-faktoren for avfall har gått ned.
KAT. 1 Produkt - Drikkevareproduksjon	53 569	60 310	59 015	-2 %	23,85 %	Redusert salg i 2025
KAT. 1 Produkt - Dyrking	72 268	80 711	78 722	-2 %	31,81 %	Redusert salg i 2025
KAT. 1 Produkt - Emballasjeproduksjon	32 317	36 091	34 955	-3 %	14,12 %	Redusert salg i 2025, samt at vi ser effekter av lettere flaskevekt
KAT. 1 Produkt - Internasjonal distribusjon	27 342	30 620	29 923	-2 %	12,09 %	Redusert salg i 2025
KAT. 4 Nasjonal distribusjon av drikkevarer	4 838	5 538	4 539	-18 %	1,83 %	Reduserte utslipp skyldes redusert mengde transportert, samt mer effektive kjøretøy
KAT. 5 Avfall fra butikkdrift	54	34	25	-27 %	0,01 %	Defra-faktoren for avfall har gått ned.
KAT. 6 Reisevirksomhet	396	790	456	-42 %	0,18 %	Reisevirksomheten ble redusert i 2025, bla. Pga tiltak i lønnsomhetsprosjektet
KAT. 8 Leie av lokaler	3 383	3 943	3 939	0 %	1,59 %	Antall butikker er på samme nivå som tidligere
KAT. 9 Transport til kunde (netthandel)	479	953	949	0 %	0,38 %	Levering rett til kunde fra e-lager er på samme nivå som tidligere.
<b>TONN CO2 SCOPE 3</b>	<b>228 274,03</b>	<b>255 362,45</b>	<b>247 284,47</b>	<b>-3 %</b>	<b>99,92 %</b>	
<b>TONN CO2 TOTAL</b>	<b>228 651,40</b>	<b>255 614,34</b>	<b>247 473,68</b>	<b>-3 %</b>		
<b>LITERSALG</b>	<b>82 006 213</b>	<b>92 306 910</b>	<b>90 047 474</b>	<b>-2 %</b>		
<b>GRAM CO2 PR LITER SOLGT</b>	<b>2 788</b>	<b>2 769</b>	<b>2 748</b>	<b>-1 %</b>		
<b>ANDEL AV TOTALE UTSLIPP SOM ER KNYTTET TIL PRODUKT</b>	<b>93 %</b>	<b>93 %</b>	<b>94 %</b>			

# Hvordan påvirker klimaendringer Vinmonopolet?

Klimarisikoen til Vinmonopolet er utført i tråd med anbefalingene i Taskforce on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), og viser hvor motstandsdyktige Vinmonopolet og vår verdikjede er mot klimaendringer. Analysen tar utgangspunkt i en tidligere klimarisikoenalyse (PwC/Vinmonopolet 2022) samt studien «Climate change impacts and adaptations of wine production» (van Leeuwen, C., Sgubin, G., Bois, B. et al. 2024).

Klimarisikoenalyser tegner to klimascenarier for periodene 2020–2039 og 2040–2059. Ett scenario tar utgangspunkt i en temperaturøkning under to grader og ett i en temperaturøkning på fire grader. Vi har lagt størst vekt på scenariet med under to graders økning når vi beskriver klimarisikoen. I tabellene i vedlegget beskriver vi klimarisikoen i detalj og vurderer hvordan klimarisikoen 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.	lav
	Vinmonopolet når ikke interessentenes forventinger om klimareduksjoner.	høy

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
	Nye/strengere regelverk og reguleringer i jordbrukssektoren.	høy
	Nye/strengere regelverk og reguleringer på emballasje.	høy
	Teknologier for mer energieffektiv vinproduksjon.	svært høy



# Benyttede scenarier:

## UNDER-2-GRADER-SCENARIO ↓

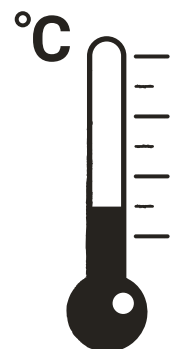
- En fremtid med lave klimagassutslipp hvor temperaturøkningen er på under 2 grader i 2100. Vi ser nedgang i bruk av olje, lavere forbruk og lavere energiintensitet. CO<sub>2</sub>-utslippene stabiliserer seg på 2020-tallet, mens energisektoren når netto null-utslipp i 2050. Utslippene går deretter ned 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 milliarder i 2100.
- Overgangsrisikoene er høye knyttet til høyere avgifter, mer reguleringer og forventinger 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 milliarder 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/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.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 to deler – hvordan verdikjeden påvirkes, og hvordan Vinmonopolet påvirkes. For å forenkle analysen har vi brukt klimarisiko i drueproduksjon som utgangspunkt.

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 landene med høyest salgsvolum sammen med informasjon fra Verdensbankens Climate Change Knowledge Portal. For kronisk risiko så vi på forventet gjennomsnittstemperatur,<sup>5</sup> fordi temperatur er viktig for plantevekst og henger tett sammen med tilgang på vann. For akutt klimarisiko så vi på antall dager med ekstrem varme,<sup>6</sup> 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.

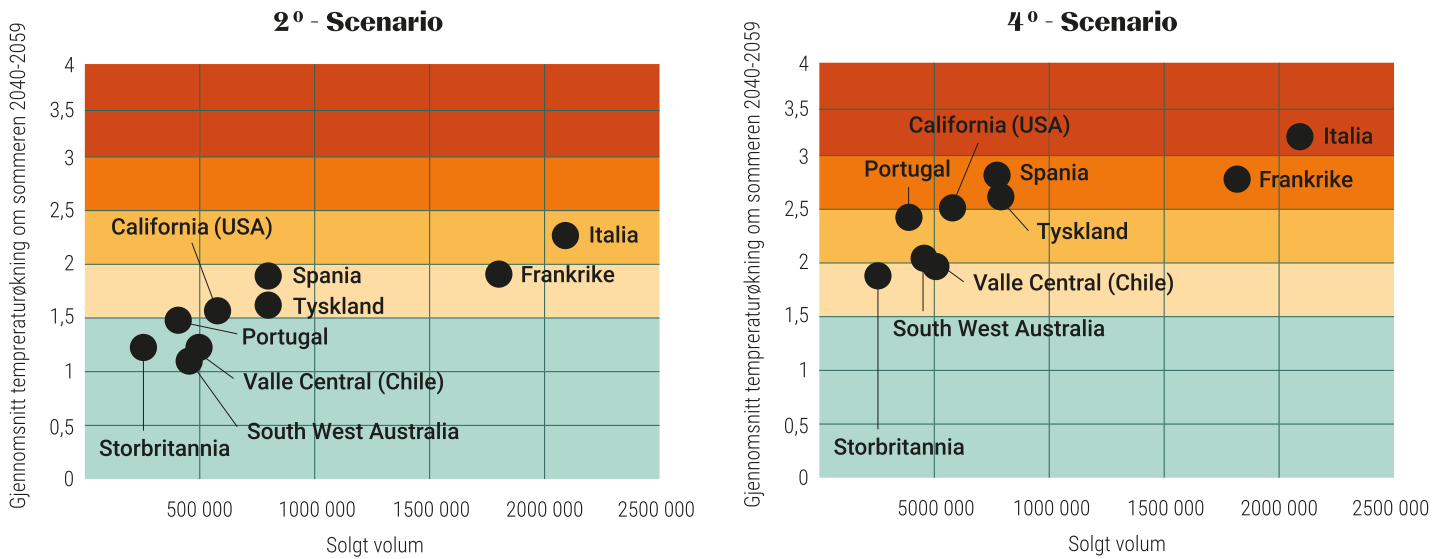
Geografisk klimarisiko i ulike scenarier			
LAND/OMRÅDE	RISIKO VED TEMPERATUR-ØKNING UNDER 2 °	RISIKO VED TEMPERATUR-ØKNING UNDER 4 °	KONSEKVENNS FOR VINMONOPOLET
Italia	høy	svært høy	Økningen i temperatur og tørke kan føre til at det ikke går an å produsere samme volum av samme kvalitet. Vinmonopolet 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	
Valle Central (Chile)	lav	moderat	Økningen i temperatur kan føre til bedre dyrkingsforhold. Dette fører igjen til økt volum og økt kvalitet. Vekst i disse landenes vinproduksjon kan utvide markedet Vinmonopolet har å kjøpe vin fra. Det kan også her være risiko for redusert omdømme – primært knyttet til endrede (økende) priser.
Tyskland	moderat	svært høy	
England/Storbritannia	lav	moderat	

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



<sup>5</sup> Projected Average Mean Surface Air Temperature

<sup>6</sup> Projected Number of Hot Days ( $T_{max} > 35\text{ °C}$ ).



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, noe som er skadelig for drueproduksjonen. Tyskland vil få en tilsvarende temperaturøkning, men ettersom temperaturen i utgangspunktet er lavere i Tyskland, vil økningen være positiv for drueproduksjonen. Analysen viser at det kan bli utfordrende å produsere tilstrekkelig volum vin med tilstrekkelig kvalitet 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.

### Fysisk klimarisiko i egen virksomhet

For vår 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. Under uværet Amy 1. oktober 2025 var imidlertid 19 av våre butikker helt eller delvis stengt.

### Overgangsrisiko

I TCFD-rammeverket inngår en vurdering av hvordan klimarelaterte overgangsrisikoer kan påvirke virksomheten, inkludert effekter av teknologi, reguleringer, marked og omdømme. Gitt vår posisjon som monopol er det antatt at vi fortsatt vil ha tilgang på varer i begge scenarioene. Sammensetningen av hvor varene kommer fra, vil imidlertid være annerledes. For Vinmonopolet kan omdømmedimensjonen særlig handle om forventninger fra eier og øvrige interessenter til at vi både kutter utslipp og leverer på egne klimaambisjoner – der manglende måloppnåelse kan gi omdømmekonsekvenser og kreve betydelig innsats i organisasjonen.

I analysen av overgangsrisiko har vi brukt forskningsartikler, verdikjedeanalyse og øvrige skrivebordsanalyser gjennomført i forbindelse med analysen av dobbel vesentlighet. Gjennom dobbel vesentlighet-analysen har vi diskutert og forankret risikoene med fagmiljøet i bærekraftsenheten, med bærekraftskonsulenter/butikksjefer og med 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: interessentanalyse, 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 er 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 2025. Identifiserte klimarisikoer ble inkludert i risikostyringsprosessen høsten 2025, men ikke vurdert til å være vesentlige. Vinmonopolet har ikke identifisert lokasjoner eller forretningsaktiviteter som må endres betydelig ved en overgang til et lavutslippssamfunn. I 2025 har vi gjort justeringer i målformuleringer og delt KPI-en knyttet til klimautslipp i to, slik at det er ett mål som er for egen virksomhet, og et annet som er for leverandørkjeden.

TCFD-INDEKS	SIDEREFERANSE
<b>SELSKAPSSTYRING</b>	
a) Styrets involvering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell s. 40
b) Ledelsens involvering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell s. 40
<b>STRATEGI</b>	
a) Risiko og muligheter	Identifiserte klimarisikoer og muligheter s. 36
b) Påvirkning på selskapet	Identifiserte klimarisikoer og muligheter s. 36
c) Scenarier	Identifiserte klimarisikoer og muligheter s. 36
<b>RISIKOSTYRING</b>	
a) Prosess	Styring av risiko og muligheter s. 38 og 39
b) Styring	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell s. 40
c) Integrering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell s. 40
<b>MÅLING</b>	
a) Måling	Klimaregnskap, s. 34 og 35
b) Klimagassutslipp	Klimaregnskap, s. 34 og 35
c) Mål	Målsetninger og resultater s. 33



## NATUR

# Vinmonopolets naturrisiko og påvirkning på natur

Produktene våre starter i naturen. Dyrkingen av råvarer som druer, korn og sukker påvirker økosystemene, samtidig som økosystemene påvirkes av klima og biologisk mangfold. Derfor har Vinmonopolet en indirekte påvirkning på naturen gjennom verdikjeden vår.

## VÅR FREMGANGSMÅTE



### Fra vesentlighetsanalysen

- Vinmonopolets interaksjon med natur skjer gjennom jordbruket ved fremstilling av råvarer til 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 vegetasjon og trær. Gjennom produktene har Vinmonopolet en negativ påvirkning på naturen.

- Dette er knyttet til FNs bærekraftsmål

13.3 15.1 17.16 17.17

### Mål

Vi tar ansvar for miljøpåvirkning i egen virksomhet, og jobber for å redusere negativ påvirkning på natur i verdikjeden.

#### KPI 1:

Andel liter solgt som er merket med miljøsertifisert produksjon, økologisk eller biodynamisk

MÅL 2030

**35 %**

RESULTAT 2025

**23 %**

### Vinmonopolets naturrisikoanalyse

Vinmonopolets naturrisikoanalyse er gjort i tråd med rammeverket LEAP (locate, evaluate, assess, prepare) fra Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD). I risikoanalysen har vi sett på jordbruksdelen av vår verdikjede, ettersom det er her vi i størst grad har indirekte påvirkning på naturen. Flere av Vinmonopolets ansatte har vært involvert i utarbeidelsen av naturrisikoanalysen. Fremover er det bærekraftsenheten som skal løfte naturrisikoer og -muligheter gjennom den årlige strategi- og risikostyringsprosessen i Vinmonopolet.

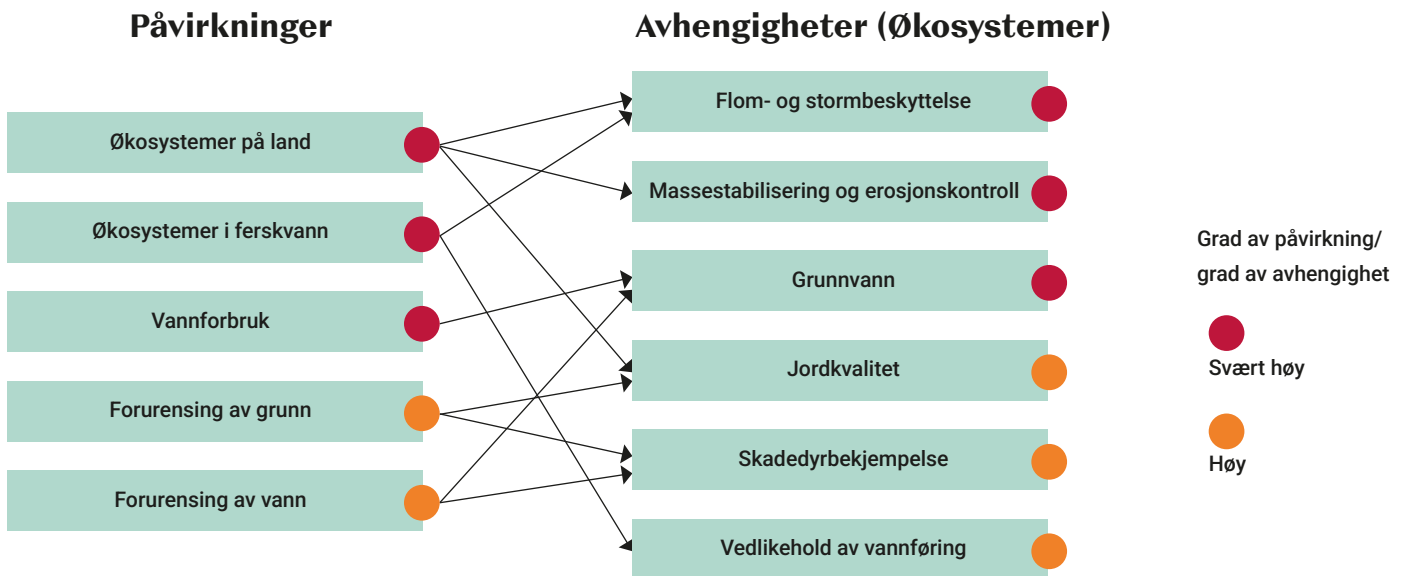
### Naturrisiko i viktige vinland

Analysen av landrisiko (locate) er basert på «Biodiversity Risk Filter» og «Water Risk Filter» fra Verdens naturfond (WWF). Resultatene fra analysen viser at hele 70 prosent av salgsvolumet vårt av stille vin (rød-, hvit- og rosévin) er produsert i land som har svært høy risiko innen områdene biologisk mangfold og/eller vann. For våre tre mestselgende land, Italia, Frankrike og Spania, er det høy eller svært høy risiko knyttet til 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	Medium		Høy		Medium		Medium	Medium	Høy
Jordsmonntilstand				Medium	Høy	Medium	Høy		Medium
Vannkvalitet	Svært høy	Svært høy	Svært høy	Svært høy		Medium	Medium		Høy
Pollinering	Høy	Høy	Høy	Medium				Svært høy	
Tap av tredekke	Høy	Høy	Høy	Medium	Medium	Svært høy	Svært høy	Medium	Høy

● Svært høy ● Høy ● Medium

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 naturrisikoanalysen vurderte vi ulike risikoer 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, det vil si jordbruksaktiviteter som kan føre til tap av økosystemtjenester som flom- og stormbeskyttelse, vannforsyning og jordkvalitet. Vår analyse viser at det er høy risiko for at slike tap/skader vil inntreffe i vår verdikjede. Risikoene ble deretter vurdert fra Vinmonopolets perspektiv. Vurderingen tilsier at det er lav konsekvens for oss. Vinmonopolet vil fremdeles ha produkter i hyllene, men det er sannsynlig at sortimentet vil endres med hensyn til volum, tilgjengelighet, opprinnelsesland eller pris.

I TNFD-rammeverket inngår også vurdering av omdømmeeffekter av naturrelaterte avhengigheter, påvirkninger, risikoer og muligheter. Det vil si hvordan naturpåvirkning kan ha betydning for tillit, legitimitet og forventninger, og dermed indirekte få konsekvenser for virksomheten. Vinmonopolet har høy tillit i befolkningen og en tydelig pådriverrolle. Negative naturpåvirkninger i verdikjeden (særlig knyttet til råvareproduksjon i jordbruket) kan bli en omdømmeutfordring dersom de ikke avdekkes, følges opp og kommuniseres på en troverdig måte. Samtidig viser analysen at omdømmerisikoene samlet sett vurderes som lav. Det er sannsynlig at naturrisiko kan gi endringer i sortimentet (volum, tilgjengelighet, opprinnelse eller pris). Likevel forventer vi at kundene i stor grad vil tilpasse seg høyere priser eller velge produkter fra andre områder uten at dette i seg selv svekker omdømmet. Per i dag opplever vi at mange kunder har begrenset kjennskap til hvordan produktene våre påvirker naturen.

I 2025 gjennomførte vi en kartlegging av butikklokalene vi eier selv, samt noen enkeltstående leide butikkarealer, opp mot sårbare naturområder. Resultatene fra denne kartleggingen identifiserte ingen vesentlig påvirkning eller risiko. Du kan lese mer om de identifiserte naturrisikoene i vedlegget på side 76.

### **Tilpasninger i strategi og forretningsmodell**

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

Vi vurderte de identifiserte naturrisikoene inn i vår dobbel vesentlighetsanalyse. Identifiserte naturrisikoer ble også vurdert sammen med øvrige risikoer for selskapet i Vinmonopolets risikostyringsprosess i 2025. Vi har ikke identifisert noen butikker eller aktiviteter som må endres vesentlig som følge av naturrisikoanalysen. Naturrisiko vurderes som en del av Vinmonopolets øvrige risikostyringsprosess.

Gjennom vår gjennomgang av medieoppslag har vi ikke identifisert konkrete forhold som peker på en særskilt ansvarsrisiko for natur. Dette er likevel et område vi følger nøye, ettersom naturrisiko kan endre seg over tid og påvirkes av utviklingen i verdikjeden.

## **Retningslinjer**

Se retningslinjene skrevet i Klimakapitlet.

## **Aktiviteter**

### **Vi etterspør produkter som ivaretar natur**

Vi ønsker å øke andelen av våre produkter som tar hensyn til hvordan dyrking og produksjonsprosesser påvirker naturen. I dag er vårt viktigste verktøy å etterspørre produkter med miljøsertifisert, økologisk eller biodynamisk produksjon i lanseringsplanene våre. Det er kjent at økologisk og biodynamisk produksjon kan bedre jordhelsen og gi økt biomangfold sammenlignet med konvensjonelt jordbruk. Samtidig anerkjenner Vinmonopolet at lavere produksjonsvolumer er en mulig negativ konsekvens av økologisk og biodynamisk produksjon.

### **Merking i butikk: Miljøsertifisert produksjon, økologisk og biodynamisk**

Mange produsenter ønsker å merke produktene sine med sertifiseringsordninger. Det er stor variasjon i de ulike sertifiseringene i vår bransje, for eksempel med tanke på hva de omfatter av krav, hvor åpne de er og hvilke kvalitetskontroller som ligger bak. Derfor gjennomfører de nordiske monopolene (NAM) en årlig vurdering og sammenstilling av relevante sertifiseringer i vår bransje. Selve sammenligningen utføres av en tredjepart.

Alle produkter med en sertifisering vi vurderer å være i henhold til våre kriterier, blir merket i våre salgskanaler. På naturområdet er det merkingene miljøsertifisert produksjon, økologisk og biodynamisk som er relevante. I butikk er disse merkene plassert på butikkhyllen, i nettbutikken og i appen markeres de med en grønn trekant. Som en del av Miljøfyrtårnsertifiseringen gjennomfører vi tiltak for å kunne veilede kundene bedre om bærekraft.

### **Biologisk mangfold som tema i bærekraftsplattformen**

Vinmonopolet har kartlagt hvilke grossister som jobber med biologisk mangfold i sin virksomhet. I 2025 svarte 77,2 prosent av grossistene at de jobbet med dette i sin leverandørkjede. Vi har også gjort opplæringsmaterieill tilgjengelig for grossistene.

På høsten gjennomførte vi de første kartleggingene av underleverandører i grossistenes verdikjede gjennom bærekraftsplattformen. Disse har svart på om de har retningslinjer, aktiviteter eller programmer knyttet til biologisk mangfold. Vi har utarbeidet veiledningsmaterieill og beste praksis som vi oppfordrer grossistene til å dele med sine underleverandører dersom de er utsatt for naturrisiko. Å tolke de rapporterte tallene og bestemme mulige tiltak står på agendaen for 2026.

### **Studietur med tema regenerative produksjonsmetoder**

I 2025 var NAM på studietur til England for å lære om regenerative produksjonsmetoder. Deltakerne gjennomførte blant annet en bransjeworkshop for å finne en tydeligere definisjon av hva regenerativt landbruk innebærer for vin og vinproduksjon, og for å bestemme veien videre.

## Mål og måltall

	MÅL 2030	MÅL 2025	2025	2024	2023	KOMMENTAR
Andel liter solgt som er merket med miljøsertifisert produksjon, økologisk eller biodynamisk	35 %	22,7 %	23 %	20,2 %	6,71 %	Ny KPI i 2025

**Rapporteringsprinsipper:**

Vi måler antall produkter med en sertifisering som er godkjent som miljøsertifisert produksjon, økologisk eller biodynamisk, og deler dette på totalt salg.

TNFD-INDEKS	SIDEREFERANSE
<b>SELSKAPSSTYRING</b>	
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 62
<b>STRATEGI</b>	
a) Risiko og muligheter	Vedlegg 3
b) Påvirkning på selskapet	Vedlegg 3
c) Scenarier	Per 2025 har vi ikke gjort en strukturert scenarioanalyse av naturrisikoer og muligheter
d) Lokasjoner	Naturrisiko i viktige vinland, side 41 og 42
<b>RISIKOSTYRING</b>	
a) Prosess	Vinmonopolets naturrisikoanalyse, side 41-43
b) Styring	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell, side 43
c) Integrering	Tilpasninger i strategi og forretningsmodell, side 43
<b>MÅLING</b>	
a) Risikoer og muligheter	Naturrisiko inkluderes i den årlige risikostyringsprosessen i Vinmonopolet
b) Påvirkning og avhengigheter	Mål og måltall, øverst på denne siden
c) Mål	Mål og måltall, øverst på denne siden

SIRKULARITET

# Vi påvirker en hel bransje gjennom å stille krav

Vinmonopolets største materialstrømmer stammer fra produktene vi selger. Emballasje har negativ miljøpåvirkning utover klimautslipp, gjennom råvareutvinning, produsere emballasje og transportere emballasje. Vår produktemballasje består av ulike materialtyper. I 2025 har vi gjennomført tiltak for å øke bruken av resirkulerte materialer i emballasjen, redusere emballasjeverkten samt øke muligheten for å resirkulere emballasjematerialene.

## VÅR FREMGANGSMÅTE



### Fra vesentlighetsanalysen

- Vinmonopolet har negativ påvirkning på både klima og natur gjennom emballasje på produktene vi selger, samt i salg av poser og andre gaveartikler.
- Dette er knyttet til FNs bærekraftsmål

12.2 12.5

### Mål

Vi reduserer klimagassutslipp i egen virksomhet i henhold til nasjonale mål, og er pådriver for reduksjon av klimautslipp og tilpasning til klimarisiko i verdikjeden. Vi tar ansvar for miljøpåvirkning i egen virksomhet, og jobber for å redusere negativ påvirkning på natur i verdikjeden.

KPI 1:

Antall poser per kunde

MÅL 2030

0,15

RESULTAT 2025

0,21

KPI 2:

Andel salg av enheter med pant

MÅL 2030

20 %

RESULTAT 2025

9,9 %

KPI 3:

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

MÅL 2030

80 %

RESULTAT 2025

46,8 %

Vinmonopolets største materialstrøm er glassemballasje. I flere år har vi jobbet systematisk for å få ned vekten på glassflaskene, samt å få flere produkter over på langt lettere og mer klimasmarte emballasjetyper som plastflasker, aluminiumsbokser og kartong.

## Retningslinjer

### • The Bottle Weight Accord

Vinmonopolet har forpliktet seg til «The Bottle Weight Accord» gjennom medlemskap i Sustainable Wine Roundtable. Dette innebærer mål om en gjennomsnittlig flaskevekt på 420 gram for stille vin. Retningslinjene for klimasmart emballasje er integrert i produktkravene og innkjøpsprosessene.

Se også beskrivelse av Eierskapsmeldingen, nordisk samarbeid om veikart og Vinmonopolets retningslinjer for klima, naturmangfold og sirkularitet beskrevet i klimakapitlet.

### **Merking i butikk: Klimasmart emballasje**

Vi definerer klimasmart emballasje som all emballasje med en maksvekt på 420 gram per 750 ml innhold (dvs. at emballasjevekten i gram kan utgjøre maks 56 prosent av voluminnholdet i milliliter). Klimasmart emballasje kan være laget av ulike materialtyper, for eksempel lett glass, plast, trefiber/papp eller aluminium. Produkter som har klimasmart emballasje, har en merkelapp med «klimasmart emballasje» på hyllen i butikkene våre. I nettbutikken og i appen blir de merket med en grønn trekant. Når man går inn på et spesifikt produkt i nettbutikken, vil det også stå tydelig om produktet har klimasmart emballasje.

### **Vi utfordrer bransjen gjennom krav i lanseringsplanene**

Vinmonopolet lanserer nye produkter annenhver måned, og publiserer hvert halvår en plan som viser våre tilbud til de ulike lanseringsmånedene. Denne lanseringsplanen er viktig i kommunikasjonen med grossister og bransjen. Vi jobber mot målet om at alle tilbud skal inneholde minst ett krav til bærekraft. Allerede i 2020 stilte vi de første kravene om klimasmart emballasje på nye rød-, hvit- og roséviner.

I 2025 jobbet vi med produktene som skal lanseres i butikkene våre i 2026. Flere av tilbudene inneholdt krav til lettere emballasjevekt for brennevin, dyrere vin og alkoholfritt. Vi stilte spesifikke krav til at nye produkter på Bag-in-Box og pouch skal ha resirkulerbar innerpose og tappetut. For første gang har vi også stilt krav til andel gjenvunnet materiale i emballasjen. Vi har spesifikke tilbud på produkter med mer enn 80 prosent resirkulert glass i glassflasken, og over 50 prosent resirkulert plast i plastflaskene. Disse kravene har generelt blitt godt mottatt av bransjen. Flere produkter som er i salg, overgår til og med kravene til emballasjevekt i våre opprinnelige spesifikasjoner.

### **Vi forbereder krav om lettvektflasker for stille vin under 250 kr**

I 2025 har vi jobbet mye med å forberede og informere bransjen om nye krav til stille vin under 250 kroner. 1. januar 2026 trådte et krav i kraft om at rød-, hvit- og rosévinflasker under 250 kroner maks kan veie 420 gram for å bli solgt hos Vinmonopolet. Mange produkter gikk derfor over fra tung glassflaske til lettere glassflaske i løpet av 2025. Mer enn fem tusen produkter er omfattet av kravet.

### **Skaper ringvirkninger i bransjen**

Dialog med bransjen indikerer at kravene om lettvektflasker har effekt også utenfor Norge. Flere aktører oppgir at de nå innfører lettvektflasker i flere markeder og for flere produkter enn det regelverket direkte krever.

### **Vi stiller krav om pant der det er aktuelt**

I 2025 ble det solgt 10,2 millioner pantbare produkter, en økning på over seks prosent sammenlignet med 2024. Salget av pantbar emballasje utgjorde 9,9 prosent av det totale antallet produkter solgt.

Målet er at alle flasker og bokser vi selger med pant, skal komme i retur i pantesystemet. Returstatistikken for 2025 viser en generell positiv utvikling. 76 prosent av alle aluminiumsbokser med vin og 70 prosent av vinflasker i plast blir pantet. Det tar tid før kundene blir oppmerksomme på panteløsningen, og produktene konsumeres ikke umiddelbart, noe som gir en naturlig forsinkelse i returen. Vi fortsetter arbeidet med aktiv kundekommunikasjon og merking av pant i butikk.

### Vi jobber aktivt for å redusere salget av poser

Vinmonopolet er medlem av Handelens Miljøfond, og vi deler deres mål om å redusere plastposeforbruket med 70 prosent innen utgangen av 2025. For Vinmonopolet betyr dette 0,15 poser solgt per kunde. Vi nådde ikke dette målet i 2025, da vi endte på 0,21 poser per kunde. Salget av poser gikk ned med 3,5 millioner i våre butikker, som er en reduksjon på 31 prosent sammenlignet med 2024. I tråd med føringene fra Handelens Miljøfond viderefører vi målsetningen om 0,15 mot 2030.

Vi har jobbet aktivt med kommunikasjon og oppfølging av resultater internt. Vi måler posesalg per kunde i alle butikker, og redusert posesalg er inkludert i løpende driftsoppfølging. I 2025 ble det laget opplæringsmateriell og butikkrapporter rettet mot ansatte for enklere oppfølging av redusert posesalg.

### Opplæring av butikkmedarbeidere om produktemballasje

Våre butikkmedarbeidere er svært viktige i arbeidet for å gjøre kundene mer oppmerksomme på klimasmart emballasje, og vi fortsatte arbeidet med internkommunikasjon om dette. Som en del av intern opplæring er «Bærekraft i kundemøte» et fokusområde der ansatte skal informere kundene om klimasmart emballasje, pantbar emballasje og alternativ til plastpose.

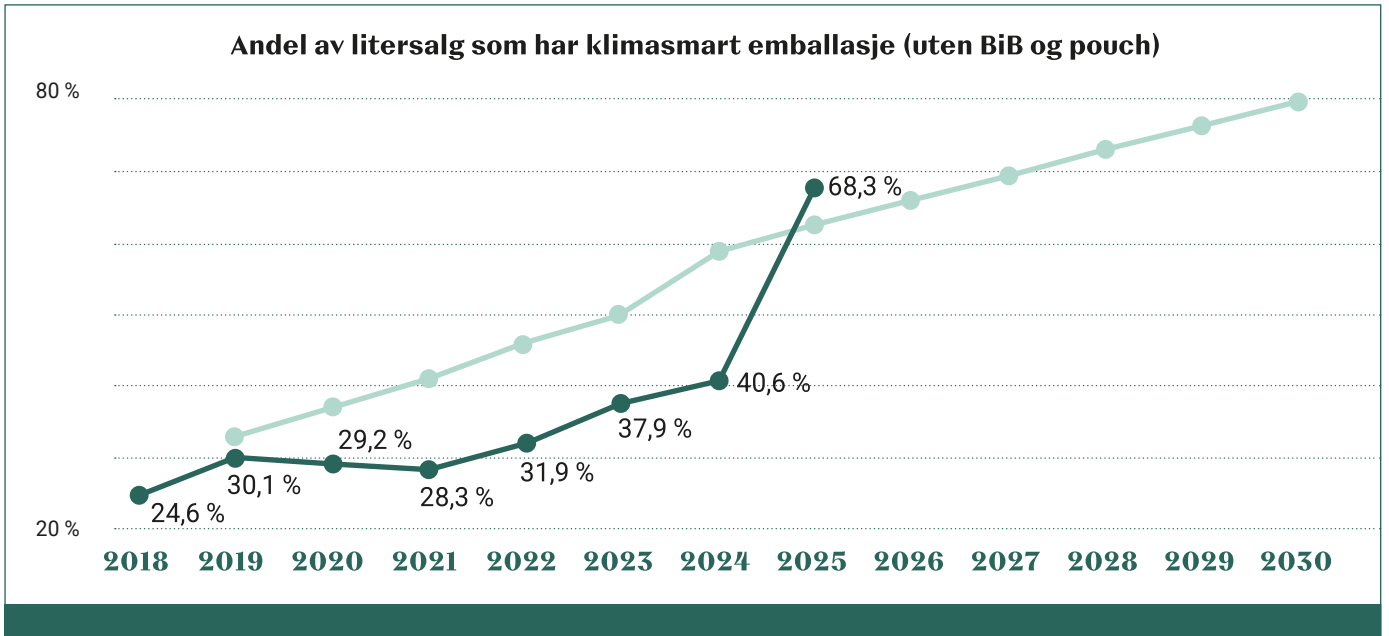
### Oppfordring til å fjerne overflødig emballasje

Vi oppfordrer våre leverandører til å fjerne unødvendig emballering av produktene, for eksempel gaveesker eller -rør. Vinmonopolet har satt krav om at nye brennevinsprodukter med en salgspris under 700 kroner skal sendes fra opprinnelseslandet uten slik ekstra emballering. Målet er å redusere mengden avfall og minske klimabelastningen.

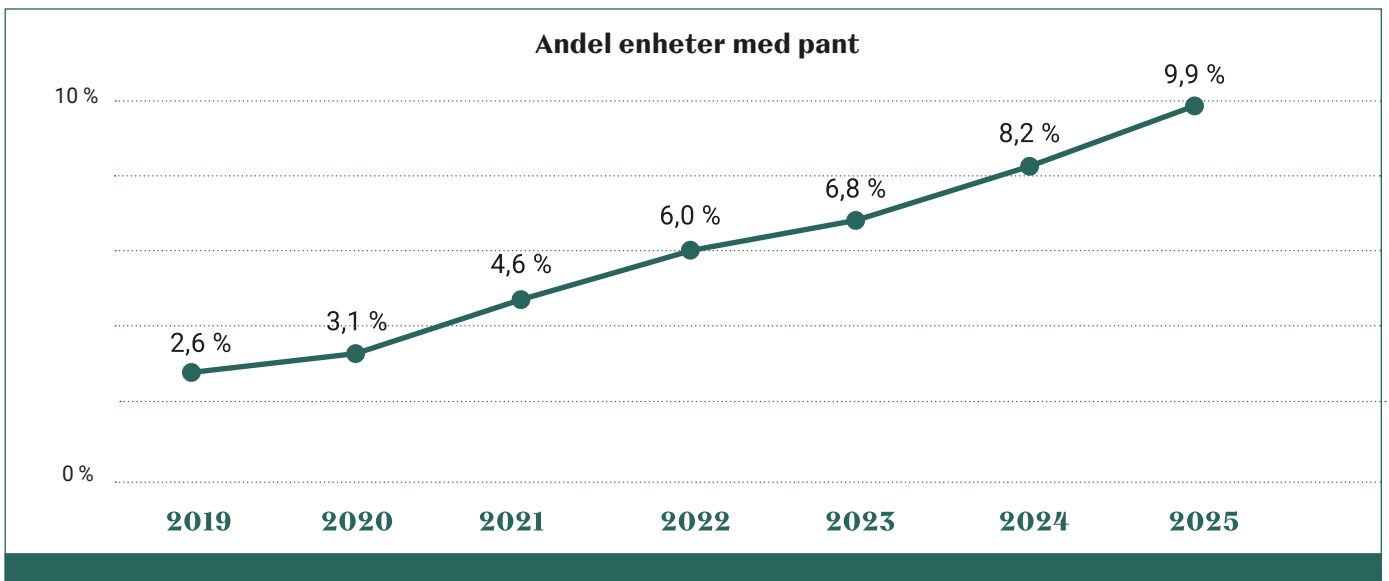


## Mål og måltall

	MÅL 2030	MÅL 2025	2025	2024	2023	KOMMENTAR
Andel av litersalg med klimasmart emballasje (uten BiB og pouch)	80 %	55 %	47 %	41 %	38 %	Vi ser effekter av at bransjen har forberedt seg på nytt krav om lettvektsemballasje fra 1. januar 2026.
Poser solgt per kunde	0,15	0,15	0,21	0,29	0,41	Posesalget går ned, men ikke like fort som vi ønsker. Arbeidet fortsetter mot 2030.
Andel enheter solgt med pant	20 %	-	9,9 %	8 %	7 %	Vi ser at andelen av produktene våre som har pant øker jevnt over. Returgraden er fremdeles høyest på øl.
Pantegrad øl på aluminiumsboks	100 %	100 %	91 %	95 %	ca. 90 %	
Pantegrad vin på aluminiumsboks	100 %	100 %	76 %	76 %	ca. 65 %	
Pantegrad PET-flasker for vin	100 %	100 %	76 %	76 %	ca. 65 %	
Pantegrad PET-flasker for brennevin	100 %	100 %	70 %	70 %	ca. 65 %	



● Mål ● Andel av litersalg som har klimasmart emballasje (uten BiB og pouch)



**Rapporteringsprinsipper:**

Pant: Returstatistikk og pant følges opp i samarbeid med Infinitum, som eier og drifter pantesystemet i Norge.

Andel solgte enheter utenom BiB og pouch: Vinmonopolet har et mål om 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.

## 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. Som en stor arbeidsgiver har vi påvirkninger og risikoer blant annet knyttet til våre ansatte gjennom arbeidstid og HMS. Vi vil motvirke trakassering og fremme 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 (intern metode)

MÅL 2030

**6 %**

RESULTAT 2025

**6,7 %**

#### KPI 2:

Turnover

MÅL 2030

**9 %**

RESULTAT 2025

**10 %**

#### KPI 3:

Tilgjengelige læringsressurser i Polakademiet

RESULTAT 2025

**181**

# Arbeidstid

Vinmonopolet ønsker å kunne tilby kontraktstørrelser medarbeiderne våre er fornøyde med. I 2025 har vi jobbet videre med 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. Som en følge av dette er våre minste butikker gjerne stengt, eller har redusert åpningstid, fra mandag til onsdag. Dette er hovedårsaken til at Vinmonopolet har en stor andel deltidsansatte – det er rett og slett behov for flere medarbeidere i butikkene våre opp mot helgen og færre i begynnelsen av uken.

I en hektisk hverdag kan det være utfordrende å sette klare grenser mellom jobb og privatliv, spesielt med stadig større 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.

Å være en attraktiv arbeidsgiver og skape et arbeidsmiljø der ansatte trives, utvikler seg og føler seg verdsatt handler om mer enn bare lønn – det inkluderer bedriftskultur, muligheter for karrierevekst, god ledelse og en sunn balanse mellom arbeid og fritid.

## Retningslinjer

- **Overenskomster og sentrale lovverk**

Arbeidet med 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. Vinmonopolet følger overenskomstene og sentrale lovverk som ferieloven og 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.

## Kanal for å melde bekymringer og behov: Polpuls, spørreundersøkelse og medarbeidersamtale

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

## Aktiviteter

### **Strukturert arbeid med ufrivillig deltid**

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 årene 2023–2025 ser vi en positiv utvikling i retning av at en større andel jobber frivillig deltid. Mange er nå fornøyd med en økning i stillingskontrakten, uten at dette må være en heltidsstilling. Det foretas en årlig kartlegging i alle butikkene i forbindelse med medarbeidersamtalen. I 2023 svarte 80 prosent av våre deltidsansatte at de var ufrivillig ansatt på deltid. I 2024 var dette redusert til 55 prosent, og i 2025 er det ytterligere redusert til 49 prosent.

### **Partssammensatt utvalg deltid (PUD)**

PUD jobber med hvordan vi kan øke stillingsprosenten i deltidskontrakter og redusere omfanget av ufrivillig deltid samtidig som vi opprettholder effektiv drift. PUD foretar en årlig kartlegging av mertidsbruken, med resultat at de som har jobbet mest mertid, blir vurdert oppjustert til større stillingsprosent. Det jobbes godt og kontinuerlig med fagforeningen Funksjonærklubben i Vinmonopolet (FKV), som særlig representerer butikkansatte.

### **Robust grunnbemanning**

Alle butikker har jobbet med å optimere sine grunnbemanninger i henhold til vedtatte styringsprinsipper. Butikkene følges opp på mertid og sykefravær, i tillegg til liter per time. Nytt måltall på mertid har gitt synlige resultater, hvor andelen mertid har gått fra over 30 prosent i 2024 til under 25 prosent i 2025.

### **BemanningsPOL**

I januar 2025 ble det satt i gang en pilot der en butikk har definerte medarbeidere på heltid som kan lånes ut på faste dager til andre butikker i nærområdet. I løpet av året har vi økt antall BemanningsPOL i Vinmonopolet til totalt seks piloter. Arbeidet blir kontinuerlig evaluert, og vi får nyttige erfaringer med tanke på ytterligere utvidelser, eller eventuelt å gjøre dette til en permanent ordning i 2026.

### **Økning i antall heltidsansatte**

Arbeidet med robust grunnbemanning har ført til en økning i antall heltidsstillinger og en reduksjon i antall ekstrahjelpere. Ekstrahjelpere er kun ansatt på de oppsatte vaktene de får tildelt. Ved en robust grunnbemanning er flere timer fordelt på de faste ansatte, noe som gjør at vi får et mindre behov for ekstrahjelpere.

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

Der det er mulig ønsker Vinmonopolet å tilrettelegge for medarbeidere som av hensyn til familieliv har behov for fleksibilitet. Butikkene tilpasser arbeidsplanen 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 til å gå i dialog med sin nærmeste leder.

## Mål og måltall

ANSATTE	2025	2024	2023	2022
Antall ansatte	2 119	2 064	2 031	2 010
Antall årsverk	1 292	1 273	1 244	1 236
Antall ansatte i butikk	1 944	1 868	1 836	1 821
Antall ansatte på kjedekontoret	175	196	195	193

MEDARBEIDERE (2025)	KVINNER	%	MENN	%	TOTALT
Heltid	428	55 %	356	45 %	784
Deltid	917	69 %	418	31 %	1 335
Totalt	1 345	63 %	774	37 %	2 119
Ekstrahjelper	480	60 %	320	40 %	800
Faste ansatte	1 324	63 %	762	37 %	2 086
Midlertidig ansatte	21	64 %	12	36 %	33
Ansatte (faste og midlertidige) over 50 år	718	71 %	290	29 %	1 008

	MÅL 2030	MÅL 2025	2025	2024	2023	KOMMENTAR
Turnover – prosent	9 %		10 %	7,30 %	10 %	
Turnover – antall	-		95	153	200	
Sykefravær – intern metode	6 %		6,73 %	7,10 %	6,80 %	Sykefraværet er noe redusert i 2025, men ambisjonen er å forbedre resultatet ytterligere.
Sykefravær – ekstern metode	-		5,91 %	6,30 %	6,09 %	

Vinmonopolet legger til rette for fleksibelt uttak av foreldrepermisjon i samarbeid med den ansatte. I 2025 hadde 85 personer foreldrepermisjon. Av disse var 65 kvinner (76 prosent) og 20 menn (24 prosent). Kvinner hadde i gjennomsnitt 16,35 uker og menn 10,18 uker permisjon.

**Rapporteringsprinsipper:**

Rapporten hentes ut fra HR-systemet per 31.12. Den inkluderer alle ansatte med kontrakt som har jobbet i rapporteringsperioden og har en stillingsbrøk. Det betyr at midlertidige stillinger er inkludert, mens permisjoner med stillingsbrøk 0 prosent 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.

**Foreldrepermisjon:** Tallene hentes ut fra en automatisk rapport i lønssystemet.

**Sykefravær:** Sykefraværprosent 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).

# Dialog med fagforeninger

Et godt partssamarbeid med gjensidig respekt er viktig for virksomheten.

Partene i Vinmonopolet har gjennom 2025 arbeidet tett med utvikling og avklaringer knyttet til overenskomstene. Organisasjonene møter arbeidsgiver både i felleskap og i egne forumer. 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 er det mellomoppgjør, der partene kun forhandler om økonomi. I 2025 gjennomførte vi et mellomoppgjør. Uorganiserte medarbeidere på kjedekontoret og butikksjefer følger det fremforhandlede lønnsoppgjøret til AV. Uorganiserte medarbeidere i butikk følger det fremforhandlede lønnsoppgjøret til FKV.

- **Overenskomstene**

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.

- **Samarbeidsavtaler**

Samarbeidsavtalene inneholder bestemmelser om ansattrepresentanter i Vinmonopolets styre og arbeidsmiljøutvalg (AMU) samt kontakt mellom ledergruppen og medarbeidere. Dagens samarbeidsavtaler med FKV og AV er noe utdaterte, og Delta har ingen egen samarbeidsavtale. Partene er enige om at avtalene bør revideres og oppdateres. Dette arbeidet ble satt på vent våren 2025, men gjenopptatt høsten 2025.

## Kanal for å melde bekymringer og behov: formelle og uformelle dialoger med tillitsvalgte

De ansatte er representert ved tillitsvalgte som tar opp saker på deres vegne i AMU og informasjons-, drøftings- og forhandlingsmøte i Vinmonopolet (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. Vi vurderer 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 2025 gjennomførte administrasjonen og fagforeningen følgende aktiviteter:

### Samhandling

Samhandling med fagforeningene foregår i informasjons-, drøftings- og forhandlingsmøte i Vinmonopolet (IDV), arbeidsmiljøutvalget (AMU), partssammensatt utvalg deltid (PUD), egne tariffmøter og møter med direktøren for organisasjon og HR samt forhandlingssjefen fra Vinmonopolet. Samhandling foregår formelt, men også uformelt. Vi gjennomfører jevnlig møter for å sikre innflytelse, dele erfaring og innsikt og skape felles forståelse for konkrete temaer.

Det profesjonelle samarbeidet vil ikke nødvendigvis sikre at vi oppnår enighet i alle saker, men det er et mål å oppnå en bedre forståelse for hverandres ståsted og synspunkter og for virksomhetens situasjon.

**Informasjons- og drøftingsmøte (IDV)**

Det er et mål at så mye som mulig av partssamarbeidet på virksomhetsnivå samles i IDV-møtene, med mindre partene finner det hensiktsmessig at visse saksområder legges til egne partssammensatte utvalg.

IDV skal ikke erstatte partssamarbeid på lokalt eller regionalt plan. Det er fortsatt et mål at saker skal løses på et så lavt nivå som mulig. IDV skal forbeholdes saker som angår hele eller store deler av Vinmonopolet, eller er svært viktige.

Det er avholdt tre separate møter i 2025, og fire felles IDV-er. I årets siste IDV ble 2025 evaluert, og partene drøftet bevarings- og forbedringspunkter å ta med seg inn i 2026.

**Drøfting rundt rekruttering**

I Vinmonopolet er fagforeningene en part når det ansettes nye personer i etablerte eller nye stillinger.



# Opplæring og kompetanseutvikling

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.

Læringsfellesskap og lederutviklingsprogrammer, lokalt tilrettelagte kurs og oppmerksomhet på individuell og lett tilgjengelig læring er sentralt i arbeidet vårt med kompetanseutvikling. Arbeidet med opplæring og kompetanseutvikling styres av selskapsstrategien.

## Kanal for å melde bekymringer og behov: Polpuls og kompetansekartlegging

Vi gjennomfører medarbeiderundersøkelsen Polpuls annethvert år. Undersøkelsen gir viktige tilbakemeldinger fra våre medarbeidere om opplæring og kompetanseutvikling. I tillegg gjennomføres det kompetansekartlegging hos alle ansatte i butikk annethvert år. Kartleggingen ser på de ansattes opplevde kompetanse innen alle områder de trenger kompetanse på.

## Aktiviteter og programmer for kompetanseutvikling

### Struktur i arbeidet

En sentral målsetting for 2025 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. Basert på funn fra kompetansekartlegging i 2024 har vi iverksatt tiltak for kompetanseutvikling som er målrettet og relevant for organisasjonen og den enkelte målgruppe. For å sikre at opplæringstiltakene treffer på behovet, brukes brukersentrert arbeidsmetodikk i utviklingsprosessen.

### Polakademiet

Polakademiet er Vinmonopolets digitale læringsplattform, hvor våre ansatte finner digitale og fysiske kurs for å øke kunnskap om og ferdigheter i alt fra varefag og butikkdrift til bærekraft og ledelse. Ved utgangen av 2025 inneholdt plattformen totalt 181 digitale kurs, videoer, diskusjonskort, smakesmier med mer, hvorav 24 ble utviklet i 2025.

### Ny læringsplattform

Et av årets største prosjekter for å videreutvikle læringstilbudet for våre ansatte har vært anskaffelsen av en ny læringsplattform. Vi har signert avtale med en ny leverandør i 2025. Den nye plattformen vår er en av de mest anerkjente på verdensmarkedet, og vi ser frem til å presentere den nye versjonen av Polakademiet i 2026.

### Fredagsmøter

I 2025 introduserte vi fredagsmøter i butikk for å gi våre ansatte en felles arena for læring og informasjonsformidling. Omtrent halvparten av tiden skal brukes på kompetanseheving i butikken innenfor varefaglig kompetanse, driftskompetanse, kundemøtet og ansvarlig salg. Ansatte i butikk sier nå at fredagsmøtene har blitt den viktigste læringsarenaen de har i butikk. I løpet av 2025 ble det publisert totalt 22 læringspakker til fredagsmøtene på til sammen 14 timer og 42 minutter. Fredagsmøtene evalueres for at vi skal kunne tilrettelegge det videre arbeidet enda bedre.

### Grunnopplæring

218 medarbeidere fullførte sin obligatoriske grunnopplæring i 2025. Grunnopplæringen består av én del som er obligatorisk for alle, uansett stilling, og én behovsprøvd varefaglig del som er spesielt utviklet for dem som jobber direkte med fag. I 2025 har vi jobbet med å utvikle ny grunnopplæring som i større grad tar utgangspunkt i kritisk kjernekompetanse for nyansatte i butikk. Implementering av ny grunnopplæring gjøres i 2026.



### **Selvstudier**

Medarbeidere som har bestått den obligatoriske opplæringen, kan søke på et selvstudium. 48 medarbeidere gjennomførte et selvstudium i 2025. I 2025 arrangerte Vinmonopolets opplæringsenhet fem interne studieturer, blant annet en reise i Norge for å besøke norske produsenter av drikkevarer.

### **Fagdager**

Fagdage tilbyr kursinnhold for viderekomne. I 2025 gjennomførte vi fagdager innen temaene vin, brennevin, mat og drikke, og øl og sider. 168 ansatte deltok på disse samlingene.

### **Lokale dagskurs**

Med bakgrunn i funn fra kompetansekartlegging i 2024 ble det i 2025 gjennomført en pilot på lokale dagskurs for viderekomne. Disse ble gjennomført i Kristiansand, Bergen, Trondheim og Tromsø. På disse kursene ble ansatte som ikke har fått kompetansehevende kurs de siste fem årene prioritert, og totalt 80 ansatte deltok i 2025. Målet var å sikre kompetanseutvikling hos alle ansatte gjennom å gjøre kurstilbudet lettere tilgjengelig lokalt. Dette reduserer tid og kostnader knyttet til reise. Piloten var svært vellykket og videreføres i 2026.

### **Kundekurs**

I 2025 arrangerte vi 196 kurs med totalt 4609 kunder som deltakere. Kursene arrangeres over hele landet, med kompetente ansatte i butikk som kursholdere.

### **Ledertrening for distriktssjefer, regionledere og kjedekontor**

I 2025 ble det utviklet og gjennomført ledertrening for både distriktssjefer, regionledere og ledere med personalansvar på kjedekontoret. Treningen, inkludert valg av innhold og metoder, er tilpasset målgruppens og organisasjonens behov.

### **Utviklingsmuligheter og karriere**

Organisasjonen legger til rette for karriereutvikling. Vi har hatt flere opprykk gjennom interne rekrutteringer til stillinger med større ansvar og bedre 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 gjennom vår økonomisk støtteordning.

# Helse og sikkerhet

Vi er opptatt av at alle skal ha en trygg og god arbeidsplass med høy grad av trivsel. Resultatene fra den siste medarbeiderundersøkelsen viser at Vinmonopolet har svært engasjerte medarbeidere og godt arbeidsmiljø. Medarbeiderundersøkelsen viser også at det er rom for forbedring og gir retning for aktivitetene som er gjennomført i 2025.

Vi jobber for å hindre usaklig 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 rekrutteringsprosessene våre og personaloppfølgingen vår. Vinmonopolet har god erfaring med tverrfaglige og partssammensatte arbeidsgrupper. Dette er også en arbeidsform som benyttes innen likestillings- og diskrimineringsområdet. Arbeidet med likestilling er en viktig del av personalpolitikken. De siste årene har vi fått en større andel kvinnelige ledere, og utviklingen har holdt seg stabil. Dette er nærmere beskrevet i likestillings- og diskrimineringsredegjørelsen på [vinmonopolet.no](https://www.vinmonopolet.no).

## Retningslinjer

- **Oppdragsbrev**

Ifølge Vinmonopolets oppdragsbrev skal organisasjonen aktivt jobbe med forebyggende HMS rettet mot sykefravær, avhengighetsproblematikk samt yrkesaktivitet etter fylte 50 år.

- **Overordnet sikkerhetsinstruks**

Vinmonopolet har etablert en overordnet sikkerhetsinstruks, hvor hensikten er å forebygge og redusere konsekvensene av ulykker eller kriminelle handlinger. Det finnes også en rekke rutiner og tiltakskort, se under.

- **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. AKAN Norge er rådgivende samarbeidspartner.

- **Arbeidsmiljølovens kap. 6 om verneombud**

Verneombudene representerer alle ansatte og har viktig kunnskap og erfaring fra arbeidstakersperspektivet. De skal bidra til å sikre et trygt og sunt arbeidsmiljø ved å jobbe med forebyggende aktivitet og håndtere saker som kommer opp. Verneombudene er også verneombud for lederne.

- **Rutiner og tiltakskort**

Vinmonopolet har etablert rutiner og tiltakskort knyttet til sikkerhet på arbeidsplassen, som eksempelvis omhandler alenearbeid, samt forebygging og håndtering av konflikter, trusler, vold, mobbing og ulike former for trakassering

## Dialog med ansatte og håndtering av bekymringer

Representanter fra vernetjenesten og fagforeningene sitter i arbeidsmiljøutvalget (AMU), AMUs undervalg for butikksaker, nærværsggruppe og AKAN-utvalget.

Fagforeningene deltar også i relevante arbeidsgrupper, prosesser og prosjekter. Det er normalt fire drøftingsmøter i samarbeidsforumet IDV – Informasjon og drøfting i Vinmonopolet. I 2025 var det en ekstraordinær drøfting, altså totalt fem møter.

Medarbeidere kan ta opp eventuelle bekymringer med 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 ved behov gir kunnskapsbaserte arbeidsmiljøråd til Vinmonopolets medarbeidere og ledere.

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

## Aktiviteter

### **AKAN (Arbeidslivets kompetansesenter for rus og avhengighet)**

Vinmonopolet samarbeidet også i 2025 med AKAN kompetansesenter. Ansattrepresentanter har deltatt på Alor nettverkssamling innen arbeidsliv og rus.

### **Nærvær og sykefraværsoppfølging**

I 2025 ble Nærværgruppen enige om å satse på kvinnehelse, men på grunn av lønnsomhetsprogrammet og andre prioriteringer er arbeidet ennå ikke startet opp. Det er etablert en mer strukturert ramme rundt arbeidet med nærvær og sykefraværsoppfølging. Vi har etablert og igangsatt fokusgrupper for sykefraværarbeid i våre tolv distrikter, og det er inngått et samarbeid med Nav arbeidslivssenter. Fokusgruppene videreføres ikke i 2026, men vil i stedet erstattes av andre aktiviteter som eksempelvis webinarer og digitale møter..

### **Vernetjenesten**

Vinmonopolet har omtrent 45 Verneombud, disse er fordelt på butikker, e-lager og Kjedekontor. Verneombudene har i løpet av 2025 digitalisert sine arbeidsoppgaver, og de fleste har blitt gjennomført på nett. Verneombudsgruppen møttes til fagdager på kjedekontoret i januar, med fokus på mellommenneskelige relasjoner, psykososialt arbeidsmiljø, konflikthåndtering varsling og prøving av nye arbeidssko.

### **HMS-opplæring for ledere**

AMU deltagere samt vara gjennomgikk 40 timers grunnopplæring i HMS, nye ledere og butikksjefer får fortløpende innføring i HMS arbeidet.

### **Oppfølging av HMS-avvik**

Vinmonopolet jobber med HMS-avvik og uønskede hendelser i butikkene. I starten av året ble flere avvikskategorier oppdatert for å skape et mer presist bilde av de innrapporterte avvikene. Det har vært en liten økning i rapporterte avvik i 2025, hvor 218 avvik ble registrert mot 205 i 2024 og 187 i 2023. Antall avviksmeldinger har økt som indikerer at kulturen for å melde avvik er innarbeidet. Dette gjør at Vinmonopolet kan jobbe mer forebyggende og med mer treffsikre tiltak i 2026.

### **Yrresskader**

Arbeidsgiver meldte i 2025 inn 13 skademeldinger til NAV, som følge av HMS-avviksmeldinger. Rutinen er klar, for våre arbeidstakere som skader seg i arbeidet søker arbeidsgiver å få dette godkjent som en mulig yrkesskade. Det er av betydning om skaden krever behandling ved hendelsen eller om det oppstår behov senere.

### **Trakassering**

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.

### **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**

Instruks 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.

# Mangfold

**Vinmonopolet skal ha en balansert sammensetning av ansatte når det gjelder alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell orientering og kulturell bakgrunn.**

Vi jobber for å hindre usaklig 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 rekrutteringsprosessene våre og personaloppfølgingen vår. Vinmonopolet har god erfaring med tverrfaglige og partssammensatte arbeidsgrupper. Dette er også en arbeidsform som benyttes innen likestillings- og diskrimineringsområdet. Arbeidet med likestilling er en viktig del av personalpolitikken. De siste årene har vi fått en større andel kvinnelige ledere, og utviklingen har holdt seg stabil. Dette er nærmere beskrevet i likestillings- og diskrimineringsredegjørelsen på [vinmonopolet.no](https://www.vinmonopolet.no).

## Retningslinjer

- **Nulltoleranse**

Vinmonopolet har nulltoleranse for diskriminering og aksepterer ikke usaklig forskjellsbehandling. Vi jobber for å hindre forskjellsbehandling på grunnlag av kjønn, alder, seksuell orientering og kulturell bakgrunn. Dette kommer spesielt frem 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.

## Kanal for å melde bekymringer og behov: Varslingskanaler

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, der varslerne kan velge å være anonyme. Videre gir medarbeiderundersøkelsen mulighet for å gi tilbakemeldinger om forhold knyttet til mangfold og inkludering.



## Aktiviteter

### **Tilrettelegging og nærvær**

Vinmonopolet jobber for å forhindre frafall fra arbeidslivet på grunn av helseproblemer og for at restarbeidsevnen skal brukes i størst mulig grad. Vinmonopolets beskrivelse av nyetableringer og lokaler som skal rehabiliteres, ivaretar kravene til universell utforming.

### **Praksisplass og arbeidstrening**

Vinmonopolet bidrar med å gi personer som har falt ut av arbeidslivet, en mulighet til å få relevant praksis i form av arbeidstrening gjennom Nav. Dette gjelder i hovedsak i butikk, men i 2025 har vi også hatt god erfaring med praksisplass på kjedekontoret.

### **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. I butikk er det tarifflønn, mens det på kjedekontoret i hovedsak er individuell avlønning.

### **Yrkesaktivitet etter fylte 50 år**

47 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 skal stå i jobb lengst mulig. Vi tilrettelegger for dette 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 har også mulighet til å gå over i redusert stilling i kombinasjon med delvis pensjon. Når man fyller 62 år, vil man få en ekstra fridag med lønn – en såkalt seniordag. Når man fyller 63 år, får man én til, og når man fyller 64 år, har man totalt rett på tre seniordager. Fra fylte 65 år har man rett på totalt fem seniordager. Vi arrangerer seniorkurs for medarbeidere som ønsker det, fra fylte 60 år, som et pensjonsforberedende tiltak.

### **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 har et forbedringspotensial når det gjelder rekruttering av personer som allerede har nedsatt funksjonsevne. Ved utgangen av 2025 var det 63 prosent kvinner og 37 prosent menn blant Vinmonopolets ansatte. Fordelingen mellom kjønnene i lederstillinger var 59 prosent kvinner og 41 prosent menn.



## ARBEIDERE I VERDIKJEDEN

# Mer systematisk tilnærming for aktsomhetsvurderinger

Vinmonopolet selger produkter fra hele verden. Mange steder er arbeidsforholdene gode, men ikke alle steder lever de opp til internasjonale standarder. Jordbrukssektoren er særlig utsatt, med risiko for menneskerettighetsbrudd og uverdige arbeidsforhold – spesielt for sårbare grupper som migrantarbeidere. Derfor jobber Vinmonopolet systematisk og målrettet for å forbedre arbeidsforholdene der risikoen er størst. Dette er en viktig del av vårt strategiske mål om å være en ansvarlig aktør som fremmer anstendig arbeid og respekterer menneskerettigheter i hele 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 manglende/begrensede 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

Vi er en ansvarlig aktør og en pådriver for anstendig arbeidsforhold og respekt for menneskerettigheter i vår leverandørkjede

#### KPI:

Andel av volum i basis-sortimentet hvor arbeidsforhold er kartlagt ned til tilvirker i Vinmonopolets bærekraftsplattform

#### MÅL 2030

**90 %**

RESULTAT 2025

**52 %**

## Retningslinjer

- **Retningslinjer for menneskerettigheter**

Våre retningslinjer for menneskerettigheter tydeliggjør at vi er forpliktet til å respektere grunnleggende menneskerettigheter. Vi forventer at våre forretningspartnere og leverandører deler disse prinsippene.

- **Vinmonopolets etiske krav og amfori BSCI Code of Conduct**

Vinmonopolets etiske krav er basert på amfori BSCI Code of Conduct, dekker 13 områder og er inkludert i avtalene med norske grossister, som utgjør første ledd i leverandørkjeden. Ved faktiske brudd samarbeider vi tett med produsenter og grossister for å gjennomføre konkrete forbedringer og sørge for gjenoppretting der det er påkrevd.

- **Nordisk samarbeid om veikart**

De nordiske alkoholmonopolene har etablert et felles veikart for arbeid med menneskerettigheter. Samlet utgjør aktørene i samarbeidet verdens største innkjøper av alkoholholdig drikke, med store muligheter for å skape globale forbedringer i bransjen.

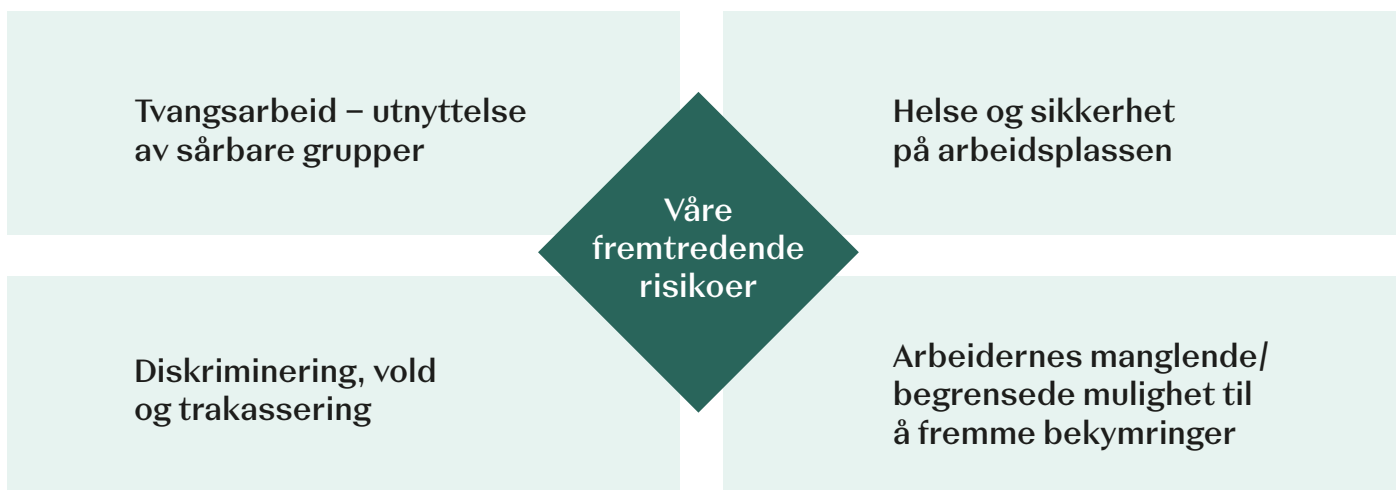
## Risikoanalyse for anstendige arbeidsforhold

Vi følger OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger for å identifisere og håndtere brudd på våre etiske krav. En viktig del av arbeidet er å identifisere sårbare grupper som kan være utsatt for menneskerettighetsbrudd.

For å styrke kunnskapen vår om risikobildet innhenter vi analyser fra VERISK Maplecroft, og vi supplerer dette med bransjespesifikk innsikt gjennom menneskerettighetskonsekvensvurderinger – Human Rights Impact Assessments (HRIA). I 2025 har vi, sammen med de andre nordiske alkoholmonopolene, jobbet med en HRIA av vinindustrien i Spania, ettersom det er et av landene vi selger mest fra. Dialog med interessenter og rettighetshavere i leverandørkjeden gir også viktig informasjon. Vi benytter dessuten offentlig informasjon, forskningsrapporter, mediebildet, organisasjoner, egne observasjoner og revisjonsrapporter fra amfori BSCI-medlemmer.

Til sammen gir dette oss et solid og helhetlig grunnlag for å forstå risikoene i leverandørkjeden – og for å sette inn tiltak som forebygger og reduserer negativ påvirkning, der de trengs mest. Når vurderingene avdekker utfordringer som gjelder større deler av en sektor eller region, har vi som målsetting å utvikle egne spesialprogrammer for å identifisere grunnårsakene til problemene.

Vinmonopolets risikoanalyse identifiserer fire fremtredende risikoområder som følges opp gjennom året og inngår i vårt systematiske arbeid for å sikre ansvarlig drift og langsiktig bærekraft. Vi bruker OECDs kriterier for ansvarlig næringsliv når vi prioriterer risikoer. Det betyr at vi vurderer alvorlighetsgrad, omfang og gjenopprettbarhet av mulige negative konsekvenser og samtidig ser på hvor stor mulighet vi har til å påvirke.



## Interessentdialog

Dialog med våre interessenter er avgjørende for å få innsikt i utfordringer og risikoområder i ulike deler av vår leverandørkjede. Dette gjelder særlig fagforeninger, som står nærmest arbeiderne og dermed har unik kunnskap om risiko for menneskerettighetsbrudd og uverdige arbeidsforhold. Vi arbeider derfor systematisk med å styrke og utvide dialogen med disse miljøene.

Når vi kartlegger risiko og negativ påvirkning på menneskerettigheter gjennom våre HRIA, innhenter vi alltid informasjon fra både arbeidere og fagforeninger. Det er også en grunnleggende målsetting å intervjuere arbeidere og fagforeninger direkte når vi gjennomfører revisjoner via amfori BSCI hos produsentene.

I 2025 hadde vi flere møter og samtaler med spanske fagforeninger i forbindelse med de nordiske monopolenes HRIA av vinindustrien i Spania. I tillegg til dialogen som monopolene selv førte, gjennomførte selskapet Enact – som utførte denne HRIAen på oppdrag fra monopolene – samtaler og intervjuer med både fagforeninger og arbeidere hos produsenter. Oppfølgingsarbeidet i Spania starter når den endelige rapporten foreligger i 2026.

I 2025 fortsatte Vinmonopolet dialogen med bransjeorganisasjonen Comité Champagne, som satte i gang et omfattende oppfølgingsarbeid etter de særdeles kritikkverdige forholdene for sesongarbeidere som ble avdekket under innhøstingen i 2023. Dette gjaldt særlig forhold knyttet til grov utnyttelse av arbeidere.

Dersom personer utenfor Vinmonopolet ønsker å varsle om kritikkverdige forhold Vinmonopolet bør vite om, kan de benytte vår eksterne varslingskanal. Denne ligger tilgjengelig på nettsiden.

## Aktiviteter

### *Vinmonopolets bærekraftsplattform*

Gjennom våre risikoanalyser og vår interessentdialog har vi fått relativt god oversikt over hvilke forhold og risikoer som kan påvirke menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i de ulike delene av leverandørkjeden. Bærekraftsplattformen er et sentralt verktøy i arbeidet med å følge opp disse risikoene. Innledningsvis har vi prioritert leverandører med høyt salgsvolum og beliggenhet i land som vurderes som høyrisiko. I 2025 har vi tatt inn 181 produsenter i plattformen. Disse står samlet for 53 prosent av salgsvolumet målt i liter i vårt basisutvalg.

Vinmonopolet gjør informasjonen vi samler inn via bærekraftsplattformen tilgjengelig for våre grossister, som har ansvar for å sikre at deres egne leverandører etterlever Vinmonopolets etiske krav. Samtidig tilbyr vi opplæring i hvordan grossistene skal følge opp leverandørene sine, og vi gir dem standardisert informasjon og tilgang til oppfølgingstiltak som kan brukes i deres dialog og forbedringsarbeid.

Gjennom plattformen innhenter vi informasjon fra leverandørene om hvilke prosedyrer, policyer og rutiner de har – eller mangler – som er relevante for de identifiserte risikoene. Gjennom plattformen formidles tydelige krav og forventninger, samt praktisk veiledning om hvilke tiltak de kan iverksette for å forebygge negativ påvirkning.

Gjennom denne strukturerte tilnærmingen styrker vi leverandørens forutsetninger for å unngå negativ påvirkning på menneskerettigheter og arbeidsforhold.

**Arbeid med fremtredende risiko 1: Tvangsarbeid og utnyttelse av sårbare grupper**

De siste årene har vi sett at det har utfordringer knyttet til menneskerettighetsbrudd og grov utnyttelse av sårbare grupper i vinindustrien, også fra noen av de mest prestisjetunge vindistriktene i Frankrike og Italia – områder som tradisjonelt har vært vurdert med lav risiko. Vi kjenner også til tilsvarende tilfeller i andre land, og utfordringene må derfor forstås som et globalt problem. Mediene har omtalt sakene som eksempler på tvangsarbeid, menneskehandel og moderne slaveri. Problemene knytter seg særlig til selskaper som rekrutterer migrantarbeidere til sesongarbeid under innhøstingen, ofte gjennom mellommenn med lite ansvarlig praksis. Vinmonopolet retter stor oppmerksomhet mot ansvarlig rekruttering og har gjennomført en rekke tiltak i 2025. Målet er å øke bevisstheten om rekrutteringsrisiko både hos produsenter og deres underleverandører, og å gi dem kunnskap og verktøy til å forbedre egne rutiner og praksis.

Vi samarbeider tett med den britiske organisasjonen Stronger Together. Den tilbyr opplæring og støtte til bedrifter for å redusere risikoen for moderne slaveri, herunder tvangsarbeid og menneskehandel. Sammen har vi utviklet programmer og kurs tilpasset vinprodusenter i Sør-Afrika og Italia. I Italia har vi dessuten arbeidet aktivt for å engasjere bransjen slik at også bransjeorganisasjonene engasjeres i arbeidet med å redusere menneskerettighetsrisikoen. I Champagne-regionen har bransjen selv tatt en tydelig lederrolle etter at alvorlige forhold ble avdekket under innhøstingen i 2023. Bransjeorganisasjonen Comité Champagne har utviklet en omfattende handlingsplan for å forbedre rekrutterings- og arbeidsforholdene for sesongarbeidere. Vinmonopolet og de øvrige nordiske alkoholmonopolene har fulgt utviklingen tett og har gitt innspill til handlingsplanen og hatt dialog med lokale fagforeninger i regionen.

Vi setter ytterligere søkelys på ansvarlig rekruttering gjennom krav og forventninger i forbindelse med anbudsprosesser for nye produkter fra Italia og Frankrike.

**Arbeid med fremtredende risiko 2: Helse og sikkerhet på arbeidsplassen**

Alle arbeidstakere har rett til en trygg arbeidsplass som ivaretar deres helse og sikkerhet. Vinmonopolets etiske krav vektlegger derfor betydningen av et aktivt samarbeid mellom ledelse og arbeidstakere for å utvikle gode systemer og rutiner som forebygger ulykker og helseskader. Helse og sikkerhet er et sentralt tema både i våre HRIA-er, i møter med interessenter når vi besøker produsentland, og når vi i enkelttilfeller gjennomfører revisjoner.

I Mellom-Amerika har vi identifisert betydelige utfordringer knyttet til hetestress blant arbeidere som kutter sukkerrør – en råvare brukt i våre romprodukter. Arbeidet foregår ofte i ekstrem varme, uten tilstrekkelig beskyttelse mot solen og med begrenset tilgang til drikkevann. Kvinner er særlig utsatt fordi mangel på gode sanitærfasiliteter gjør at de unngår å drikke nok i løpet av arbeidsdagen. Hetestress har i flere tilfeller ført til alvorlige sykdommer blant arbeiderne på sukkerrørplantasjene.

For å forebygge hetestress har Vinmonopolet, sammen med La Isla Network, etablert programmet «Water, Rest, Shade & Sanitation». Det skal sikre at arbeidere får tilgang til vann, hvile, skygge og nødvendige sanitærfasiliteter. Siden 2022 har vi finansiert webinarer for sertifiseringsorganisasjonen Bonsucro og deres medlemsbedrifter. Bonsucro arbeider for en mer bærekraftig produksjon av sukkerrør, blant annet brukt til rom.

**Arbeid med fremtredende risiko 3: Diskriminering, vold og trakassering**

Vinmonopolet har tidligere identifisert 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 vært opptatt av å avdekke bakenforliggende årsaker til både vold og verbal trakassering, samt utvikle målrettede tiltak for å motvirke disse problemene.

Siden 2019 har Vinmonopolet tilbudt et kursprogram rettet mot både ledere og arbeidere på sørafrikanske vingårder. Kursene gjennomføres av vår lokale samarbeidspartner Procare og behandler utfordringer med kommunikasjon og problemer med verbal trakassering og vold i nærmiljøet – noe som særlig rammer kvinner. Programmet har derfor en kjønns sensitiv tilnærming og er tilgjengelig for både fast ansatte og sesongarbeidere. Målet er å øke produsenters og arbeideres bevissthet om utfordringene og motivere dem til å se verdien av nødvendige endringer.

Procare-kursene er det tiltaket i Vinmonopolets leverandørkjede som har vart lengst og som har engasjert flest deltakere – både ledere og arbeidere. Tiltaket vil bli videreført i 2026.

#### **Arbeid med fremtredende risiko 4: Arbeidernes mulighet til å fremme bekymringer**

At arbeidere har reell mulighet til å engasjere seg i forhold på arbeidsplassen, og til å melde fra om uønskede forhold, er et grunnleggende prinsipp i Vinmonopolets etiske krav til leverandørkjeden. Alle arbeidere skal informeres om sine rettigheter og plikter, leverandører skal respektere ansattes rett til å organisere seg, og det skal finnes sikre og anonyme varslingskanaler. Våre vurderinger og erfaringer viser at disse rettighetene likevel er begrenset enkelte steder i leverandørkjeden.

Lokale fagforeninger er en sentral interessentgruppe, og en viktig representant for rettighetshaverne i verdikjeden. Derfor prioriterer Vinmonopolet en tett og konstruktiv dialog med fagforeninger. Vi inkluderer alltid fagforeningsrepresentanter i risikokartlegginger – både i revisjoner og i våre HRIA-er – og vi ønsker å ha fagforeningene med når vi samler industrien til interessentmøter i produsentland.

På slutten av 2025 inngikk Vinmonopolet en samarbeidsavtale med International Union of Food, Agricultural, Hotel, Restaurant, Catering, Tobacco and Allied Workers' Association (IUF). Dette er en internasjonal paraplyorganisasjon som representerer mer enn 400 fagforeninger i 128 land. Avtalen gir oss tilgang til et bredt fagforeningsnettverk i våre produsentland, som kan bidra med viktig informasjon om utfordringer i leverandørkjeden og gi innspill til effektive oppfølgingstiltak. Gjennom avtalen får vi tilgang til en prosedyre for oppfølging av bekymringssaker knyttet til sørafrikanske vinprodusenter.

I 2025 hadde vi særskilt oppmerksomhet på fagforeningsfrihet i forbindelse med anbud på nye produkter fra Sør-Afrika og USA. Leverandørene måtte dokumentere at de respekterer fagforeningsfrihet gjennom en signert erklæring før produktene ble godkjent for innkjøp.

#### **Fremover**

I 2026 vil vi fortsette å ta inn flere leverandører i bærekraftsplattformen og videreutvikle dialogen med interessenter og rettighetshavere i leverandørkjeden – blant annet gjennom samarbeidsavtalen med IUF. Vi skal også styrke støtten til og oppfølgingen av grossistenes arbeid med aktsomhetsvurderinger, og følge opp funn og anbefalinger som kommer frem i våre HRIA-er, som en integrert del av våre egne aktsomhetsvurderinger.

Vi vil videreføre våre spesialprogrammer som definerer fremtredende risikoer i leverandørkjeden. Sammen med de andre nordiske alkoholmonopolene vil vi også vurdere å utvide programmene knyttet til ansvarlig rekruttering og hetestress til andre land og områder der risikoen vurderes som særlig høy.

På lengre sikt planlegger vi å utvide omfanget av bærekraftsplattformen til også å inkludere leverandørenes råvareprodusenter.



KUNDER

# Ansvar, tillit og bærekraft – vår rolle i samfunnet

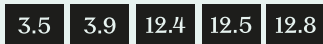
Vinmonopolet skal bidra til å redusere skadevirkningene av alkohol – både for samfunnet og den enkelte. For å bevare vinmonopolordningen er det svært viktig med høy tillit og oppslutning. Derfor legger vi stor vekt på å tilby et bredt sortiment og gode kundeopplevelser. Som en pådriver for bærekraft skal vi gjøre det enkelt for kundene å ta mer bærekraftige valg.

## VÅR FREMGANGSMÅTE



### Fra vesentlighetsanalysen

- Samfunnsoppdraget vårt er kjernen i hvordan vi jobber. Vi skal begrense skadevirkningene av alkohol og sikre trygge produkter. Samtidig ønsker vi å gjøre det enklere for kundene å ta bærekraftige valg. Derfor satser vi på opplæring av ansatte, tydelig kommunikasjon og et relevant sortiment med bærekraftige produkter.
- Dette er knyttet til FNs bærekraftsmål



### Mål

1. Utvikle oss i takt med samfunnets forventninger og behov og innenfor eksisterende rammebetingelser på en måte som sikrer fortsatt oppslutning og legitimitet i befolkningen.
2. Være det viktigste alkoholpolitiske virkemiddelet for å sikre ansvarlig salg av alkohol.
3. Ha produkter med rett kvalitet, og med relevant og korrekt produktinformasjon
4. Gjøre det enkelt og relevant å velge mer bærekraftig hver gang

#### KPI 1:

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

MÅL 2030	RESULTAT 2025
<b>70 %</b>	<b>70 %</b>

#### KPI 2:

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

MÅL 2030	RESULTAT 2025
<b>100 %</b>	<b>96,91 %</b>

#### KPI 3:

Andel av sortimentet som er merket med et bærekraftselement.

MÅL 2030	RESULTAT 2025
<b>75 %</b>	<b>27,23 %</b>

#### KPI 4:

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

MÅL 2030	RESULTAT 2025
<b>50 %</b>	<b>35 %</b>

Støtten til vinmonopolordningen er stabil og solid. Ifølge Vinmonopolets kundeundersøkelse (Opinion, 2025) mener 56 prosent av befolkningen<sup>7</sup> at alt salg av vin, brennevin og sterkøl bør skje gjennom Vinmonopolet. 85 prosent har et godt inntrykk av oss, og kundene er særlig fornøyde med service og betjeningens hjelpsomhet.

I 2025 toppet vi Ipsos' omdømmeundersøkelse for tredje år på rad, vant BIs kundebarometer for tredje gang og mottok kundeserviceprisen fra Norsk Retailhub. Disse tilbakemeldingene er avgjørende – kundens opplevelse er nøkkelen til ordningens brede oppslutning. Derfor prioriterer vi kundeservice, kompetanse og et godt utvalg.

## Retningslinjer og bindende regelverk

- **Oppdragsbrev**

Gjennom ansvarlig salg og begrenset tilgjengelighet skal Vinmonopolet bidra til å begrense alkoholkonsumet og skadevirkningene av alkohol, både for den enkelte og samfunnet som helhet.

- **Alkoholpolitiske føringer**

I Norge er det forbud mot all reklame for alkoholholdige drikker. Dette forbudet er hjemlet i alkoholloven og utdypet i alkoholforskriften, og administreres av Helsedirektoratet. Det begrenser vårt handlingsrom for massekommunikasjon.

- **Alkoholreklameforbud**

Det er et forbud mot all reklame for alkoholholdige drikker. Vinmonopolets virksomhet og kommunikasjon er i overensstemmelse med alkoholreklameforbudet.

- **Likebehandlingsprinsippet**

Likebehandling betyr at vi ikke skal fremme enkeltprodukter, merker eller produsenter. Ingen produkter skal promoteres, og grossister har lik tilgang til å lansere produkter i bestillingsutvalget og å delta i konkurranser for å få sine produkter inn i basisutvalget. Likebehandlingsprinsippet er et absolutt prinsipp for Vinmonopolet. Det skal ikke forekomme forskjellsbehandling av leverandører og produkter på grunnlag av nasjonalitet eller opprinnelsesland.

- **Innkjøpsforskriften**

Innkjøp til Vinmonopolet gjøres etter innkjøpsforskriftens regler. Forskriften regulerer også sortimentet og utvalgene, og de nærmere reglene for utvalgene basis- og parti, test, bestillings og tilleggsutvalget. Hovedregelen er innkjøp etter konkurranse der rammene er direkte regulert i forskriften. Innkjøpsforskriften er regelverket for Vinmonopolets innkjøp av alkoholholdig drikk, og fastsettes av Heles- og omsorgsdepartementet. Vinmonopolet kan ha relevante bærekraftselementer inn i tilbudsforespørselene.

- **EUs regelverk for fremmedstoffer**

Vinmonopolet følger EUs regelverk for produktkvalitet. Regelverket regulerer tillatt mengde fremmedstoffer i alkoholholdige produkter.

## Kanal for tilbakemeldinger: Kundesenteret og varslingskanal

Kundene kan kontakte Vinmonopolets kundesenter eller presseansvarlige dersom de har spørsmål eller innspill. Vinmonopolet har også en egen varslingskanal tilgjengelig på [vinmonopolet.no](http://vinmonopolet.no).

## Aktiviteter

### **Kunnskap og service**

Motiverte og faglig dyktige medarbeidere er nøkkelen til Vinmonopolets kundeservice. Medarbeiderne gjennomgår kontinuerlig opplæring, noe som gjør dem i stand til å gi objektiv, pålitelig og relevant veiledning i hvert kundemøte. Denne kompetansen bidrar til trygghet, til gode kjøpsopplevelser og til at kundene får informasjon som hjelper dem å ta bevisste valg – enten det gjelder smak, mat- og drikkekombinasjoner eller produktforståelse. Vi tror dette også bidrar til en mer ansvarlig drikkekultur som kan være med på å redusere alkoholkonsumet. Du kan lese mer om hvordan vi jobber med opplæring, på side 55.

<sup>7)</sup> Kunde- og opinionsundersøkelsen 2025. 56 % av et landsrepresentativt utvalg, N: 2008.

### **Ansvarlig salg påvirker kundene**

Vinmonopolets samfunnsoppdrag handler også om kundenes trygghet. Det systematiske arbeidet med opplæring, rutiner, holdningskampanjer og samarbeid med eksterne aktører sørger for at kundene møter ansatte som kan håndtere vanskelige situasjoner på en god måte – enten det gjelder beruselse, alderskontroll eller utfordrende kundeferd. Resultatet er at kundene kan føle seg trygge i butikken, uansett hvem de handler med, eller på hvilket tidspunkt de besøker oss.

Holdningsundersøkelser viser en stigende andel av både foreldre, eldre søsken og venner synes det er greit å kjøpe alkohol til sine mindreårige barn, søsken og venner. Derfor rettet den nasjonale langingskampanjen i 2025 oppmerksomheten på det ansvaret du har, om du velger å kjøpe alkohol til mindreårige. Med budskapet: Alkohol kan få deg til å miste kontroll – spesielt når du kjøper til andre enn deg selv!

Du kan lese mer om arbeidet vårt med ansvarlig salg på side 15.

### **Et bredt vareutvalg**

Vinmonopolet har nærmere 40 000 produkter tilgjengelig for bestilling og henting på hvilket som helst pol i landet. Det betyr at kundene får tilgang til kvalitetsprodukter fra hele verden – uansett hvor de bor – og at også små steder får et utvalg som ellers ikke ville vært mulig i et kommersielt marked. Dette brede tilbudet sikrer at kunder med svært ulike preferanser kan finne varer som passer deres smak og behov.

Som statlig monopol er Vinmonopolet storinnkjøper av vin på vegne av folket. Det gir oss stordriftsfordeler, og gjør at vi kan oppnå bedre innkjøpspris enn andre, mindre innkjøpere. Vi jobber kontinuerlig for å sikre kostnadseffektiv drift. Alt dette kommer kundene våre til gode.

### **En omfattende innkjøpsprosess**

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.

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.

Sensorisk prøveinstans (SPI) er Vinmonopolets objektive, akkrediterte kvalitetslaboratorium der alle produkter vurderes av et uavhengig dommerpanel med spesialkompetanse. For kundene betyr dette at i all hovedsak er produktene som tas inn i basis- og partiutvalget, er grundig, systematisk og faglig vurdert for sensorisk kvalitet – uten påvirkning fra kommersielle interesser. Dette sikrer at kundene kan stole på at varene de finner hos oss, holder høy og konsistent kvalitet, og at Vinmonopolet leverer et trygt og profesjonelt sammensatt sortiment.

### **Sikrer produktkvalitet**

Vi jobber systematisk for å sikre at alle produktene vi selger, har riktig kvalitet og er korrekt beskrevet. Produktkvalitet kontrolleres opp mot innkjøpt kvalitet både ved mottakskontroll og ved senere klager, avvik etc. I tillegg til standardanalyser for å kontrollere korrekt merking og innhold, har Vinmonopolet hvert år ulike fokusområder. I 2025 har dette vært bisfenoler, ftalater og autentisitetssanalyser.

Bisfenoler brukes som tilsetning i ulike plastmaterialer og i plastfilmen på innsiden av aluminiumsbokser. I 2025 ble det tatt ut prøver fra ulike emballasjetyper – glass, Bag in Box (BiB), aluminium og PET – for å kartlegge mulige kilder til kontaminering av bisfenoler. Analysene indikerer at aluminiumsbokser og produksjonsutstyr er hovedkildene, mens PET flasker og BiB-emballasje ikke bidrar til denne typen kontaminering. Et EU-forbud mot bisfenoler er trådt i kraft, med en overgangsperiode frem til 20. juli 2026.

Ftalater tilsettes plastmaterialer for å gjøre dem mykere. Det ble derfor tatt ut prøver fra PET, glass og BiB for å identifisere eventuelle kilder til ftalatkontaminering. Resultatene indikerer at ftalaten stammer fra produksjonsutstyr, og ikke fra emballasjematerialer som PET eller BiB.

I enkelte tilfeller har Vinmonopolet behov for å kontrollere vinenes opprinnelse. I 2025 ble fire produkter sendt inn for autentisitetssanalyse. I ett av tilfellene ble det avdekket avvik fra den oppgitte opprinnelsen.

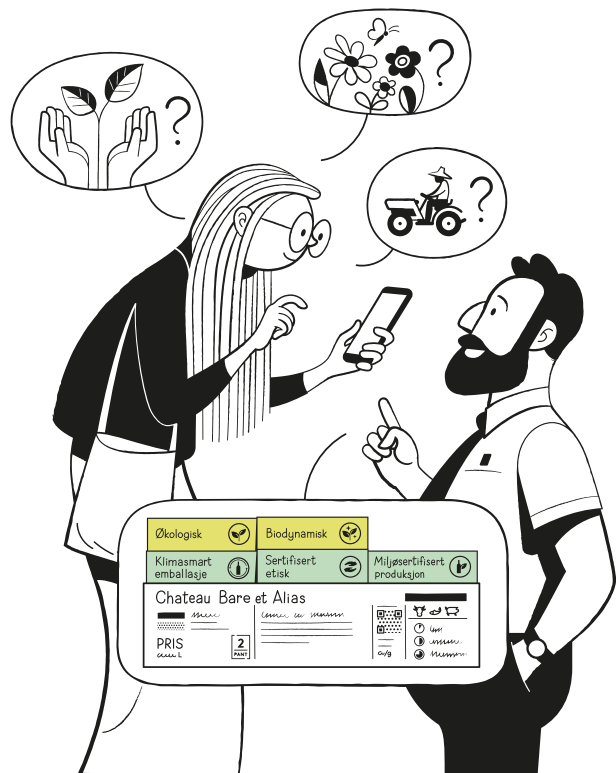
Produkter som eksploderer, kan gi alvorlige personskader. Det ble registrert 14 eksplosjoner, men ingen innmeldte skader. Det ble heller ikke i 2025 registrert sykdom eller personskader knyttet til våre produkter.

**Enkelt å handle mer bærekraftig**

Vinmonopolets merking skal gjøre det enklere å handle mer bærekraftig på polet, selv om ingen produkter på Vinmonopolet er hundre prosent bærekraftige. Våre fem bærekraftssymboler dekker ulike bærekraftselementer: klimasmart emballasje, miljøsertifisert produksjon, økologisk, biodynamisk og sertifisert etisk. Symbolene er plassert på butikkhyllen sammen med annen informasjon om produktet. I nettbutikken og i appen er produkter med minst ett bærekraftssymbol synliggjort med grønn trekant. Bærekraft er også definert som en viktig del av kundemøtet, og er tatt inn i opplæringsløpet for medarbeiderne i butikk.

I 2025 styrket Vinmonopolet sin posisjon som en av Norges mest bærekraftige merkevarer. I Sustainable Brand Index, ble vi bransjevinner i kategorien «Grocery Stores» og klatret fra tiende til syvende plass totalt i Norge av totalt 279 virksomheter.

<p><b>Sertifisert etisk</b> </p> <p>Tilfredsstiller ekstra strenge krav om etisk produksjon. Se sertifiseringsmerke på produktet.</p>	<p><b>Klimasmart emballasje</b> </p> <p>Emballasjevekt har mest å si for produktets klimafotavtrykk. Lettere glassflasker, aluminium, papp og plast er alle lette og dermed klimasmarte valg.</p>
<p><b>Miljøsertifisert produksjon</b> </p> <p>Produsert i henhold til strenge klima- og miljøkrav. Kontrollert av uavhengig tredjepart.</p>	<p><b>Biodynamisk</b> </p> <p>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.</p>
<p><b>Økologisk</b> </p> <p>Produsert uten kjemiske sprøytemidler eller kunstgjødsel. Sertifisert av godkjent kontrollinstans, se merke på produktet.</p>	



Bærekraftssymbolenes betydning og hvordan vi unngår grønnvasking, er nærmere beskrevet på [vinmonopolet.no](http://vinmonopolet.no).

## Mål og resultater

	MÅL 2030	MÅL 2025	2025	2024	KOMMENTAR
Andel av sortimentet som har et bærekrafts- element	75 %	46 %	27,23 %	23,86 %	Bestillingsutvalget har økt med nesten 3 000 produkter, noe som trekker KPI-en ned. Basisutvalget, som står for størstedelen av salget vårt, har en fin utvikling.
Alderskontroll i butikk	100 %	96 %	96,91 %	96,74 %	Vi er fornøyde med resultatene på alderskontroll.
Andel i befolkningen som er enig i at alt salg av vin, brennevin og sterkøl bør skje gjennom Vinmonopolet	70 %	57,8 %	70 %	66 %	Vi er fornøyde med resultatene.
Andel av kundene som er enig i at det er enkelt å ta bærekraftige valg når de handler på Vinmonopolet	50 %	25 %	35 %	34 %	Fra 2025 bruker vi KPI-trackeren til Opinion for å følge utviklingen.
Andel av befolkningen som har et godt inntrykk av Vinmonopolets vareutvalg	86 %	81 %	85 %	84 %	Vi er fornøyde med at kundene er fornøyde med vareutvalget

**Rapporteringsprinsipper:**

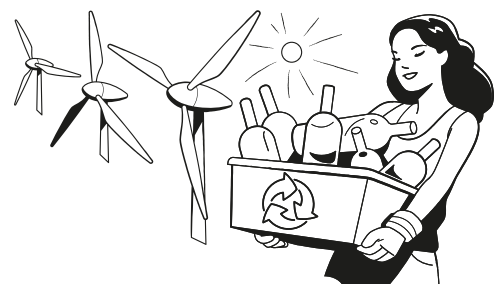
**Bærekraftselementer:** Andel varer som har ett eller flere bærekraftselementer. Spesialbestillinger og ikke aktive varer (utgått eller ikke lansert) inngår ikke i dette regnestykket. Datautdraget er et øyeblikksbilde fra den siste dagen i måneden.

**Ansvarlig salg:** 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 månedlig og resultatet er aggregert slik at det viser alle butikkene våre.

**Andel av befolkningen:** Kunde- og opinionsundersøkelsen blir gjennomført av Opinion for Vinmonopolet i mars/ april. Respondentene er et landsdekkende utvalg. Metoden er nettbasert undersøkelse med 2000 svar.

**Andel av kunder:**

Måles gjennom KPI Tracker som gjennomføres av Opinion to ganger i året. Metoden er nettbasert undersøkelse med 1000 svar.



## 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 2025.

## 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:

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

#### MÅL 2030

70 %

#### RESULTAT 2025

79 %

### Retningslinjer og bindende regelverk

#### • Etiske retningslinjer for medarbeidere

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.

#### • Etiske retningslinjer for 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.

#### • Forskrift om Vinmonopolets innkjøp

Innkjøpsprosessen for alkoholholdig drikke er regulert i forskrift om Vinmonopolets innkjøp. Forskriften sier at innkjøp og salg skal skje innenfor alkoholpolitiske rammevilkår, på vanlige forretningsmessige betingelser, tilpasses etterspørselen og sikre likebehandling. Likebehandlingsprinsippet er særlig sentralt i Vinmonopolets innkjøpsregler, sammen med forutsigbarhet, konkurranse og etterprøvbarhet. Krav til likebehandling er forankret uttrykkelig i innkjøpsforskriften, alkoholloven og EØS-avtalens artikkel 16. Vinmonopolets innkjøpssystemer er bygd opp for å ivareta dette prinsippet.

- **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.

## Aktiviteter

### **Oppfølging av etiske retningslinjer for medarbeidere**

Vi behandlet ingen saker om brudd på retningslinjene i 2025. Også i 2025 gikk medarbeiderne våre gjennom retningslinjene med dilemmadiskusjoner i grupper. I tillegg gjennomførte vi den årlige temauken, der temaet i 2025 var uønsket påvirkning.

### **Oppfølging av etiske retningslinjer for leverandører**

Vi opplevde ingen brudd på Vinmonopolets etiske retningslinjer fra leverandørene våre i 2025.

### **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 syv klager i 2025. Vi har ikke fått avgjørelse i noen av disse klagesakene, men vi har fått tre avgjørelser på fire klager for 2024, der Vinmonopolet fikk medhold i alle. I den siste klagen fra 2024 foreligger det ikke avgjørelse per dags dato.

### **Innkjøp av driftsmidler**

Klagenemnda for offentlige anskaffelser (KOFA) håndterer klager som gjelder brudd på regelverket for offentlige anskaffelser. I 2025 var det ingen klager på Vinmonopolet til KOFA.

### **Inngåelse av leiekontrakter**

Vinmonopolet har 348 leieavtaler for butikker, e-lager og kjedekontor. I tillegg hadde vi leieavtale for seks hytter, hvorav fire leieavtaler ble sagt opp i løpet av 2025. Videre har vi fire butikklokaler som er heleid av Vinmonopolet og ett som er delvis eid. I 2025 ble 26 avtaler inngått, fornyet eller utvidet. For å sikre at utleieselskapene oppfyller våre krav til arbeidsforhold og menneskerettigheter, har vi en rutine om selskapsgjennomgang (due diligence) før avtaleinngåelse.

### **Forebygging og avdekking av korrupsjon og bestikkelser**

Vinmonopolets innkjøpsprosesser er utsatt for risiko for uønsket påvirkning. Dette gjelder særlig innkjøpsprosessene for 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 for leverandørbesøk i butikk, både i leverandøravtalen og i de etiske retningslinjene, i tillegg til detaljerte regler for prøvesmaking. I 2025 ble det foretatt en internrevisjon for etterlevelse av rutinen.

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 2025.

### **Varslingskanal**

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

Vinmonopolet har tredjeparts mottak av varsler som sikrer varslere full anonymitet. Vinmonopolets samarbeidspartner for mottak av varslinger er EY.

Vinmonopolets Varslingsråd mottok 15 varsler gjennom varslingskanalen i 2025. Ett av varslene handlet om mottak av gave, og ble vurdert til å være i strid med interne retningslinjer, og ble håndtert etter rutinen. Det ble konkludert med at det ikke var skjedd noe kritikkverdig. Mange av sakene er interne varsler, og rutinene er endret for å legge bedre til rette for håndtering av denne typen varsler.

# Vedlegg 1:

## Vesentlige risiko, muligheter og påvirkninger

STRATEGI	TEMA	RISIKO, MULIGHET, PÅVIRKNING	BESKRIVELSE AV RISIKO, MULIGHET OG PÅVIRKNING
Pådriver for bærekraft	Klima	Mulighet	Nye/strengere regelverk og reguleringer i jordbrukssektoren.
			Nye/strengere regelverk og reguleringer på emballasje.
			Teknologiske løsninger for energieffektiv vinproduksjon.
	Klima	Påvirkning	Tilgang på nye produkter og produksjonslokasjoner pga. klimaendringer.
			Utslipp relatert til produkt.
			Energiforbruk fra butikkene (egeneide og leide lokaler).
	Klima	Risiko	Begrenset tilgang til produkter eller markeder på grunn av akutte og kroniske effekter av klimaendringer.
			Ekstremvær fører til forsinkelser i vareleveranser og stengte butikker.
			Vinmonopolet klarer ikke å gjennomføre nødvendige tiltak for å nå våre mål for klima og miljø.
	Natur	Påvirkning	Foringelse av naturkapital (inkl. vann) i verdikjeden.
Risiko		Tap av økosystemtjenester og forringelse av naturkapital (inkl. vann) som følge av råvareproduksjon til drikkevareindustrien.	
Sirkularitet	Påvirkning	Produkter i emballasje av ulike materialtyper.	
Arbeidere i verdikjeden	Påvirkning	Grov utnyttelse av arbeidere – herunder tvangsarbeid, dårlig lønn, dårlige boforhold, mangelfulle arbeidskontrakter og menneskehandel – ofte som resultat av uansvarlig rekruttering.	
		Arbeidere i verdikjeden er underbetalt, og har ikke en lønn å leve av.	
		Arbeidere har ikke mulighet til å fremme bekymringer eller kollektive forhandlinger eller delta i fagforeninger.	
		Arbeidsforhold som utgjør en risiko for arbeidernes helse.	
Arbeidere i verdikjeden	Risiko	Sårbare grupper blir ikke tilstrekkelig hensyntatt i arbeidshverdagen.	
		Brudd på Vinmonopolets Code of Conduct og grossistavtale i leverandørkjeden.	
Rå på fag, stolt hver dag, best sammen som lag	Egne ansatte	Påvirkning	Ansatte som jobber ufrivillig deltid.
			Vinmonopolet må innrette ansattes arbeidstid til eiers bestemmelser om åpningstid.
	Egne ansatte	Risiko	Trusler, alenearbeid, fysisk utrygghet og psykisk utrygghet.
			Arbeidsmiljø i butikk.
Egne ansatte	Risiko	Oppplæring av ansatte.	
		Ressurser og kontinuitet på HR-siden er ikke god nok.	
Egne ansatte	Risiko	Balanse mellom bruk av deltidsarbeid, mertidsarbeid, tilpasning til kundeflyt (effektiv drift) og forventninger om heltidsnorm.	
		Samarbeidsrelasjon i partssamarbeidet fungerer ikke optimalt.	
		Lite mangfold i arbeidsstyrken fører til begrenset perspektiv og lavere innovasjon.	
Formål og oppdrag Faghandel i verdensklasse	Kunder	Påvirkning	Reduserer skadevirkningene av alkohol.
			Vinmonopolet selger alkohol, som er en helseskadelig vare.
			Fagekspertise (produkt, smak, preferanser) i kundemøtet.
			Tilgjengelighet av et stort og relevant utvalg av produkter.
Kunder	Risiko	Bærekraftsinformasjon er for vanskelig tilgjengelig for kunden.	
		Salg av alkohol til mindreårige.	
		Vinmonopolet har ikke et relevant sortiment.	
Formål og oppdrag	Forretningsadferd	Påvirkning	Likebehandling av produkter og grossister.
			Kapasitetsbygging på bærekraft hos grossister.
Formål og oppdrag	Forretningsadferd	Risiko	Brudd på likebehandlingsprinsippet.

# Vedlegg 2:

## Detaljer klimarisiko

RISIKO/ MULIGHET	Begrenset tilgang til produkter eller markeder på grunn av akutte eller kroniske effekter av klimaendringer.	Ekstremvær fører til forsinkelser i vareleveranser og stengte butikker.	Tap av produkter på grunn av tørke (kronisk risiko).	Tap av produkter som følge av hete og temperaturer over 35 grader i lengre perioder (akutt risiko).
BESKRIVELSE	Akutte effekter av klimaendringer kan være hetebølger, styrtregn, avrenning, hagl og frost. Råvarer (som druer) kan bli ødelagt av høye temperaturer, uavhengig av tilgangen til vann. Kroniske effekter er knyttet til tørke som begrenser tilgang og kvalitet i noen regioner, mens det øker tilgjengelighet og kvalitet i andre. Konsekvensene kan reduseres ved bruk av kunstig vanning og teknologi.	Unormalt store mengder regn eller snø fører til at butikkene ikke får levert varer, eller at butikker må stenge. 18 butikker var helt eller delvis stengt som følge av ekstremværet Amy i oktober 2025.	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. Konsekvensene kan reduseres ved bruk av kunstig vanning og teknologi.	Druer og andre innsatsfaktorer kan bli ødelagt av høye temperaturer, uavhengig av tilgangen til vann. Konsekvensene er vanskelig å redusere på eksisterende plantemateriale.
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
KONSEKVENNS	moderat	moderat	moderat	moderat
VESENTLIGHETS-VURDERING	Vesentlig risiko. Vi ser allerede konsekvenser av akutte endringer i spesifikke land og årganger. Konsekvensen er høyere for verdikjeden.	Vesentlig risiko basert på antall driftsavbrudd.	Ikke vesentlig risiko. Konsekvensen er høyere for verdikjeden, da Vinmonopolet vil ha tilgang til produkter fra alternative regioner.	Ikke vesentlig risiko. Konsekvensen er høyere for verdikjeden, da Vinmonopolet vil ha tilgang til produkter fra alternative regioner.
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.

RISIKO/ MULIGHET	Vin og brennevin inkluderes i EUs emballasjedirektiv, noe som fører til at alle butikkene våre må bygges om til å ta imot gjenbruksflasker.	Vinmonopolet klarer ikke å gjennomføre nødvendige tiltak for å nå våre mål innen klima og miljø.	Tilgang på nye produkter og produksjonslokasjoner pga. klimaendringer.	Nye/strengere regelverk og reguleringer i jordbrukssektoren.
BESKRIVELSE	EUs emballasjedirektiv gjelder foreløpig kun for øl, som selges i begrenset mengde på Vinmonopolet. Større risiko dersom vin og brennevin tas inn.	Vinmonopolet har sterke forventninger til utslippskutt både fra Staten som eier og fra sivilsamfunn. Vinmonopolet har forpliktet seg til statens mål om 55 % utslippskutt.	Med økte temperaturer ser vi at det kommer nye vinområder på markedet, som Storbritannia, Østerrike og Tyskland. Både kvalitet, tilgjengelighet og volum kan øke.	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.
TCFD-KLASSIFISERING	overgangsrisiko, reguleringer	overgangsrisiko, reguleringer, omdømme	overgangsmulighet, teknologi	overgangsmulighet, reguleringer
TIDSHORISONT	medium, lang	kort, medium, lang	kort, medium, lang	medium, lang
SANNSYNLIGHET	svært høy	høy	svært høy	svært høy
KONSEKVENNS	svært høy	høy	moderat	moderat
VESENTLIGHETS-VURDERING	Ikke vesentlig risiko, ettersom direktivet er vedtatt.	Vesentlig risiko basert på antall driftsavbrudd som skjer allerede.	Vesentlig mulighet basert på nye områder som får oppmerksomhet av våre interessenter.	Vesentlig mulighet for utslippskutt, dersom det blir gode reguleringer som reduserer utslipp i råvareproduksjonen.
ENDRING 4 °-SCENARIO	Lavere sannsynlighet for inkludering av vin og brennevin.	Lavere sannsynlighet for omdømmetap.	Lik sannsynlighet.	Lavere sannsynlighet for nye regelverk.

RISIKO/ MULIGHET	Nye/strengere regelverk og reguleringer for emballasje.	Teknologiske løsninger for energieffektiv vinproduksjon.
BESKRIVELSE	Om lag 70 000 tonn CO <sub>2</sub> e som kan påvirkes i Vinmonopolets verdikjede, hvor vi estimerer at ca. 15 % har potensial til å bli kuttet. Finansielt vil det ha minimal betydning.	Det er mange mulige teknologier som kan brukes for å kutte utslipp i vinproduksjonen, som solceller, landbruksroboter, presisjonsjordbruk, CO <sub>2</sub> -lagring, transport etc. Teknologi kan også effektivisere vareflyt, øke presisjon og spore utslipp i verdikjeden.
TCFD-KLASSIFISERING	overgangsmulighet, reguleringer	overgangsmulighet, teknologi
TIDSHORISONT	kort, medium, lang	kort, medium, lang
SANNSYNLIGHET	svært høy	svært høy
KONSEKVENNS	moderat	svært høy
VESENTLIGHETS-VURDERING	Vesentlig mulighet for utslippskutt, dersom det blir gode reguleringer som reduserer utslipp fra emballasje.	Vesentlig mulighet for å redusere utslipp gjennom f.eks. energieffektivisering i produksjonsanleggene.
ENDRING 4 °-SCENARIO	Lavere sannsynlighet for nye regelverk.	Lavere sannsynlighet dersom teknologien ikke utvikler seg.

# Vedlegg 3:

## Detaljer naturrisiko

RISIKO/MULIGHET	Interessentkonflikter tilknyttet tilgang til naturressurser.	Volatile råvarepriser.	Negativt omdømme grunnet forringelse av natur.	Tap av økosystemtjenester og forringelse av naturkapital (inkl. vann) som følge av råvareproduksjon til drikkevareindustrien.
BESKRIVELSE	Interessentkonflikter på grunn av konkurranse om økosystemtjenester, f.eks. hvis vannforsyning går til produksjon av vin og ikke produksjon av mat eller energi. Det kan også komme krav om å gå over til mer effektive, mer robuste og mindre miljøskadelige teknologier og driftsmønstre. Konsekvensen kan være nedgang i produksjonsvolumer og negative, finansielle effekter for produsenter.	Volatilitet og endringer i materialtilgang, for eksempel kunstgjødsel. 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 natur gjennom verdikjeden. Det finnes få eksempler på dette per i dag, men lengre tidshorisonter kan øke risikoen.	Endringer i økosystemtjenester kan redusere jordbrukets produktivitet og øke risikoen for naturkatastrofer som flom, skred og tørke. Produsentenes egne aktiviteter, som gjødsling, høyt vannforbruk og avrenning, kan forverre situasjonen og føre til forurensning. Dette gir økt risiko for avlingstap og høyere kostnader til reparasjoner, forsikring og tilpasning. Forebyggende tiltak som sertifiseringer, samarbeid og investeringer i tilpasninger kan redusere risikoen. Sikring av økosystemtjenester gir lavere kostnader, økt produktivitet og mer robuste avlinger.
TNFD-KLASSIFISERING	overgangsrisiko, marked	overgangsrisiko, marked	overgangsrisiko, omdømme	systemisk risiko, økosystemstabilitet
TIDSHORISONT	medium, lang	medium, lang	medium, lang	kort, medium, lang
SANNSYNLIGHET	moderat	moderat	lav	Svært høy
KONSEKVENNS	lav	lav	lav	moderat
VESENTLIGHETS-VURDERING	Ikke vesentlig risiko. Konsekvensen er høyere for verdikjeden, da Vinmonopolet vil ha tilgang til produkter fra alternative regioner.	Ikke vesentlig risiko. Vinmonopolet må sikre at vi betaler den faktiske produksjonskostnaden for produktet vi selger.	Ikke vesentlig risiko. Det er få eksempler per i dag hvor omdømme er påvirket negativt som følge av hendelser knyttet til natur.	Vesentlig risiko, som fører til begrenset tilgang på produkter fra hele områder eller land. Vinmonopolet vil ha tilgang til produkter fra alternative regioner.

RISIKO/MULIGHET	Geografisk endring i artsutbredelse (fremmede arter og tap av stedegne arter).	Endring i forbruker- og markedspreferanser.	Restaurering og rehabilitering av natur.
BESKRIVELSE	Endringer i arter jordbruket er avhengig av for pollinering og naturlig herbicid- eller pesticidkontroll. Introduksjon av fremmede arter med skadelig innvirkning direkte eller på stedegne artspopulasjoner som landbruket er avhengig av. Tiltak kan være knyttet til sertifiseringer som fokuserer på økologi eller miljø og bidrar til lavere negativ påvirkning på nærliggende økosystemtjenester. Å utnytte økosystemtjenester på en god måte kan gi lavere driftskostnader og økt produktivitet.	Skift i forbruker-, kunde- og markedspreferanser grunnet tilgang på produkter som er mer miljø-/naturvennlige, samt at forbrukere blir mer opptatt av natur. Dette kan også prege Vinmonopolets verdikjede gjennom at investorer velger å investere i andre regioner/produsenter, spesielt om det blir dårlig produktivitet i enkelte områder.	Direkte restaurering, bevaring eller beskyttelse av økosystemer, habitater eller arter, og tiltak for å bedre økologiske funksjoner. Dette skjer allerede gjennom å sikre seg mot ekstrem vind eller skred og ha mer motstandsdyktig beplantning og sikrere produksjon.
TNFD-KLASSIFISERING	systemisk risiko, økosystemstabilitet	overgangsrisiko, marked	systemisk risiko, økosystemstabilitet
TIDSHORISONT	kort, medium, lang	medium, lang	medium, lang
SANNSYNLIGHET	høy	lav	høy
KONSEKVENNS	moderat	lav	lav
VESENTLIGHETS-VURDERING	Ikke vesentlig risiko. Kan føre til begrenset tilgang på produkter fra enkelte områder/land. Vinmonopolet vil ha tilgang til produkter fra alternative regioner.	Ikke vesentlig risiko. Særlig England har fått fotfeste i det norske markedet. Det totale salget av alkohol går ned. Vi ser noe oppmerksomhet rundt våre sertifiseringsordninger. Konsekvensen er vurdert lav for Vinmonopolet.	Ikke vesentlig mulighet. Vinmonopolet kan bidra ved å sette agenda, som gir muligheten til å bygge omdømme i bransjen.

DEL 3 - ÅRSBERETNING

# Om regnskapet

---

Om regnskapet

Styrets signatur på årsberetningen

# Om regnskapet 2025

I 2025 hadde Vinmonopolet salgsinntekter på 18 681 millioner kroner, hvorav alkoholavgiften utgjorde 8 614 millioner kroner. Salgsinntektene gikk opp med 35 millioner kroner fra 2024. Dette skyldes prisutvikling, mens lavere salgsvolum trekker ned. Etter noen år med fallende omsetning etter pandemien anser vi nå at vi har en normalisert markedssituasjon.

Driftsresultatet for 2025 ble minus 321 millioner kroner, mens resultat før skatt endte på minus 240 millioner kroner. Det negative resultatet skyldes kostnadsført engangskostnad ved endringer i de ansattes pensjonsordning i Statens Pensjonskasse. Med negativt resultat vil det ikke avsettes og utbetales overskuddsandel til staten for 2025. Resultat etter skatt på minus 192 millioner kroner dekkes fra annen egenkapital.

Per 31.12.2025 var samlet beholdning av kontanter, bankinnskudd og finansielle plasseringer 2 615 millioner kroner, mot 2 384 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 303 millioner kroner er plassert i obligasjoner og sertifikater.

Totalkapitalen i selskapet utgjorde 4 662 millioner kroner per 31.12.2025. Bokført egenkapital var 862 millioner kroner, tilsvarende en egenkapitalandel på 18,5 prosent. Til sammenligning var egenkapitalen per 31.12.2024 på 1 075 millioner kroner, noe som ga en egenkapitalandel på 25,2 prosent.

Kontantstrøm fra drift, fratrukket utbetalt overskuddsandel for 2024 (som betales i 2025), var 272 millioner kroner i 2025. Avviket mellom kontantstrøm fra drift og driftsresultatet skyldes i hovedsak resultatførte pensjonskostnader og endringer i leverandørgjeld, samt utbetalt overskuddsandel til staten. Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter var minus 42 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. Selskapet har god likviditet med solid egenkapital og følger likviditetssituasjonen løpende. Likviditetsrisikoen vurderes som lav. Selskapet har plassert noe overskuddslikviditet i obligasjoner og sertifikater med lav risiko, bestående av norske obligasjoner og sertifikater innenfor stats-, industri- og finanssektoren.

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 31.12.2025.

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 31.12.2025. Regnskapet for 2025 er i vesentlig grad preget av engangseffekt av endringer i pensjonsordningene. Fra 2026 og fremover ligger det til rette for at selskapet vil levere positive resultater. Det er i 2025 i tillegg iverksatt tiltak for å styrke selskapets lønnsomhet fremover. På tross av negativt resultat i 2025 har selskapet en solid egenkapital og forutsetningen om fortsatt drift anses å være oppfylt.

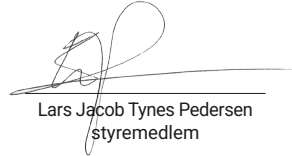
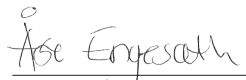
# Styrets signaturer

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 2025 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. 78
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, tredje avsnitt	Relevante finansielle og ikke-finansielle resultatindikatorer	Årsberetning del 3: Om regnskapet s. 78
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, fjerde avsnitt	Henvvisninger og tilleggsforklaringer til beløp oppført i årsregnskapet	Årsberetning del 3: Om regnskapet s. 78
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, femte avsnitt	Virksomhetens fremtidige utvikling	Årsberetning del 3: Om regnskapet s. 78
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. 78
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, syvende avsnitt	Regnskapspliktige som nevnt i § 2-3 første ledd skal opplyse om sentrale immaterielle ressurser	Dette er ikke aktuelt
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, åttende avsnitt	Forutsetning om fortsatt drift	Årsberetning del 3: Om regnskapet, s. 78
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, niende avsnitt	Anvendelse av overskudd	Årsberetning del 3: Om regnskapet, s. 78
Lov om årsregnskap m.v § 2-2, tiende avsnitt	Opplysninger om arbeidsmiljøet, skader, ulykker og sykefravær	Årsberetning del 2 Bærekraft: Egne ansatte s. 49-60
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. 30-40 og Natur s. 40 - 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. 21-76
Lov om årsregnskap m.v § 2-9	Redegjørelse om foretaksstyring	Egen rapport tilgjengelig på <a href="https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskapsledelse">https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/eierstyring-og-selskapsledelse</a>
Lov om virksomhetens åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold (åpenhetsloven) § 5	Plikt til å redegjøre for aktsomhetsvurderinger	Egen rapport tilgjengelig på <a href="https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/redegjorelse-aktsomhetsvurderinger">https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/redegjorelse-aktsomhetsvurderinger</a>
Lov om likestilling og forbud mot diskriminering § 26a og 26b	Arbeidsgivers redegjørelsesplikt Arbeidsgivers opplysningsplikt om likestillingsarbeid	Egen rapport tilgjengelig på <a href="https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/likestillings-diskrimineringsrapport">https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/likestillings-diskrimineringsrapport</a>

Statens retningslinjer for lederlønn	Rapport om lønn og annen godtgjørelse til ledende personer	Egen rapport tilgjengelig på <a href="https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/lederlonnsrapport">https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/lederlonnsrapport</a>
Oppdragsbrev	Utøving av AS Vinmonopolets samfunnsoppdrag	Årsberetning del 1 Samfunnsoppdrag, s. 15 - 16
Oppdragsbrev	Ivaretaking av likebehandlingsprinsippet	Årsberetning del 1 Kunder s. 66-68 Forretningsatferd s. 71-72
Oppdragsbrev	Effektiv drift	Del 3 Regnskap: Om årsregnskapet, s. 78
Oppdragsbrev	Butikketableringer	Årsberetning del 1 Utvikling av våre salgskanaler, s. 17
Oppdragsbrev	Eierskapsmeldinga, herunder: - Ambisjoner, mål og strategier	Årsberetning del 1 Strategi s. 13 - 14. FNs bærekraftsmål er visst sammen med introduksjonen av hvert bærekraftstema
	- Ansvarlig virksomhet	Dette er Vinmonopolet Strategi s. 7 - 8. Aktsomhetsvurderinger s. 27 - 28
	- Menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold	Aktsomhetsvurderinger s. 27 - 28 Arbeidere i verdikjeden s. 27 - 28
	- Klima	Klima s. 30 - 40 Sirkularitet s. 45 - 48
	- Naturmangfold og økosystemer	Natur s. 41 - 44
	- Skatt og forebygging av økonomisk kriminalitet	Forretningsatferd s. 71 - 72 Årsregnskapet - note 7 s. 94
	- Kapitalstruktur og utbytte	Om årsregnskapet, s. 78
	- Organisering og kultur	Foretaksstyring og ledelse s. 9-13 Strategi s. 14-15
	- Medarbeidere og mangfold	Egne ansatte s. 49-60
	- Lønn og godtgjørelse	Egen rapport tilgjengelig på <a href="https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/redegjorelse-aktsomhetsvurderinger">https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/redegjorelse-aktsomhetsvurderinger</a>
	- Risikostyring	Foretaksstyring og ledelse s. 10
	- Selskapsledelse	Foretaksstyring og ledelse s. 12
	- Åpenhet og rapportering	Organisering og rapportering s. 22 Om regnskapet s. 78
Oppdragsbrev	Berekraft og ansvarlig virksomhet	Årsberetning del 2 Bærekraft: s. 19 - 76
Oppdragsbrev	Heltidskultur og arbeidsrelaterte forhold	Årsberetning del 2 Egne ansatte s. 50-52
Oppdragsbrev	Lederlønn	Egen rapport tilgjengelig på <a href="https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/lederlonnsrapport">https://www.vinmonopolet.no/om-oss/styring-og-ledelse/lederlonnsrapport</a>
Oppdragsbrev	Styret	Årsberetning del 1: Foretaksstyring og ledelse s. 11-12
Oppdragsbrev	Krise, katastrofe – og krigssituasjoner	Årsberetning del 1: Foretaksstyring og ledelse s. 10
Oppdragsbrev	Internkontroll	Årsberetning del 1: Foretaksstyring og ledelse s. 10

Oslo, xx. april 2026

Åsne Havnelid  
styrelederSverre Helno  
nestlederKari Randen  
styremedlemKirsti Lovise Slotsvik  
styremedlemØyvind Winther  
styremedlemLars Jacob Tynes Pedersen  
styremedlemKjell-Roar Nilsen  
styremedlemÅse Engesæth  
styremedlemAlf Ole Berglund  
styremedlemElisabeth 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	2025	2024
<b>Driftsinntekter</b>			
Salgsinntekter	2	18 681	18 646
Andre inntekter		26	26
<b>SUM DRIFTSINTEKTER</b>		<b>18 707</b>	<b>18 672</b>
<b>Driftskostnader</b>			
Vareforbruk		16 287	16 328
Lønnskostnad	3	2 112	1 554
Av- og nedskrivinger på varige driftsmidler	4	70	72
Andre driftskostnader	3	559	569
<b>SUM DRIFTSKOSTNADER</b>		<b>19 028</b>	<b>18 523</b>
<b>DRIFTSRESULTAT</b>		<b>-321</b>	<b>149</b>
<b>Finansinntekter og finanskostnader</b>			
Finansinntekter	5,6	81	84
<b>SUM FINANSRESULTAT</b>		<b>81</b>	<b>84</b>
<b>RESULTAT FØR SKATT</b>		<b>-240</b>	<b>233</b>
Skattekostnad	7	-48	49
<b>ÅRETS RESULTAT</b>	<b>8</b>	<b>-192</b>	<b>185</b>
<b>Avsatt til</b>			
Til overskuddsandel og utbytte		0	92
Til annen egenkapital		-192	92
<b>SUM</b>		<b>-192</b>	<b>185</b>

# Balanse

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2025	2024
<b>Eiendeler</b>			
Lisenser og programvare	4	49	53
Utsatt skattefordel	7	314	192
Varige driftsmidler	4	180	205
Obligasjoner og aksjer	11	1	1
<b>ANLEGGSMIDLER</b>		<b>545</b>	<b>450</b>
Lager av varer og annen beholdning	12	1 383	1 315
Kundefordringer		41	35
Andre kortsiktige fordringer	13	79	88
Finansielle plasseringer	6	303	287
Kontanter, bankinnskudd	6, 14	2 312	2 097
<b>OMLØPSMIDLER</b>		<b>4 118</b>	<b>3 821</b>
<b>SUM EIENDELER</b>		<b>4 662</b>	<b>4 272</b>

# Balanse

TALL I MILLIONER KRONER	NOTE	2025	2024
<b>Gjeld og egenkapital</b>			
Innskutt kapital			
Aksjekapital		0	0
Opptjent kapital			
Annen egenkapital	8, 15	862	1 075
<b>EGENKAPITAL</b>	<b>8</b>	<b>862</b>	<b>1 075</b>
Pensjonsforpliktelser	9	1 443	885
<b>LANGSIKTIG GJELD</b>		<b>1 443</b>	<b>885</b>
Leverandørgjeld		1 724	1 661
Betalbar skatt	7	69	27
Skyldig offentlige avgifter		260	250
Overskuddsandel og utbytte	8, 16	0	92
Annen kortsiktig gjeld	10	304	281
<b>KORTSIKTIG GJELD</b>		<b>2 353</b>	<b>2 312</b>
<b>SUM GJELD OG EGENKAPITAL</b>		<b>4 662</b>	<b>4 272</b>

Oslo, xx. april 2026



Åsne Havelid  
styreleder



Sverre Helno  
nestleder



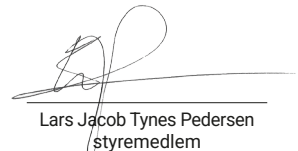
Kari Randen  
styremedlem



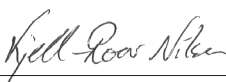
Kirsti Lovise Slotsvik  
styremedlem



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	2025	2024
<b>Likvider tilført fra virksomheten</b>			
Tilført fra årets virksomhet *)		243	2
Endring leverandører		63	-330
Endring i lager, debitorer		-74	-32
Endring andre kortsiktige poster		41	16
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA VIRKSOMHETEN</b>		<b>272</b>	<b>-345</b>
<b>Likvider brukt på investeringer</b>			
Investeringer i varige driftsmidler	4	-43	-65
Salg av varige driftsmidler		1	4
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA INVESTERINGER</b>		<b>-42</b>	<b>-61</b>
<b>Likvider fra finansiering</b>			
Endring andre langsiktige fordringer		0	0
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA FINANSIERING</b>		<b>0</b>	<b>0</b>
Netto endring i likvider gjennom året		230	-406
Likvider 1.1		2 384	2 789
<b>LIKVIDER 31.12</b>		<b>2 614</b>	<b>2 384</b>
<b>Spesifikasjon likvider 31.12</b>			
Konter		56	71
Bankinnskudd		2 256	2 026
Finansielle plasseringer		303	287
<b>FINANSIELLE PLASSERINGER</b>		<b>2 614</b>	<b>2 384</b>
Resultat før Skatt		-240	233
Tap ved avgang driftsmidler		1	3
Ordinære av- og nedskrivninger	4	70	72
Betalbar skatt (Vinmonopolavgift)	7	-27	-55
Forskjell mellom kostnadsført pensjon og inn-/utbetalinger		531	-99
Overskuddsandel		-92	-152
<b>*) TILFØRT FRA ÅRETS VIRKSOMHET</b>		<b>243</b>	<b>2</b>

# 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, fratrukket merverdiavgift. Inntekter fra salg av varer resultatføres når levering har funnet sted.

### 1.2 Klassifisering og vurdering av balanseposter

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

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

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

### 1.3 Varebeholdning og vareforbruk

Varebeholdningens verdi blir beregnet etter prinsippet om glidende gjennomsnitt og 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

Balanserte 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 fratrukket i netto pensjonsforpliktelse i balansen. Eventuell overfinansiering balanseføres i den grad overfinansieringen kan utnyttes eller tilbakebetales. Endringer i forpliktelsen og pensjonsmidlene som skyldes endringer i og avvik mot beregningsforutsetningene (estimatendringer) føres direkte mot egenkapitalen. Effekten av planendringer føres mot resultatet. Periodens netto pensjonskostnad er inkludert i lønn og sosiale kostnader og består av periodens pensjonsopptjening, rentekostnad på den beregnede pensjonsforpliktelsen, forventet avkastning av pensjonsmidlene, resultatført virkning av avvik mellom faktisk og forventet avkastning, samt periodisert arbeidsgiveravgift. Arbeidstakers andel av pensjonspremien er kommet til fradrag i netto pensjonskostnad.

Ordningen med avtalefestet førtidspensjon (AFP), innebærer at ansatte kan gå av med pensjon ved fylte 62 år eller senere. Ved fylte 67 år går 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)	2025	2024
Svakvin	12 188 597	12 120 499
Sterkvin	119 964	127 694
Brennevin	5 639 374	5 715 583
Øl	459 200	434 657
Alkoholfritt	149 240	123 430
Andre salgsvarer	124 850	124 462
<b>SUM</b>	<b>18 681 225</b>	<b>18 646 325</b>

Alkoholavgifter utgjør 8 614,2 millioner kroner av salgsinntekter og varekostnader i 2025 (8 693,2 millioner kroner i 2024)

## NOTE

## 3

## Lønnskostnader og ytelser, godtgjørelse til ledende personer og revisor

TALL I 1000 KRONER	2025	2024
Lønn	1 269 138	1 220 113
Arbeidsgiveravgift	162 353	158 460
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	659 272	152 626
Andreytelser	20 963	22 876
<b>SUM</b>	<b>2 111 725</b>	<b>1 554 074</b>
Gjennomsnittlig antall årsverk	1 292	1 273
Antall fast ansatte pr. 31.12.	2 119	2 044
Herav:		
Heltidsansatte	784	752
Deltidsansatte	1 335	1 292

REGNSKAPSÅR (TALL I 1000 KRONER)	LØNN	PENSJONS- OPPTJENING	ANDRE YTELSER	SAMLET GODTGJØRELSE
<b>Elisabeth Hunter, administrerende direktør</b>				
2025	3 219	911	254	4 384
2024	3 070	419	249	3 738
<b>Bjørn-Egil Ekhaugen, Direktør økonomi</b>				
2025	1 986	488	172	2 646
2024	1 897	387	172	2 456
<b>Lars Thorenfeldt, Direktør Kategori og Innkjøp fra 01.01.24 til 28.02.25</b>				
2025	378	272	28	678
2024	2 020	371	167	2 558
<b>Stine Trygg-Hauger, Direktør Kjededrift og utvikling</b>				
2025	2 410	499	174	3 083
2024	2 339	484	174	2 997
<b>Siri Holland, Direktør Strategisk stab permisjon 05.02-12.10.25</b>				
2025	622	282	54	958
2024	1 719	321	170	2 210
<b>Børre Malvik, Direktør organisasjons og HR</b>				
2025	1 856	804	168	2 828
2024	1 098	170	107	1 376
<b>Espen Terland, Direktør Digitalisering</b>				
2025	1 810	493	170	2 473
2024	922	196	87	1 205
<b>Hege Aamotsmo, Direktør organisasjon og HR fra 01.11.22 - 29.02.24</b>				
2025	-	-	-	-
2024	370	98	28	496

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)	2025	2024
Lovpålagt revisjon	1 164	837
Andre attestasjonstjenester	203	104
Skatterådgivning	0	0
Annen bistand	181	841
<b>SUM</b>	<b>1 547</b>	<b>1 782</b>

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.	238 708	113 285	3 409	694 536	12 636
Tilgang	19 546	4 068	38	15 282	0
Avgang	0	-144	0	-9 103	0
<b>ANSKAFFELSES- KOST 31.12.</b>	<b>258 253</b>	<b>117 209</b>	<b>3 447</b>	<b>700 715</b>	<b>12 636</b>
Akkumulert avskrivning 01.01	185 755	104 327	2 287	550 454	10 136
Årets avskrivning	23 384	6 736	248	31 122	184
Avgang	0	-144	0	-8 530	0
<b>AKKUMULERT AVSKRIVNING 31.12</b>	<b>209 139</b>	<b>110 920</b>	<b>2 535</b>	<b>573 046</b>	<b>10 319</b>
Bokført verdi 01.01.2025	52 953	8 958	1 122	144 082	2 500
<b>BOKFØRT VERDI 31.12.2025</b>	<b>49 115</b>	<b>6 289</b>	<b>913</b>	<b>127 669</b>	<b>2 316</b>

TALL I 1000 KRONER	LEIDE LOKALER	TOMTER	KUNST	TOTALT
Anskaffelseskost 01.01	206 288	1 846	1 136	1 271 843
Tilgang	3 696	0	0	42 630
Avgang	-6 442	-200	0	-15 889
<b>ANSKAFFELSESKOST 31.12.</b>	<b>203 543</b>	<b>1 646</b>	<b>1 136</b>	<b>1 298 585</b>
Akkumulert avskrivning 01.01	160 679	0	0	1 013 637
Årets avskrivning	8 456	0	0	70 130
Avgang	-6 002	0	0	-14 675
<b>AKKUMULERT AVSKRIVNING 31.12</b>	<b>163 133</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 069 092</b>
Bokført verdi 01.01.2024	45 610	1 846	1 136	258 207
<b>BOKFØRT VERDI 31.12.2024</b>	<b>40 410</b>	<b>1 646</b>	<b>1 136</b>	<b>229 493</b>

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	2025	2024
<b>Finansinntekter</b>		
Avkastning obligasjoner og sertifikater	15 834	11 639
Annen renteinntekt	64 977	72 690
Annen finansinntekt	51	42
<b>SUM FINANSINTEKTER</b>	<b>80 862</b>	<b>84 371</b>
<b>Finanskostnader</b>		
Annen rentekostnad	69	144
Annen finanskostnad	92	74
<b>SUM FINANSKOSTNADER</b>	<b>161</b>	<b>218</b>

## NOTE

## 6

## Finansielle plasseringer

Vinmonopolets finansielle plasseringer består av følgende:

TALL I 1000 KRONER	KOSTPRIS	MARKEDSVERDI	BOKFØRT VERDI
Høyrenteinnskudd	600 000	780 107	780 107
Obligasjoner og sertifikater	295 025	302 586	302 586
<b>SUM</b>	<b>895 025</b>	<b>1 082 692</b>	<b>1 082 692</b>

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

Plasseringene hadde ved utgangen av 2025 en kreditturasjon på 3,28 år. Faktisk netto avkastning fratrukket forvaltningshonorarer har i 2025 vært 15,6 millioner kroner, ca 5,5%.

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	2025	2024
<b>Årets skattegrunnlag</b>		
Betalbar skatt	68 902	27 301
Endring i utsatt skatt	-117 149	21 333
<b>SUM SKATTEKOSTNAD</b>	<b>-48 247</b>	<b>48 633</b>
<b>Beregning av årets skattegrunnlag</b>		
Ordinært resultat før skattekostnad	-239 794	233 185
Permanente forskjeller	17 303	94 733
Endring i midlertidige forskjeller	562 017	-203 825
<b>ÅRETS SKATTEGRUNNLAG</b>	<b>339 525</b>	<b>124 094</b>
<b>Betalbar skatt i balansen</b>		
Betalbar skatt på årets resultat	68 902	27 301
<b>ÅRETS SKATTEGRUNNLAG</b>	<b>68 902</b>	<b>27 301</b>
<b>Oversikt over midlertidige forskjeller</b>		
Varige driftsmidler	12 154	13 342
Skattefunn	0	0
Fordringer	-200	-200
Varelager	-2 820	-2 940
Pensjonsforpliktelser	-1 442 814	-884 504
Gevinst og tapskonto	2 717	5 355
Andre forskjeller	1 533	-1 656
<b>GRUNNLAG FOR UTSATT SKATT/SKATTEFORDEL I BALANSEN</b>	<b>-1 429 430</b>	<b>-870 603</b>
<b>UTSATT SKATTEFORDEL (22%)</b>	<b>-314 475</b>	<b>-191 533</b>
<b>Forklaring til hvorfor årets skattekostnad ikke utgjør 22% av resultatet før skatt</b>		
Resultat før skatt	-239 794	233 185
22% skatt av resultat før skatt	-52 755	51 301
Permanente forskjeller 22%	-5 698	20 841
Skatt på pensjon ført direkte mot egenkapital	5 793	-24 439
Andre poster	4 413	931
<b>BEREGNET SKATTEKOSTNAD</b>	<b>-48 247</b>	<b>48 633</b>
<b>EFFEKTIV SKATTESATS</b>	<b>20,1 %</b>	<b>20,9 %</b>

## NOTE

## 8

## Egenkapital

TALL I 1000 KRONER	AKSJE-KAPITAL	ANNEN EGEN-KAPITAL	ESTIMATAVVIK PENSJONER	SUM
Egenkapital 31.12.2024	50	2 563 981	-1 489 270	1 074 761
Årets resultat		-191 548		-191 548
Årets endring estimatavvik			-20 539	-20 539
Overskuddsandel				0
<b>EGENKAPITAL 31.12.2025</b>	<b>50</b>	<b>2 372 433</b>	<b>-1 509 809</b>	<b>862 674</b>

## NOTE

## 9

## Pensjonsforpliktelser

Vinmonopolet har pensjonsordninger som omfatter i alt 2 592 personer, en reduksjon på 110 personer fra 2024.

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	2025	2024
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	122 157	122 815
Rentekostnad av pensjonsforpliktelsen	130 532	103 590
Avkastning på pensjonsmidler	-102 681	-77 517
Resultatført estimatavvik	341	0
Resultatført planendring	450 139	
Risikopremie/administrasjon	3 515	3 261
Periodisert arbeidsgiveravgift	66 745	21 830
Medlemsandel trukket	-23 278	-21 354
<b>NETTO PENSJONSKOSTNAD</b>	<b>647 470</b>	<b>152 626</b>

Påløpte pensjonsforpliktelser (DBO) per 31.12.	-4 042 949	-3 406 510
Pensjonsmidler (til markedsverdi) per 31.12.	2 765 765	2 630 929
<b>PÅLØPTE PENSJONSFORPLIKTELSER PR 31.12. EKSKL. AGA</b>	<b>-1 277 184</b>	<b>-775 581</b>
Arbeidsgiveravgift	-165 630	-108 923
<b>PÅLØPTE PENSJONSFORPLIKTELSER PR 31.12. INKL. AGA</b>	<b>-1 442 814</b>	<b>-884 504</b>
<b>NETTO BALANSEFØRT PENSJONSFORPLIKTELSE PR 31.12. INKL.AGA</b>	<b>-1 442 814</b>	<b>-884 504</b>

<b>ØKONOMISKE FORUTSETNINGER</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>
Diskonteringsrente	3,90 %	3,90 %
Forventet avkastning på pensjonsmidler	3,90 %	3,90 %
Forventet lønnsvekst	4,00 %	4,00 %
Forventet G-regulering	3,75 %	3,75 %
Pensjonsregulering	2,75 %	3,00 %
Årlig uttakstilbøyelighet - AFP (62-67 år)	6,00 %	6,00 %
Frivillig avgang	6% under 50 år og 2% over 50 år	

NOTE  
**10**

## Annen kortsiktig gjeld

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

<b>TALL I 1000 KRONER</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>
Gavekort	90 735	85 709
Uopptjent inntekt	6 803	5 713
Skyldig lønn og feriepenger	206 224	189 849
<b>SUM ANNEN KORTSIKTIG GJELD</b>	<b>303 762</b>	<b>281 271</b>

## NOTE

## 11

## Langsiktige fordringer og aksjer

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

TALL I 1000 KRONER	2025	2024
Obligasjons- og pantelån	283	283
Aksjer	327	327
<b>SUM</b>	<b>610</b>	<b>610</b>

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. Regnskapet for 2024 viser et resultat før skatt på 11,9 millioner kroner for Sirkel Materialgjenvinning AS. Sirkel Glass AS drives på non-profit basis, og resultat før skatt er følgelig null. Sum egenkapital viser 159,8 millioner kroner for Sirkel Materialgjenvinning AS og 4,4 millioner kroner for Sirkel Glass AS.

## NOTE

## 12

## Varebeholdning

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

SUM VARELAGER (TALL I 1000 KRONER)	2025	2024
Varelager i butikk	1 370 084	1 295 063
Varelager fjernhandel	13 155	19 537
<b>SUM VARELAGER</b>	<b>1 383 239</b>	<b>1 314 600</b>
Ukurans	-2 820	-2 940

**NOTE  
13****Andre kortsiktige fordringer**

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

TALL I 1000 KRONER	2025	2024
Forskuddsbetalte kostnader	76 671	85 788
Andre kortsiktige fordringer	2 563	1 963
<b>SUM ANDRE KORTSIKTIGE FORDRINGER</b>	<b>79 234</b>	<b>87 750</b>

**NOTE  
14****Bankinnskudd**

Innestående midler på skattetrekkkonto (bundne midler) er på kr. 52 731 237  
Bankbeholdningen er plassert på konsernkontosystem i Sparebanken Midt-Norge.

**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 avsettes verken for overskuddsandel eller lovpålagt utbytte på 2 500 kroner for regnskapsåret 2025 da selskapet har et negativt årsresultat. Krav om lovpålagte utbytte i henhold til Vinmonopolloven §4 bortfaller ved negativt årsresultat.

NOTE  
17

## Leieforpliktelser

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

TALL I 1000 KRONER	2029	2028	2027	2026
	161 232	180 218	207 086	209 016

Antall leieavtaler som er leie av butikklokaler er 349. 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)	2025	2024
Salgsinntekter	29 911	29 317
Vareforbruk	18 941	18 548
Ordinære avskrivninger	342	342
Andre driftskostnader	4 619	4 516
Driftsresultat	6 010	5 910
Finansposter	87	52
<b>ÅRETS RESULTAT</b>	<b>6 097</b>	<b>5 963</b>

Disponering av resultat:		
Til Longyearbyen Lokalstyre	6 097	5 963

BALANSE PER 31.12 (TALL I 1000 KRONER)	2025	2024
Anleggsmidler	206	547
Omløpsmidler	12 039	10 897
<b>EIENDELER</b>	<b>12 244</b>	<b>11 444</b>
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	7 864	6 664
Langsiktig gjeld	0	400
<b>GJELD OG EGENKAPITAL</b>	<b>12 244</b>	<b>11 444</b>

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 resultatet, og anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2025.

*Oslo, 28. april 2026*

Trude Brosvik

Geir Mo

Gunhild Johansen

### Bedriftsforsamlingens uttalelse

I samsvar med styrets vedtak av 16. april 2026 og kontrollkomiteens innstilling av 28. april, anbefaler Bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2025 fastsettes. Likeledes anbefaler Bedriftsforsamlingen at årsberetningen godkjennes.

*Oslo, 29. april 2026*

# Nøkkeltall

SALG I 1 000 LITER	2025	2024
Svakvin	72 263	74 141
Sterkvin	460	506
Brennevin	11 942	12 390
Øl	3 893	3 688
Alkoholfritt	1 489	1 335
<b>SUM</b>	<b>90 047</b>	<b>92 060</b>

Inntekter og resultat (millioner kroner)		
Driftsinntekter	18 708	18 672
Driftsresultat	-321	149
Resultat før skatt	-240	233

Kapital		
Total kapital i millioner kroner	4 662	4 272
Egenkapital i millioner kroner	862	1 075
Egenkapitalandel i prosent	18,5	25,2

Lønnsomhet		
Dekningsgrad <sup>1</sup>	12,9	12,6
Resultatgrad <sup>2</sup>	-1,3	1,2
Avkastning på sysselsatt kapital <sup>3</sup>	-24,7	23,7

Likviditet		
Likviditetsgrad <sup>4</sup>	1,16	1,08

Personale		
Antall fast ansatte pr. 31.12.	2 119	2 064
Herav: Heltidsansatte	784	752
Deltidsansatte	1 335	1 292
Antall årsverk	1 292	1 273
Antall butikker pr. 31.12.	353	351

<sup>1</sup> Salgsinntekter - varekost / salgsinntekter

<sup>2</sup> Resultat før skatt / salgsinntekter

<sup>3</sup> Resultat før finanskostnader / gjennomsnittlig gjeld og rentebærende gjeld

<sup>4</sup> Omløpsmidler - varelager / kortsiktig gjeld

# Fra revisor



BDO AS  
Bygdøy allé 2  
Postboks 1704 Vik  
0121 Oslo

Til Helse- og omsorgsdepartementet

## Uavhengig revisors beretning

### Konklusjon

Vi har revidert årsregnskapet til Aktieselskapet Vinmonopolet.

#### Årsregnskapet består av:

- Balanse per 31. desember 2025,
- Resultatregnskap 2025
- Kontantstrømmoppstilling for regnskapsåret avsluttet per 31. desember 2025
- 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 2025 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 års- og bærekraftsrapporten, 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.

### Ledelsens ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og for at det gir et rettvisende 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 avvirket.

### Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet

Vårt mål er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil, og å avgi en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. 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, 17. april 2026  
BDO AS

Eivin Aleksander Redbo Kjær  
statsautorisert revisor



BDO AS  
Bygdøy allé 2  
Postboks 1704 Vika  
0121 Oslo

Til Helse- og omsorgsdepartementet

## Uavhengig revisors attestasjonsuttalelse om Aktieselskapet Vinmonopolet sin klimagassrapport med moderat sikkerhet

### Konklusjon med moderat sikkerhet

Vi har utført et attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet for den konsoliderte klimagassrapporteringen til Aktieselskapet Vinmonopolet («selskapet») for regnskapsåret 2025. Basert på handlingene vi har utført og bevisene vi har innhentet, har ikke gjort oss oppmerksomme på noe som gir oss grunn til å tro at selskapets klimagassrapport ikke i det alt vesentlige er utarbeidet i samsvar med kriteriene i The Greenhouse Gas Protocol (heretter GHG-protokollen).

### Grunnlaget for konklusjonen

Vi utførte vårt attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet i samsvar med den internasjonale standarden for attestasjonsoppdrag 3410 (ISAE 3410), Attestasjonsuttalelser om klimagassrapporter, utgitt av 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.

### Ledelsens ansvar for bærekraftsrapporten

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlige for:

- å oppfylle sitt ansvar for utarbeidelsen av klimagassrapporten, herunder sikre at den inneholder sammenlignbar informasjon der det er relevant, i samsvar med gjeldende kriterier slik de er beskrevet i oppdragsvilkårene,
- å vurdere og formidle usikkerhet knyttet til kvantifisering av klimagassutslipp, herunder erkjenne at fastsettelse av utslippsfaktorer og verdier som benyttes for å kombinere utslipp av ulike gasser, bygger på ufullstendig vitenskapelig kunnskap,
- å gi revisor all relevant informasjon og tilgang, som avtalt i oppdragsvilkårene, samt sikre at alle relevante forhold er reflektert i klimagassrapporten,



- å vurdere hvorvidt virkningene av ikke-korrigert feilinformasjon er uvesentlige, både enkeltvis og samlet, for klimagassrapporten, og å inkludere en oppsummering av slike poster i eller som vedlegg til de skriftlige uttalelsene,
- å vurdere hvorvidt vesentlige forutsetninger som er brukt ved beregning av estimater, er rimelige,
- å kommunisere til revisor alle kjente mangler i den interne kontrollen som er relevante for oppdraget, med mindre de er klart ubetydelige,
- å informere revisor om sin kjennskap til faktiske, mistenkte eller påståtte misligheter, samt faktisk, mistenkt eller påstått manglende etterlevelse av lov og forskrift som kan ha vesentlig betydning for utarbeidelsen av klimagassrapporten.

#### Revisors oppgaver og plikter

Vår oppgave er å avgi en uttalelse som gir moderat sikkerhet, om klimagassrapporten er i samsvar med kriteriene beskrevet i GHG-protokollen på grunnlag av handlingene vi har utført, og bevisene vi har hentet inn.

Vi har utført vårt attestasjonsoppdrag i samsvar med den internasjonale standarden for attestasjonsoppdrag 3410 (ISAE 3410), Attestasjonsuttalelser om klimagassrapporter, utgitt av International Auditing and Assurance Standards Board. Denne standarden krever at vi planlegger og gjennomfører dette oppdraget for å oppnå moderat sikkerhet for hvorvidt klimagassrapporten ikke inneholder vesentlig feilinformasjon.

Våre oppgaver og plikter med hensyn til klimagassrapporten 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 klimagassrapporten 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

Utføring av et attestasjonsoppdrag som skal gi moderat sikkerhet i henhold til ISAE 3410, innebærer å vurdere om selskapets bruk av GHG-protokollen som grunnlag for utarbeidelsen av klimagassrapporten er hensiktsmessig ut fra omstendighetene, vurdere risikoene for vesentlig feilinformasjon i klimagassrapporten som skyldes misligheter eller feil, håndtere de anslåtte risikoene som nødvendig ut fra omstendighetene og evaluere den generelle presentasjonen i klimagassrapporten. Et attestasjonsoppdrag som skal gi moderat sikkerhet, har et betydelig mindre omfang enn et attestasjonsoppdrag som skal gi betryggende sikkerhet, både med hensyn til risikovurderingshandlingene, herunder forståelsen av den interne kontrollen, og handlingene som utføres for å håndtere de anslåtte risikoene.

De utførte handlingene er basert på vårt profesjonelle skjønn og har omfattet forespørsler, observasjon av utføring av prosesser, inspeksjon av dokumenter, analytiske kontrollhandlinger,



evaluering av om kvantifiseringsmetoder og rapporteringsprinsipper er hensiktsmessige og kontroll av samsvar med underliggende materiale.

Vi har også:

- Utført risikoprosedyrer, inkludert opparbeidet en forståelse av internkontroll som var relevant for oppdraget, for å identifisere opplysninger der det var sannsynlig at vesentlig feilinformasjon kunne oppstå, enten som følge av misligheter eller feil, men uten å konkludere om effektiviteten til foretakets internkontroll.
- Utformet og gjennomført stikkprøver av klimaregnskapet der det var sannsynlig at vesentlig feilinformasjon kunne oppstå. Risikoen for ikke å oppdage vesentlig feilinformasjon som følge av misligheter var høyere enn for feil, ettersom misligheter kunne innebære samarbeid, forfalskning, forsettlig utelatelser, uriktige fremstillinger eller overstyring av internkontroll.

Handlingene som utføres på et attestasjonsoppdrag som skal gi moderat sikkerhet, varierer i type og tidspunkt fra handlingene ved utføring av et attestasjonsoppdrag som skal gi betryggende sikkerhet, og omfanget av disse handlingene er også mindre. Følgelig er graden av sikkerhet som oppnås ved et attestasjonsoppdrag som skal gi moderat sikkerhet, betydelig lavere enn ved et attestasjonsoppdrag som skal gi betryggende sikkerhet. Vi avgir derfor ingen attestasjonsuttalelse som gir betryggende sikkerhet for hvorvidt selskapets klimagassrapport i det alt vesentlige er utarbeidet i samsvar med de gjeldende kriteriene i GHG-protokollen.

Oslo, 17. april 2026  
BDO AS

Mari Ziesler Andenæs  
statsautorisert revisor - bærekraftsrevisor

DEL 5

# Vedlegg

---

Salget i 2025

# Salget i 2025

## Bestselgere

### Topp 50

Vinmonopolets mest solgte produkter i 2025, per liter				
NR.	VARENAVN	VAREGRUPPE	LAND	LITER
1	Marqués de Nombrevilla Garn.	Rødvin	Spania	1 038 717
2	Falling Feather Ruby Cabernet	Rødvin	USA	1 004 058
3	Laroche Chardonnay L	Hvitvin	Frankrike	1 003 125
4	Wongraven Morgenstern Riesling	Hvitvin	Tyskland	980 703
5	Tommasi Graticcio Appassionato	Rødvin	Italia	866 988
6	Viña Maipo Mi Pueblo SauvBI	Hvitvin	Chile	743 049
7	Viña Maipo Mi Pueblo Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	740 420
8	Concha y Toro Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	727 933
9	Escada Touriga Nacional	Rødvin	Portugal	696 203
10	Pietro di Campo Silenzio Barbera	Rødvin	Italia	684 715
11	La Falaise Blanche Chardonnay	Hvitvin	Frankrike	682 944
12	Absolut Vodka	Vodka	Sverige	652 968
13	Gato Negro Cabernet Sauvignon	Rødvin	Chile	626 455
14	Ruby Zin	Rødvin	USA	545 692
15	Concha y Toro Chardonnay	Hvitvin	Chile	543 396
16	Chapel Hill Riesling Sauvignon Blanc	Hvitvin	Ungarn	542 883
17	Montrose rosé	Rosévin	Frankrike	539 649
18	Dr. L Riesling	Hvitvin	Tyskland	512 878
19	Chapoutier Côtes du Rhône Belleruche	Rødvin	Frankrike	496 041
20	Johan Uten land Black Label Tempranillo	Rødvin	Spania	494 481
21	Mosaic Alva	Hvitvin	Portugal	472 890
22	Wongraven Alleanza Langhe Rosso	Rødvin	Italia	450 340
23	Dworek Vodka	Vodka	Polen	444 097
24	Monte Luzzo Piemonte Barbera	Rødvin	Italia	424 755
25	Jägermeister	Likør	Tyskland	421 485
26	Chill Out Chardonnay	Hvitvin	Australia	417 654
27	Baileys Original Irish Cream	Likør	Irland	411 093
28	Gnarly Head Old Vine Zin	Rødvin	USA	388 263
29	Thr3 Monkeys Fresh & Fruity White Wine	Hvitvin	Tyskland	387 312
30	Piero Martinelli Barbera	Rødvin	Italia	361 003

31	Casillero del Diablo Reserva Chardonnay	Hvitvin	Chile	353 184
32	Casillero del Diablo CabSauv	Rødvin	Chile	346 935
33	Crudo Catarratto Zibibbo	Hvitvin	Italia	342 757
34	Smirnoff No. 21	Vodka	England	325 671
35	Casalforte Rosso Veneto	Rødvin	Italia	323 826
36	Brunel Côtes du Rhône Signature Series	Rødvin	Frankrike	323 527
37	Mezzacorona Pinot Grigio	Hvitvin	Italia	307 309
38	Lindeman's Shiraz Cabernet	Rødvin	Australia	300 369
39	Explorer Vodka	Vodka	Finland	298 338
40	Tempore Garnacha Altos de Cascán	Rødvin	Spania	293 942
41	Viña Maipo Mi Pueblo Rosé	Rosévin	Chile	293 048
42	Vanlig Vodka Ekstra	Vodka	Norge	289 173
43	Lindeman's Bin 45 CabSauv	Rødvin	Australia	288 177
44	Maison Vignoud Cuvée Camille Chardonnay	Hvitvin	Frankrike	285 053
45	Lindeman's Chardonnay	Hvitvin	Australia	283 595
46	La Falaise Blanche Pinot Noir	Rødvin	Frankrike	275 147
47	Cono Sur Bicicleta Gewürztraminer	Hvitvin	Chile	271 514
48	Montalto Passivento	Rødvin	Italia	265 959
49	Doppio Passo Salento Primitivo	Rødvin	Italia	264 873
50	Kalinka Vodka	Vodka	Norge	261 294

## Hovedvaretype

Vinmonopolets salg 2016–2025, hovedvaretype, 1000 liter						
ÅR	TOTALT	BRENNEVIN	STERKVIN	SVAKVIN	ØL	ALKO-HOLFRITT
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	481	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	689
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	484	74 163	3 688	1 335
2025	90 047	11 942	460	72 263	3 893	1 489

## Brennevin

Vinmonopolets salg av brennevin 2021–2025, 1000 liter					
BRENNEVIN	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Vodka</b>	<b>4 193</b>	<b>3 689</b>	<b>3 536</b>	<b>3 366</b>	<b>3 181</b>
Norge	1 582	1 431	1 394	1 292	1 147
Sverige	808	733	742	725	726
Polen	592	523	475	457	476
Finland	503	427	393	408	391
England	452	401	397	349	326
Andre land	256	174	136	135	115
<b>Likør</b>	<b>2 974</b>	<b>2 543</b>	<b>2 488</b>	<b>2 413</b>	<b>2 402</b>
Irland	646	518	486	462	464
Tyskland	666	534	506	489	461
Danmark	288	281	275	271	291
Finland	191	210	221	216	233
Italia	269	248	220	210	232
Norge	159	141	171	183	176
Andre land	754	612	609	582	544
<b>Whisky</b>	<b>2 029</b>	<b>1 681</b>	<b>1 630</b>	<b>1 607</b>	<b>1 547</b>
Skottland	1 334	1 110	1 069	1 044	991
Irland	352	298	297	287	292
USA	252	200	198	213	193
Canada	59	46	38	33	36
Japan	6	7	9	13	17
Norge	19	15	13	11	12
Andre land	7	5	6	6	7
<b>Akevitt</b>	<b>1 918</b>	<b>1 593</b>	<b>1 532</b>	<b>1 476</b>	<b>1 437</b>
Norge	1 604	1 367	1 314	1 273	1 246
Sverige	225	150	140	131	123
Danmark	63	50	49	43	39
Andre land	27	26	29	29	30
<b>Druebrennevin</b>	<b>1 662</b>	<b>1 363</b>	<b>1 206</b>	<b>1 087</b>	<b>1 013</b>
Frankrike	1 581	1 301	1 151	1 038	964
Spania	69	52	46	41	42
Andre land	12	10	9	8	8
<b>Brennevin, annet</b>	<b>1 085</b>	<b>926</b>	<b>861</b>	<b>824</b>	<b>817</b>
Jamaica	279	230	219	206	199
Bermuda	246	219	201	184	156
Norge	206	135	126	114	139
Italia	106	96	89	91	102
Finland	118	115	89	84	75
Andre land	130	132	136	145	146

<b>Gin</b>	<b>1 172</b>	<b>931</b>	<b>871</b>	<b>805</b>	<b>748</b>
England	795	610	577	523	489
Norge	213	180	171	181	161
Finland	75	69	62	49	54
Andre land	89	72	62	52	45
<b>Brennevin, nøytralt &lt; 37,5 %</b>	<b>300</b>	<b>288</b>	<b>291</b>	<b>295</b>	<b>312</b>
Norge	200	186	173	178	196
Andre land	100	103	118	118	116
<b>Rom</b>	<b>320</b>	<b>240</b>	<b>221</b>	<b>205</b>	<b>197</b>
Bermuda	143	103	95	89	87
Cuba	67	51	48	42	42
<b>Jamaica</b>	<b>37</b>	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>22</b>
Barbados	23	17	17	17	18
Andre land	50	40	33	31	29
<b>Bitter</b>	<b>287</b>	<b>239</b>	<b>230</b>	<b>217</b>	<b>194</b>
Danmark	158	127	120	113	109
Norge	34	32	31	31	33
Tyskland	32	28	28	28	28
Italia	57	47	44	39	19
Andre land	6	5	7	6	4
<b>Fruktbrennevin</b>	<b>121</b>	<b>94</b>	<b>84</b>	<b>86</b>	<b>86</b>
Mexico	93	72	64	68	69
Frankrike	26	18	16	16	14
Andre land	2	3	3	2	3
<b>Genever (Nederland)</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>8</b>
<b>TOTALT</b>	<b>16 075</b>	<b>13 600</b>	<b>12 962</b>	<b>12 390</b>	<b>11 942</b>

## Sterkvin

Vinmonopolets salg av sterkvin 2021–2025 1000 liter					
STERKVIN	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Vermut</b>	<b>301</b>	<b>238</b>	<b>228</b>	<b>217</b>	<b>196</b>
Italia	279	221	212	201	181
Frankrike	21	17	16	15	14
Andre land	1	1	1	1	1
<b>Portvin (Portugal)</b>	<b>216</b>	<b>184</b>	<b>180</b>	<b>182</b>	<b>175</b>
<b>Sherry (Spania)</b>	<b>74</b>	<b>59</b>	<b>53</b>	<b>47</b>	<b>44</b>
<b>Sterkvin, annen</b>	<b>35</b>	<b>30</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>34</b>
<b>Madeira (Portugal)</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>11</b>
<b>TOTALT</b>	<b>640</b>	<b>523</b>	<b>510</b>	<b>484</b>	<b>460</b>

## Svakvin

Vinmonopolets salg av svakvin, 2021–2025, 1000 liter					
SVAKVIN	2021	2022	2023	2024	2025
<b>RØDVIN</b>	<b>53 253</b>	<b>42 685</b>	<b>40 529</b>	<b>37 901</b>	<b>35 815</b>
Italia	19 441	15 290	14 172	13 083	12 637
Piemonte	6 698	5 572	5 430	5 451	5 569
Veneto	4 240	3 246	2 850	2 337	2 094
Toscana	1 818	1 433	1 492	1 390	1 285
Puglia	1 821	1 256	1 019	789	726
Lombardia	660	530	496	612	593
Sicilia	929	740	605	500	489
Andre distrikter	3 276	2 514	2 280	2 003	1 881
<b>Frankrike</b>	<b>7 213</b>	<b>5 911</b>	<b>5 653</b>	<b>5 323</b>	<b>5 104</b>
Rhône	3 351	2 818	2 569	2 374	2 269
Burgund	1 013	821	828	737	751
Bordeaux	1 003	806	761	696	649
Pays d'Oc	1 252	913	755	649	519
Andre distrikter	593	553	739	867	916
<b>Spania</b>	<b>6 948</b>	<b>5 730</b>	<b>5 716</b>	<b>5 533</b>	<b>5 022</b>
Aragon	1 932	1 488	1 432	1 578	1 481
Rioja	1 693	1 378	1 335	1 278	1 203
Valencia	1 208	879	680	519	420
Catalonia	501	365	284	205	172
Andre distrikter	1 613	1 620	1 983	1 954	1 747
<b>USA</b>	<b>5 067</b>	<b>4 018</b>	<b>3 800</b>	<b>3 507</b>	<b>2 988</b>
<b>Chile</b>	<b>4 257</b>	<b>3 299</b>	<b>3 159</b>	<b>3 078</b>	<b>2 885</b>
<b>Portugal</b>	<b>3 332</b>	<b>2 617</b>	<b>2 435</b>	<b>2 267</b>	<b>2 398</b>
<b>Australia</b>	<b>3 704</b>	<b>3 106</b>	<b>2 869</b>	<b>2 556</b>	<b>2 195</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>810</b>	<b>738</b>	<b>699</b>	<b>553</b>	<b>660</b>
<b>Argentina</b>	<b>1 145</b>	<b>876</b>	<b>731</b>	<b>636</b>	<b>591</b>
<b>Libanon</b>	<b>369</b>	<b>348</b>	<b>371</b>	<b>505</b>	<b>497</b>
<b>Tyskland</b>	<b>313</b>	<b>234</b>	<b>311</b>	<b>350</b>	<b>358</b>
<b>Georgia</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>65</b>	<b>96</b>	<b>140</b>
<b>Østerrike</b>	<b>287</b>	<b>226</b>	<b>159</b>	<b>158</b>	<b>121</b>
<b>Hellas</b>	<b>129</b>	<b>96</b>	<b>107</b>	<b>94</b>	<b>95</b>
<b>New Zealand</b>	<b>147</b>	<b>115</b>	<b>100</b>	<b>67</b>	<b>62</b>
<b>Romania</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>12</b>
<b>Andre land</b>	<b>75</b>	<b>47</b>	<b>182</b>	<b>75</b>	<b>51</b>
<b>HVITVIN</b>	<b>27 994</b>	<b>23 250</b>	<b>23 919</b>	<b>23 488</b>	<b>23 699</b>
<b>Frankrike</b>	<b>7 208</b>	<b>5 752</b>	<b>5 951</b>	<b>6 053</b>	<b>6 273</b>
Pays d'Oc	2 129	1 928	2 056	2 227	2 265
Burgund	2 131	1 588	1 562	1 523	1 643
Loire	718	555	555	530	527
Sørvest	852	574	480	371	356
Alsace	234	240	266	257	249
Jura	66	85	138	162	150
Rhône	14	19	32	25	67
Andre distrikter	1 063	764	863	957	1 016

<b>Tyskland</b>	<b>7 808</b>	<b>6 208</b>	<b>6 275</b>	<b>6 005</b>	<b>6 015</b>
Pfalz	1 911	1 595	1 560	1 599	1 621
Rhein Hessen	1 900	1 432	1 451	1 428	1 529
Mosel	2 052	1 618	1 640	1 451	1 335
Nahe	764	637	746	700	720
Rheingau	391	308	271	241	237
Andre distrikter	790	617	607	585	573
<b>Chile</b>	<b>2 510</b>	<b>2 120</b>	<b>2 222</b>	<b>2 496</b>	<b>2 512</b>
Valle Central	1 601	1 324	1 411	1 594	1 566
Andre distrikter	909	796	810	902	946
<b>Italia</b>	<b>2 618</b>	<b>2 316</b>	<b>2 274</b>	<b>2 065</b>	<b>2 045</b>
Veneto	1 165	932	831	677	622
Sicilia	299	422	493	489	527
Dolomiti (Dolomiten)	264	216	220	222	227
Piemonte	269	212	200	208	209
Trentino-Alto Adige	95	94	90	92	113
Andre distrikter	526	440	439	376	347
<b>Portugal</b>	<b>1 269</b>	<b>1 138</b>	<b>1 301</b>	<b>1 329</b>	<b>1 362</b>
<b>Australia</b>	<b>1 542</b>	<b>1 233</b>	<b>1 407</b>	<b>1 417</b>	<b>1 335</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>756</b>	<b>672</b>	<b>660</b>	<b>623</b>	<b>875</b>
<b>Ungarn</b>	<b>913</b>	<b>713</b>	<b>694</b>	<b>659</b>	<b>692</b>
<b>New Zealand</b>	<b>1 063</b>	<b>810</b>	<b>737</b>	<b>708</b>	<b>682</b>
<b>Spania</b>	<b>536</b>	<b>516</b>	<b>578</b>	<b>630</b>	<b>575</b>
<b>Østerrike</b>	<b>838</b>	<b>655</b>	<b>602</b>	<b>495</b>	<b>418</b>
<b>USA</b>	<b>454</b>	<b>405</b>	<b>494</b>	<b>457</b>	<b>376</b>
<b>Romania</b>	<b>100</b>	<b>387</b>	<b>444</b>	<b>323</b>	<b>256</b>
<b>Andre land</b>	<b>379</b>	<b>326</b>	<b>281</b>	<b>227</b>	<b>281</b>
<b>MUSSERENDE VIN</b>	<b>7 959</b>	<b>6 867</b>	<b>6 900</b>	<b>6 669</b>	<b>6 707</b>
<b>Frankrike</b>	<b>2 921</b>	<b>2 736</b>	<b>2 835</b>	<b>2 853</b>	<b>3 064</b>
Burgund	1 368	1 242	1 225	1 172	1 196
Champagne	817	744	688	627	656
Bordeaux	129	141	184	273	332
Jura	137	137	179	177	156
Andre distrikter	470	472	559	603	724
<b>Italia</b>	<b>3 291</b>	<b>2 581</b>	<b>2 519</b>	<b>2 356</b>	<b>2 279</b>
Prosecco	1 647	1 277	1 275	1 182	1 186
Veneto	626	462	421	364	307
Piemonte	288	238	216	203	196
Andre distrikter	729	604	606	607	590
<b>Spania</b>	<b>1 328</b>	<b>1 137</b>	<b>1 174</b>	<b>1 036</b>	<b>957</b>
Cava	1 287	1 109	1 160	1 021	935
Andre distrikter	41	28	14	15	21
<b>England</b>	<b>77</b>	<b>72</b>	<b>89</b>	<b>112</b>	<b>130</b>
<b>Australia</b>	<b>170</b>	<b>187</b>	<b>142</b>	<b>134</b>	<b>118</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>64</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>89</b>	<b>67</b>
<b>Tyskland</b>	<b>61</b>	<b>54</b>	<b>58</b>	<b>44</b>	<b>34</b>
<b>Andre land</b>	<b>47</b>	<b>51</b>	<b>33</b>	<b>46</b>	<b>59</b>

<b>ROSÉVIN</b>	<b>5 350</b>	<b>4 140</b>	<b>4 245</b>	<b>4 246</b>	<b>4 284</b>
<b>Frankrike</b>	<b>2 837</b>	<b>2 147</b>	<b>2 070</b>	<b>1 883</b>	<b>1 872</b>
Pays d'Oc	984	754	769	736	787
Provence	645	520	434	348	370
Méditerranée	205	163	208	218	216
Languedoc-Roussillon	365	266	252	223	204
Andre distrikter	637	444	407	357	296
<b>Italia</b>	<b>998</b>	<b>795</b>	<b>814</b>	<b>904</b>	<b>939</b>
Piemonte	535	447	475	415	451
Veneto	304	232	213	199	148
Andre distrikter	159	116	126	290	339
<b>Chile</b>	<b>284</b>	<b>264</b>	<b>329</b>	<b>405</b>	<b>386</b>
<b>Tyskland</b>	<b>270</b>	<b>202</b>	<b>302</b>	<b>340</b>	<b>383</b>
<b>USA</b>	<b>372</b>	<b>250</b>	<b>259</b>	<b>233</b>	<b>200</b>
<b>Spania</b>	<b>252</b>	<b>185</b>	<b>145</b>	<b>143</b>	<b>143</b>
<b>New Zealand</b>	<b>157</b>	<b>114</b>	<b>106</b>	<b>87</b>	<b>94</b>
<b>Australia</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>83</b>
<b>Andre land</b>	<b>178</b>	<b>145</b>	<b>182</b>	<b>191</b>	<b>184</b>
<b>PERLENDE VIN</b>	<b>1 013</b>	<b>833</b>	<b>835</b>	<b>790</b>	<b>730</b>
<b>Italia</b>	<b>458</b>	<b>376</b>	<b>380</b>	<b>377</b>	<b>368</b>
<b>Østerrike</b>	<b>233</b>	<b>187</b>	<b>173</b>	<b>144</b>	<b>116</b>
<b>Australia</b>	<b>117</b>	<b>94</b>	<b>103</b>	<b>106</b>	<b>91</b>
<b>Andre land</b>	<b>206</b>	<b>176</b>	<b>180</b>	<b>162</b>	<b>154</b>
<b>AROMATISERT VIN</b>	<b>767</b>	<b>675</b>	<b>655</b>	<b>621</b>	<b>548</b>
<b>Sverige</b>	<b>259</b>	<b>248</b>	<b>204</b>	<b>198</b>	<b>164</b>
<b>Italia</b>	<b>126</b>	<b>92</b>	<b>98</b>	<b>102</b>	<b>93</b>
<b>Andre land</b>	<b>382</b>	<b>335</b>	<b>353</b>	<b>321</b>	<b>292</b>
<b>SIDER</b>	<b>372</b>	<b>345</b>	<b>394</b>	<b>431</b>	<b>461</b>
<b>Norge</b>	<b>285</b>	<b>279</b>	<b>319</b>	<b>345</b>	<b>377</b>
Vestland	249	238	275	287	312
Rogaland	5	14	20	30	31
Telemark	4	8	11	13	16
Møre og Romsdal	5	6	7	10	13
Buskerud	12	7	0	1	2
Oslo	9	5	4	2	1
Andre fylker	1	2	2	2	1
<b>Sverige</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>32</b>	<b>53</b>	<b>53</b>
<b>England</b>	<b>31</b>	<b>28</b>	<b>27</b>	<b>23</b>	<b>22</b>
<b>Frankrike</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>8</b>
<b>Spania</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
<b>Andre land</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>FRUKTVIN</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>19</b>
<b>Norge</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>17</b>
<b>Andre land</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Totalt</b>	<b>96 721</b>	<b>78 805</b>	<b>77 491</b>	<b>74 163</b>	<b>72 263</b>

Tabell 5. Vinmonopolets salg av øl <sup>8</sup> , 2021 - 2025, 1000 liter					
SVAKVIN	2021	2022	2023	2024	2025
<b>LYS LAGER</b>	<b>1 132</b>	<b>1 013</b>	<b>1 111</b>	<b>1 279</b>	<b>1 504</b>
Norge	354	317	412	461	448
Sverige	130	124	143	170	200
Tyskland	86	78	53	101	160
Tsjekkia	121	113	146	142	146
Polen	1	2	26	90	127
Spania	93	90	89	70	126
Danmark	94	79	91	123	122
Japan	39	36	40	43	48
Thailand	31	27	26	27	29
Nederland	119	81	26	10	0
Andre land	64	66	59	42	96
<b>INDIA PALE ALE</b>	<b>1 021</b>	<b>802</b>	<b>738</b>	<b>762</b>	<b>724</b>
Norge	751	629	605	625	602
Skottland	49	38	38	37	29
Sverige	21	7	7	19	22
USA	35	21	15	21	20
England	90	70	40	29	14
Andre land	74	37	33	31	36
<b>MØRK LAGER</b>	<b>326</b>	<b>283</b>	<b>314</b>	<b>293</b>	<b>299</b>
Norge	285	261	285	273	282
Tyskland	33	14	10	13	14
Andre land	7	8	19	7	2
<b>HVETEØL</b>	<b>300</b>	<b>220</b>	<b>222</b>	<b>257</b>	<b>247</b>
Tyskland	207	154	148	187	180
Spania	35	29	26	25	23
Belgia	15	7	27	23	21
Andre land	43	30	21	22	23
<b>KLOSTERSTIL</b>	<b>219</b>	<b>187</b>	<b>191</b>	<b>197</b>	<b>212</b>
Belgia	122	105	98	98	102
Norge	91	77	87	93	88
Andre land	6	5	6	6	22
<b>PORTER &amp; STOUT</b>	<b>238</b>	<b>187</b>	<b>184</b>	<b>161</b>	<b>155</b>
Norge	170	123	111	101	95
Irland	7	8	11	28	34
England	27	14	15	9	7
Skottland	34	43	48	23	19
Andre land	39	30	29	32	19
<b>PALE ALE</b>	<b>139</b>	<b>121</b>	<b>138</b>	<b>120</b>	<b>122</b>
Norge	67	61	66	55	55
Danmark	36	30	30	31	31
England	14	12	20	13	19

USA	16	13	11	10	10
Andre land	6	5	11	11	7
Andre land	8	6	5	5	4
<b>LYS ALE</b>	<b>135</b>	<b>121</b>	<b>124</b>	<b>129</b>	<b>130</b>
Belgia	92	80	76	78	86
Norge	34	27	31	32	27
Andre land	9	14	17	18	18
<b>SURØL</b>	<b>212</b>	<b>144</b>	<b>119</b>	<b>119</b>	<b>113</b>
Norge	96	68	60	65	60
Belgia	56	37	32	29	28
Skottland	2	6	4	9	8
Andre land	57	34	23	15	17
<b>SAISON FARMHOUSE ALE</b>	<b>121</b>	<b>105</b>	<b>107</b>	<b>109</b>	<b>117</b>
Norge	73	64	69	73	87
Belgia	32	33	34	32	27
Andre land	15	9	4	4	3
<b>SPECIAL</b>	<b>123</b>	<b>106</b>	<b>101</b>	<b>93</b>	<b>100</b>
Norge	103	91	85	77	86
Andre land	20	15	15	16	14
<b>BROWN ALE</b>	<b>59</b>	<b>55</b>	<b>44</b>	<b>35</b>	<b>36</b>
Norge	46	47	38	31	30
Andre land	13	9	6	4	7
<b>RED/AMBER</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>25</b>	<b>31</b>
<b>SAKE</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
<b>MJØD</b>	<b>27</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>22</b>
<b>SCOTCH ALE</b>	<b>23</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>17</b>
<b>TOTALT</b>	<b>4 161</b>	<b>3 463</b>	<b>3 519</b>	<b>3 688</b>	<b>3 893</b>
<b>TOTALSUM</b>	<b>3 872</b>	<b>4 161</b>	<b>3 463</b>	<b>3 519</b>	<b>3 688</b>

## Butikkenes omsetning

Butikkenes omsetning i 2025 i 1000 kroner og liter							
BUTIKK- NAVN	BRUTTO OMSETNING I 1.000 NOK	VARELITER TOTALT	BRENNE- VIN	STERKVIN	SVAKVIN	ØL	ALKO- HOLFRIIT
Aksdal	50 545	204 808	28 676	555	166 389	6 611	2 578
Alta	109 472	408 563	71 948	1 310	309 357	19 687	6 261
Alver	108 955	447 755	67 309	1 556	355 891	16 282	6 717
Knarvik	97 259	400 267	59 170	1 395	318 584	14 777	6 342
Radøy	11 696	47 488	8 139	161	37 307	1 505	375
Andenes	22 361	85 726	16 649	304	64 270	3 272	1 231
Arendal	158 600	639 697	77 881	3 586	529 399	20 256	8 575
Asker	455 300	1 846 361	152 668	9 425	1 575 108	71 934	37 226
Asker	150 336	594 310	46 899	3 228	498 004	32 138	14 040
Holmen Senter	155 322	624 680	40 188	3 371	551 332	17 545	12 244
Slemmestad	92 846	387 619	37 357	1 647	325 892	15 603	7 118
Sætre	37 937	159 915	18 699	792	133 173	4 620	2 629
Tofte	18 860	79 838	9 524	386	66 706	2 027	1 194
Askvoll	14 219	57 302	9 831	223	43 213	2 931	1 104
Askøy	75 908	307 964	41 165	1 263	249 700	10 955	4 881
Aurland, åpnet 20. juni	4 462	17 209	3 233	75	12 265	1 180	457
Austevoll	18 853	76 896	8 716	247	64 053	2 905	974
Bagn	20 960	83 343	12 130	450	66 739	2 985	1 038
Bardufoss	41 324	157 363	29 856	445	115 981	9 080	2 001
Beitostølen	27 903	104 731	11 255	632	86 801	3 842	2 202
Bergen	1 363 140	5 325 549	601 566	23 304	4 359 910	246 522	94 248
Arna	55 840	228 673	32 065	725	182 507	9 505	3 872
Bergen Storsenter	173 803	659 831	90 006	3 176	494 323	60 421	11 905
Fyllingsdalen	117 268	481 869	49 735	2 489	402 491	18 976	8 178
Lagunen	175 928	694 222	67 262	2 501	585 728	26 302	12 429
Laksevåg	56 697	231 163	30 100	898	187 371	9 116	3 679
Nesttun	110 291	449 601	44 328	1 990	377 462	16 279	9 542
Sletten	128 143	509 087	45 686	2 686	425 856	23 234	11 624
Valkendorfs- gate	181 428	585 117	70 897	2 652	477 691	24 010	9 868
Vestkanten	121 641	485 096	65 443	2 433	393 432	16 513	7 275
Åsane	113 046	466 611	50 607	1 693	389 409	18 262	6 642
Åsane Horisont	129 053	534 278	55 437	2 060	443 641	23 904	9 235
Bjørkelangen	40 042	150 168	30 995	1 056	110 516	5 365	2 236
Bjørnafjorden	87 457	355 977	46 509	1 179	291 922	11 604	4 764
Eikelandsosen	9 701	38 760	5 884	198	30 924	1 284	470
Os	77 756	317 217	40 625	981	260 998	10 320	4 294
Bodø	312 758	1 227 323	158 987	4 763	976 188	64 575	22 809
City Nord	169 682	657 456	84 693	2 608	519 704	38 378	12 074
Hunstad	69 729	286 416	36 597	963	230 683	13 451	4 722

Sentrum	73 347	283 450	37 697	1 192	225 801	12 746	6 014
Brattvåg	14 700	58 515	10 526	279	42 994	3 960	755
Brokelandsheia	49 990	206 872	24 844	904	171 405	6 894	2 825
Bruhagen	17 089	63 377	11 643	546	47 273	2 861	1 053
Bryne	76 468	291 177	42 661	1 418	227 501	14 706	4 891
Brønnøysund	44 548	168 436	30 942	811	126 662	6 776	3 246
Buvika	22 592	89 866	15 700	465	67 634	4 807	1 261
Bærum	642 380	2 526 852	194 404	14 349	2 180 451	93 181	44 466
Bekkestua	133 311	492 621	32 187	3 137	425 158	21 716	10 423
Bærums Verk	39 432	162 799	11 631	802	141 429	6 013	2 924
Fornebu	93 478	351 162	19 818	1 642	312 294	10 774	6 635
Kolsås	149 036	626 707	52 661	3 640	538 707	22 746	8 953
Sandvika	136 678	527 852	56 150	3 032	439 001	21 325	8 345
Østerås	90 445	365 711	21 958	2 097	323 861	10 608	7 187
Bø i Telemark	46 096	181 088	30 731	1 155	138 710	7 942	2 549
Bø i Vesterålen	8 917	35 092	7 141	130	25 604	1 520	697
Bømlo	31 053	130 923	18 697	515	103 292	6 182	2 237
Båtsfjord	11 938	43 829	10 283	319	30 368	2 342	517
Dokka	35 353	136 725	28 508	975	98 345	7 338	1 559
Dombås	22 814	86 190	16 927	344	63 492	4 460	968
Drammen	430 496	1 715 954	221 366	11 278	1 385 979	69 798	27 532
Bragernes	67 781	271 669	34 480	1 918	221 989	8 953	4 329
CC	145 189	574 115	68 344	3 791	470 651	21 676	9 653
Krokstadelva	107 110	432 703	65 951	2 896	340 178	16 831	6 847
Strømsø	82 650	317 947	37 297	1 865	254 320	19 280	5 186
Svelvik	27 766	119 520	15 294	808	98 841	3 057	1 518
Drangedal	17 494	70 349	12 572	242	53 261	3 051	1 222
Drøbak	67 347	284 211	24 254	1 526	246 123	6 922	5 386
Egersund	61 587	241 113	40 671	1 033	186 614	9 033	3 763
Eggedal	11 311	42 852	6 243	225	34 517	1 322	545
Eidsvoll	96 347	381 708	62 851	2 411	292 123	17 214	7 109
Eidsvoll	33 374	132 672	21 071	970	102 630	5 551	2 450
Råholt	62 973	249 037	41 781	1 441	189 493	11 663	4 659
eLager	131 631	424 268	54 443	2 969	343 227	12 024	11 604
Elnesvågen	32 684	126 577	23 907	860	93 517	6 475	1 817
Elverum	97 351	373 223	67 338	2 428	282 701	15 930	4 826
Etne	22 714	92 913	13 999	353	73 932	3 315	1 314
Evenskjer	25 261	99 925	18 136	511	76 410	3 764	1 104
Evje	32 446	130 079	24 502	467	97 582	6 161	1 367
Fagernes	72 036	282 177	46 963	1 896	219 939	8 683	4 696
Farsund	38 447	156 293	22 503	955	124 857	5 495	2 483
Fauske	59 862	233 302	42 532	754	178 068	8 573	3 376
Finnsnes	79 553	304 888	54 967	1 005	230 263	14 482	4 172
Fitjar	9 237	36 841	5 688	72	29 645	1 152	284
Fjerdingsby	24 297	97 929	11 918	449	80 480	3 797	1 285
Flekkefjord	34 559	140 262	21 934	462	111 847	4 036	1 983
Flisa	38 057	135 144	33 958	827	93 509	4 781	2 069

Flå	16 684	64 043	8 784	281	50 944	2 902	1 133
Fosnavåg	21 096	83 562	13 679	459	65 143	3 499	783
Fredrikstad	246 002	946 155	131 975	6 237	759 445	35 074	13 423
Værstetorvet	135 001	505 411	66 974	3 304	406 455	19 943	8 735
Østsidan	111 000	440 744	65 001	2 933	352 990	15 131	4 688
Froland	49 862	213 001	31 939	914	171 617	6 291	2 241
Frosta	12 005	46 244	9 101	234	35 000	1 418	490
Frøya	25 650	90 489	21 916	543	63 311	3 441	1 277
Færder	213 298	867 097	75 774	4 069	756 357	18 424	12 473
Nøtterøy	162 008	651 723	56 997	3 002	569 004	13 540	9 179
Tjøme	51 290	215 374	18 777	1 067	187 353	4 884	3 294
Førde	94 164	361 416	61 943	1 508	275 985	16 993	4 987
Gausdal	25 998	102 685	16 734	470	81 183	2 999	1 299
Geilo	57 185	211 882	19 957	826	180 874	6 771	3 454
Gjerdrum	23 100	90 433	13 873	477	70 731	4 242	1 110
Gjøvik	131 445	508 009	77 709	3 348	400 799	18 807	7 346
Gol	54 019	212 525	30 201	1 073	167 882	9 327	4 041
Gran	71 302	277 054	47 938	2 124	211 946	10 164	4 883
Grimstad	77 585	325 128	37 636	1 425	270 120	11 592	4 356
Grong	20 187	74 946	16 952	507	53 843	2 839	805
Halden	64 564	252 541	42 367	1 532	194 148	11 276	3 217
Hamar	209 767	798 295	103 090	4 330	649 441	29 324	12 109
Hammerfest	51 944	191 541	37 162	506	142 992	7 244	3 637
Harstad	126 939	489 958	75 492	2 043	381 201	22 400	8 822
Haugesund	113 287	446 124	62 207	1 784	361 036	15 362	5 735
Hemsedal	29 608	105 414	12 406	433	86 090	4 233	2 253
Herøy	9 057	34 443	6 809	180	25 989	1 118	347
Hitra	26 887	100 132	21 748	645	71 529	4 945	1 264
Hokksund	72 307	282 021	48 819	1 499	218 127	9 874	3 702
Holmestrand	95 372	386 086	53 632	2 348	312 702	12 421	4 983
Holmestrand	47 678	192 171	26 893	1 206	154 033	6 892	3 147
Sande	47 694	193 915	26 739	1 142	158 668	5 528	1 836
Honningsvåg	18 378	68 878	13 894	183	51 897	2 085	818
Horten	160 122	662 467	81 924	4 338	547 158	18 840	10 207
Horten	85 336	345 565	47 787	2 292	278 535	11 098	5 852
Åsgårdstrand	74 785	316 902	34 137	2 047	268 622	7 742	4 354
Hov	18 736	76 051	12 028	590	59 256	3 094	1 083
Hovden	15 391	58 188	6 723	196	48 353	1 905	1 011
Hvaler	26 537	110 101	11 675	537	94 067	2 631	1 191
Hønefoss	98 493	390 784	59 374	2 910	306 809	15 301	6 390
Høyanger	10 654	41 618	7 628	218	31 318	1 928	526
Inderøy	17 179	64 498	12 599	231	48 131	2 667	869
Indre Østfold	131 403	513 834	95 238	2 991	386 339	22 161	7 106
Askim	88 521	348 446	61 828	1 972	264 357	15 478	4 810
Mysen	42 882	165 389	33 410	1 018	121 982	6 683	2 296
Jevnaker	32 469	131 822	21 598	863	102 317	5 442	1 602
Jørpeland	47 862	192 433	30 838	805	148 716	9 298	2 775
Karmøy	195 458	784 694	112 392	2 946	631 613	27 391	10 353
Kopervik	68 554	269 183	45 096	1 032	209 235	10 028	3 794

<i>Oasen</i>	126 904	515 511	67 296	1 915	422 378	17 363	6 559
<b>Kautokeino</b>	<b>3 894</b>	<b>13 635</b>	<b>3 827</b>	<b>29</b>	<b>9 212</b>	<b>431</b>	<b>136</b>
<b>Kinn</b>	<b>75 951</b>	<b>283 719</b>	<b>54 334</b>	<b>1 196</b>	<b>210 654</b>	<b>12 888</b>	<b>4 647</b>
<i>Florø</i>	47 933	178 598	33 933	810	131 759	9 019	3 078
<i>Måløy</i>	28 019	105 121	20 401	387	78 895	3 869	1 569
<b>Kirkenes</b>	<b>58 873</b>	<b>210 549</b>	<b>35 363</b>	<b>925</b>	<b>161 348</b>	<b>9 239</b>	<b>3 673</b>
<b>Kjøllefjord</b>	<b>8 066</b>	<b>27 725</b>	<b>7 862</b>	<b>119</b>	<b>18 150</b>	<b>1 363</b>	<b>232</b>
<b>Klepp</b>	<b>86 295</b>	<b>348 441</b>	<b>51 409</b>	<b>1 379</b>	<b>274 566</b>	<b>15 839</b>	<b>5 249</b>
<b>Kongsberg</b>	<b>112 584</b>	<b>445 759</b>	<b>61 876</b>	<b>2 700</b>	<b>354 253</b>	<b>19 534</b>	<b>7 397</b>
<b>Kongsvinger</b>	<b>46 899</b>	<b>168 864</b>	<b>34 415</b>	<b>1 361</b>	<b>121 452</b>	<b>8 564</b>	<b>3 072</b>
<b>Koppang</b>	<b>12 066</b>	<b>45 570</b>	<b>9 936</b>	<b>243</b>	<b>33 235</b>	<b>1 512</b>	<b>644</b>
<b>Korgen</b>	<b>13 096</b>	<b>50 230</b>	<b>10 099</b>	<b>340</b>	<b>36 861</b>	<b>2 284</b>	<b>646</b>
<b>Kragerø</b>	<b>67 149</b>	<b>269 237</b>	<b>28 967</b>	<b>1 169</b>	<b>227 741</b>	<b>6 745</b>	<b>4 614</b>
<b>Kristiansand</b>	<b>462 287</b>	<b>1 888 482</b>	<b>206 818</b>	<b>8 478</b>	<b>1 583 142</b>	<b>62 871</b>	<b>27 172</b>
<i>Lillemarkens</i>	169 055	650 851	72 856	2 741	538 003	27 992	9 259
<i>Søgne</i>	68 339	287 940	34 030	1 580	240 531	7 845	3 954
<i>Sørlands-senteret</i>	145 170	603 992	65 756	2 803	509 671	16 882	8 879
<i>Vågsbygd</i>	79 724	345 699	34 176	1 354	294 938	10 153	5 078
<b>Kristiansund</b>	<b>141 944</b>	<b>548 188</b>	<b>92 175</b>	<b>2 818</b>	<b>415 518</b>	<b>30 056</b>	<b>7 621</b>
<i>Futura</i>	84 215	322 527	55 601	1 689	240 413	20 221	4 603
<i>Sentrum</i>	57 728	225 661	36 574	1 129	175 105	9 835	3 018
<b>Kvinesdal</b>	<b>14 031</b>	<b>56 909</b>	<b>11 536</b>	<b>265</b>	<b>42 652</b>	<b>2 068</b>	<b>389</b>
<b>Kvinnherad</b>	<b>46 211</b>	<b>189 608</b>	<b>27 747</b>	<b>1 044</b>	<b>151 603</b>	<b>6 526</b>	<b>2 688</b>
<i>Husnes</i>	36 009	146 266	23 232	940	114 257	5 654	2 183
<i>Rosendal</i>	10 203	43 341	4 515	104	37 345	872	506
<b>Kyrksæterøra</b>	<b>20 351</b>	<b>77 732</b>	<b>16 100</b>	<b>355</b>	<b>56 758</b>	<b>3 692</b>	<b>826</b>
<b>Lakselv</b>	<b>28 763</b>	<b>21 534</b>	<b>447</b>	<b>78 517</b>	<b>6 303</b>	<b>1 311</b>	<b>1 311</b>
<b>Langevåg</b>	<b>23 235</b>	<b>94 627</b>	<b>14 702</b>	<b>337</b>	<b>74 001</b>	<b>4 683</b>	<b>904</b>
<b>Larvik</b>	<b>202 425</b>	<b>831 756</b>	<b>96 794</b>	<b>5 413</b>	<b>697 898</b>	<b>20 430</b>	<b>11 221</b>
<i>Larvik sentrum</i>	128 629	517 943	64 864	3 835	427 316	14 437	7 490
<i>Stavern</i>	73 796	313 814	31 930	1 578	270 581	5 993	3 731
<b>Leknes</b>	<b>66 635</b>	<b>252 796</b>	<b>46 320</b>	<b>1 095</b>	<b>189 763</b>	<b>10 569</b>	<b>5 049</b>
<b>Lena</b>	<b>46 413</b>	<b>173 921</b>	<b>35 384</b>	<b>1 232</b>	<b>130 461</b>	<b>4 809</b>	<b>2 035</b>
<b>Levanger</b>	<b>73 430</b>	<b>290 006</b>	<b>49 991</b>	<b>1 445</b>	<b>220 586</b>	<b>14 070</b>	<b>3 914</b>
<b>Liertoppen</b>	<b>106 851</b>	<b>435 245</b>	<b>51 610</b>	<b>2 149</b>	<b>357 413</b>	<b>17 389</b>	<b>6 684</b>
<b>Lillehammer</b>	<b>125 744</b>	<b>495 182</b>	<b>61 249</b>	<b>2 659</b>	<b>395 056</b>	<b>27 653</b>	<b>8 565</b>
<b>Lillesand</b>	<b>57 096</b>	<b>245 152</b>	<b>25 621</b>	<b>947</b>	<b>207 214</b>	<b>7 879</b>	<b>3 491</b>
<b>Lillestrøm</b>	<b>368 712</b>	<b>1 433 245</b>	<b>200 213</b>	<b>7 390</b>	<b>1 135 808</b>	<b>67 126</b>	<b>22 709</b>
<i>Fetsund</i>	34 792	137 383	20 851	809	108 506	5 505	1 711
<i>Lillestrøm</i>	91 401	343 092	48 098	1 880	272 004	15 465	5 644
<i>Skedsmo-korset</i>	84 210	336 157	43 157	1 740	270 403	16 233	4 625
<i>Strømmen</i>	124 944	484 712	67 214	2 430	383 599	23 025	8 444
<i>Sørumsand</i>	33 365	131 901	20 892	530	101 296	6 898	2 285
<b>Lom</b>	<b>18 138</b>	<b>66 779</b>	<b>13 984</b>	<b>391</b>	<b>48 108</b>	<b>3 361</b>	<b>934</b>
<b>Lonevåg</b>	<b>14 257</b>	<b>55 953</b>	<b>9 786</b>	<b>250</b>	<b>42 881</b>	<b>2 042</b>	<b>994</b>

Luster	7 821	29 421	6 123	147	21 543	983	625
Lyngdal	43 185	177 889	30 494	685	138 896	5 878	1 936
Lyngen	11 466	41 695	7 702	220	31 599	1 820	354
Lødingen	11 370	43 957	8 114	221	33 307	1 525	788
Lørenskog	165 474	660 211	84 190	3 538	529 458	31 747	11 279
Metro	86 077	343 578	44 563	2 054	278 351	12 870	5 740
Triaden	79 397	316 633	39 627	1 484	251 106	18 877	5 539
Løten	25 683	98 074	19 714	691	73 174	3 351	1 144
Malvik	48 664	192 103	29 508	637	148 249	11 400	2 308
Mandal	75 593	305 573	42 780	1 240	249 101	8 420	4 031
Melhus	47 187	178 523	33 600	845	131 816	9 486	2 776
Mo i Nord-Odal	7 110	27 055	6 104	168	19 568	876	339
Mo i Rana	132 238	509 791	90 806	2 150	389 157	19 767	7 910
Molde	146 783	581 579	79 739	2 882	453 744	36 581	8 632
Mosjøen	68 992	260 716	50 130	917	195 081	11 098	3 490
Moss	256 057	1 014 625	124 889	6 177	834 431	34 204	14 924
Moss sentrum	81 516	339 706	42 096	2 585	279 142	10 725	5 159
Rygge	174 541	674 918	82 794	3 592	555 290	23 478	9 765
Myre	20 735	81 893	14 172	257	62 636	2 889	1 940
Namsos	82 216	307 006	62 379	1 799	226 134	12 170	4 523
Nannestad	28 113	113 431	19 968	733	86 237	5 433	1 059
Narvik	104 269	399 858	69 676	1 781	307 263	16 090	5 049
Nesbyen	21 785	85 491	11 335	483	69 918	2 427	1 327
Nesna	7 089	26 684	6 108	104	18 861	1 363	247
Nesodden	80 534	327 646	24 100	2 044	280 920	13 403	7 179
Nittedal	65 140	267 177	30 916	1 346	216 751	13 283	4 881
Nordfjordeid	37 103	145 095	23 999	489	111 533	6 706	2 368
Nordre Follo	231 761	924 306	90 566	5 291	767 256	40 570	20 623
Kolbotn	104 703	426 736	33 163	2 501	363 749	16 469	10 853
Ski	127 058	497 570	57 402	2 790	403 507	24 101	9 770
Noresund	17 072	62 325	10 812	607	47 477	2 382	1 047
Norheimsund	34 555	137 728	17 622	531	111 370	5 385	2 821
Notodden	63 896	245 286	42 556	1 110	189 616	8 709	3 296
Nærbø	45 223	168 069	31 486	640	124 667	9 239	2 037
Nærøysund	45 259	155 335	42 177	816	104 854	5 105	2 385
Kolvereid	16 420	56 116	15 697	395	37 143	2 129	752
Rørvik	28 840	99 219	26 480	420	67 711	2 976	1 633
Odda	44 166	169 538	30 926	678	126 941	8 329	2 663
Oppdal	64 250	247 152	36 641	1 203	195 701	9 678	3 928
Orkanger	98 863	371 983	73 152	2 203	275 658	16 593	4 376
Oslo	3 581 060	12 715 174	1 170 699	75 126	10 633 355	561 137	274 858
Aker Brygge	194 442	448 216	28 450	2 137	379 236	29 920	8 472

Alna	78 166	290 191	36 149	1 347	229 217	17 687	5 791
Bjørsvika	42 591	139 236	9 454	667	118 775	5 969	4 372
Briskeby	83 587	277 589	17 950	1 882	244 944	7 543	5 270
Bryn	71 827	283 732	23 899	1 622	239 742	12 220	6 250
Bøler	52 600	220 517	23 522	1 216	179 431	11 757	4 593
Carl Berner	68 757	241 382	25 907	1 589	196 588	11 024	6 275
CC Vest	306 737	1 083 169	55 730	7 373	971 473	26 550	22 043
Frogner	140 110	507 935	36 244	3 432	442 976	15 306	9 977
Grorud	112 535	380 663	23 529	2 033	338 129	9 327	7 646
Grünerløkka	62 578	241 745	43 068	1 755	182 495	10 689	3 738
Grønland Basar	101 565	370 870	36 626	2 376	304 312	17 498	10 058
Hasle Torg	75 875	286 762	39 568	1 464	223 864	15 288	6 577
Holmlia	92 798	353 562	30 969	1 437	291 657	19 552	9 948
Kiellandsplass	44 948	187 183	21 595	1 018	152 040	8 354	4 177
Lambertseter	97 917	363 217	31 378	1 959	307 946	13 392	8 541
Linderud	166 402	643 015	47 205	3 746	555 777	23 482	12 804
Majorstuen	78 047	305 455	38 507	1 940	243 200	15 479	6 329
Manglerud	77 691	316 422	28 955	1 560	266 838	12 986	6 083
Mortensrud	41 356	167 565	24 337	742	132 321	7 436	2 730
Nydalen	44 090	167 200	14 950	778	139 064	7 736	4 672
Oslo City	173 954	626 770	88 589	4 092	460 720	61 093	12 276
Oslo S	123 964	463 933	68 867	2 373	364 141	21 720	6 832
Paleet	75 996	270 400	26 112	1 264	223 094	12 770	7 159
Røa	122 533	477 599	31 485	3 848	418 913	13 863	9 490
Sandaker	118 935	458 428	42 385	3 158	380 308	20 208	12 369
Skøyen	248 611	599 096	35 261	3 356	530 480	18 069	11 930
Steen & Strøm	59 722	214 183	18 498	1 060	179 149	8 573	6 904
Storo	154 001	552 077	46 123	3 456	448 685	38 401	15 412
Stovner	66 044	262 971	46 852	1 343	199 447	12 096	3 234
Tveita	98 722	393 349	50 172	2 412	314 621	18 229	7 915
Ullevaal Stadion	125 907	469 406	29 607	2 819	405 942	19 144	11 894
Valkyrien	89 154	358 464	30 483	1 372	311 184	9 403	6 022
Vinderen	88 901	292 875	18 271	2 501	256 647	8 376	7 079
<b>Otta</b>	<b>31 761</b>	<b>121 918</b>	<b>22 899</b>	<b>573</b>	<b>89 964</b>	<b>7 013</b>	<b>1 469</b>
<b>Overhalla, åpnet 15. mai</b>	<b>5 866</b>	<b>22 248</b>	<b>4 543</b>	<b>104</b>	<b>15 938</b>	<b>1 119</b>	<b>544</b>
Porsgrunn	149 846	582 838	80 345	3 052	471 975	19 436	8 031
Down Town	86 058	320 556	42 225	1 899	259 217	12 073	5 142
Jernbanegata	63 789	262 283	38 120	1 153	212 758	7 363	2 888
Rakkestad	18 976	71 901	15 168	467	52 001	3 083	1 183
Randaberg	63 041	263 251	29 855	1 032	217 106	11 405	3 853

Raufoss	53 358	205 536	38 699	1 231	154 478	8 402	2 727
Rena	25 886	97 999	18 613	490	74 827	3 082	989
Ringebu	31 520	119 638	18 769	674	94 171	3 758	2 266
Ringsaker	149 400	590 021	97 434	3 467	462 898	19 158	7 065
<i>Brumunddal</i>	58 487	233 379	39 302	1 642	183 593	6 354	2 488
<i>Moelv</i>	34 975	139 673	23 714	702	108 704	4 495	2 058
<i>Rudshøgda</i>	55 938	216 970	34 417	1 123	170 601	8 309	2 519
Rissa	22 974	84 980	19 656	495	60 493	3 396	940
Risør	32 325	138 155	12 123	600	120 046	2 634	2 753
Rjukan	26 189	99 605	16 385	528	77 248	3 579	1 864
Rognan	21 619	82 943	16 941	354	61 976	2 662	1 011
Rødberg	12 868	46 825	9 418	419	35 292	1 105	591
Røros	43 194	161 115	28 764	805	121 519	7 607	2 421
Samnanger, åpnet 14. mars	8 998	37 875	4 442	121	31 053	1 540	719
Sandane	22 037	85 885	14 702	296	65 610	3 878	1 400
Sandefjord	322 988	1 266 113	143 333	7 523	1 063 039	33 876	18 342
<i>Andebu</i>	22 433	87 937	16 346	736	66 908	2 930	1 017
<i>Sandefjord sentrum</i>	234 229	900 812	94 174	5 128	767 265	21 604	12 641
<i>Stokke</i>	66 327	277 363	32 813	1 659	228 866	9 341	4 684
Sandnes	376 924	1 361 531	164 471	6 091	1 064 594	107 040	19 335
<i>Kvadrat</i>	172 734	646 790	75 201	2 531	485 923	73 842	9 294
<i>Sandnes sentrum</i>	204 190	714 741	89 270	3 561	578 671	33 198	10 041
Sandnessjøen	49 584	188 364	34 777	849	144 015	6 208	2 515
Sarpsborg	156 953	600 147	104 411	3 244	453 147	31 172	8 173
<i>Borg</i>	102 675	392 965	64 251	2 115	300 165	21 451	4 982
<i>Storbyen</i>	54 278	207 182	40 160	1 129	152 981	9 721	3 191
Sauda	22 309	89 461	14 719	340	70 300	2 699	1 402
Selbu	15 466	56 792	13 159	337	40 266	2 290	741
Seljord	29 482	112 940	22 177	498	85 154	4 039	1 072
Setermoen	18 059	66 757	12 921	256	49 673	2 920	988
Sjøvegan	14 097	55 059	10 689	197	41 723	1 853	597
Skarnes	28 551	111 905	21 577	659	85 024	3 298	1 347
Skien	210 072	861 126	116 389	5 116	701 038	28 145	10 439
<i>Gråtenmoen</i>	122 484	507 312	67 240	2 927	415 495	15 860	5 790
<i>Lietorvet</i>	87 588	353 814	49 148	2 189	285 542	12 285	4 649
Skjervøy	9 873	36 656	7 262	159	26 367	2 125	743
Smøla	7 776	29 256	6 084	161	21 339	1 291	380
Sogndal	51 941	203 114	35 178	810	154 544	9 229	3 354
Sola	128 930	517 558	65 197	1 842	417 550	25 601	7 368
<i>Solakrossen</i>	94 748	379 063	48 250	1 414	305 302	18 795	5 302
<i>Tananger</i>	34 182	138 495	16 947	428	112 249	6 806	2 066
Sortland	80 424	312 719	53 110	1 069	237 631	13 840	7 068

Stange	39 973	158 814	28 066	1 488	121 658	5 918	1 684
Stathelle	81 799	333 549	43 804	1 450	273 211	10 984	4 099
Stavanger	609 002	2 399 612	252 739	11 384	1 979 074	115 010	41 405
Herbarium	88 739	325 917	35 975	1 737	263 903	18 373	5 930
Hillevåg	141 633	586 253	58 605	2 644	491 862	23 984	9 157
Hinna	54 710	214 578	19 218	788	180 670	10 557	3 345
Madla	135 295	539 456	51 386	2 554	453 051	22 435	10 030
Tasta	64 606	277 822	26 580	1 102	232 781	13 007	4 352
Verksgata	124 020	455 586	60 975	2 558	356 807	26 655	8 591
Steigen	14 878	56 145	11 022	296	41 305	2 470	1 052
Steinkjer	115 402	427 707	90 752	2 199	310 679	18 961	5 117
Stjørdal	101 240	393 101	72 402	1 947	292 302	20 681	5 768
Stokmarknes	32 938	133 320	20 827	534	103 445	5 662	2 851
Stord	83 992	330 689	45 006	1 214	267 602	11 580	5 288
Storslett	33 609	125 758	25 554	518	92 200	5 644	1 842
Storsteinnes	21 220	80 354	16 249	162	57 416	5 762	764
Stranda	17 966	70 044	11 428	294	53 948	3 625	749
Stryn	37 184	143 286	23 160	616	108 519	8 776	2 215
Støren	29 808	106 045	26 718	451	73 199	4 493	1 185
Suldal	9 531	37 916	6 342	211	29 390	1 487	486
Sunnalsøra	40 631	153 378	29 239	860	114 375	7 130	1 775
Surnadal	27 918	105 786	21 594	529	76 210	5 470	1 983
Sveio	13 397	54 895	7 695	143	44 504	1 793	760
Svolvær	62 065	248 480	33 837	1 082	195 814	11 553	6 194
Sykkylven	26 778	106 824	16 742	392	82 153	5 979	1 558
Tromsø	462 870	1 802 336	224 390	6 853	1 416 752	121 911	32 431
Langnes	227 074	869 497	104 569	3 196	681 117	64 127	16 488
Tromsø sentrum	124 494	472 106	62 551	2 417	367 079	30 997	9 063
Tromsdalen	111 302	460 734	57 270	1 240	368 556	26 787	6 880
Trondheim	990 619	3 786 737	523 007	19 254	2 965 086	218 145	61 245
Byhaven	53 887	204 681	29 511	1 220	158 390	10 985	4 575
Byåsen	83 137	334 696	36 303	1 908	271 978	18 697	5 810
City Syd	142 594	555 329	90 756	2 443	422 899	31 570	7 661
Heimdal	70 499	281 078	49 137	1 356	214 397	13 160	3 028
Lade	143 300	562 388	70 677	2 578	451 203	29 133	8 798
Nedre Elvehavn	88 639	329 387	44 864	1 702	260 688	16 701	5 432
Sirkus Shopping	97 280	384 024	49 196	1 825	301 512	23 822	7 669
Trondheim Torg	127 935	469 564	81 158	2 963	334 838	42 366	8 237
Valentinlyst	183 350	665 589	71 404	3 259	549 180	31 711	10 035
Trysil	42 240	155 023	26 543	907	116 802	8 080	2 690

Tvedestrand	56 764	237 636	26 955	1 190	199 105	6 630	3 757
Tynset	42 127	160 816	31 493	785	118 222	7 524	2 792
Tysnes	12 464	52 550	6 853	108	43 212	1 776	601
Tønsberg	204 369	815 665	102 801	4 784	665 036	29 208	13 837
Re	66 053	266 294	38 644	1 753	212 784	8 718	4 396
Tønsberg	138 316	549 371	64 156	3 031	452 253	20 490	9 441
Ulefoss	13 288	53 315	9 397	302	41 591	1 606	419
Ullensaker	164 268	647 759	97 042	3 297	505 490	31 281	10 649
Jessheim	102 143	400 092	60 329	1 944	312 164	18 684	6 971
Kløfta	62 125	247 667	36 713	1 352	193 326	12 598	3 678
Ulsteinvik	55 618	212 512	37 663	805	160 129	10 834	3 081
Vadsø	32 528	127 869	21 968	497	98 087	4 965	2 352
Vanylven	6 113	23 935	5 003	103	17 624	978	228
Vardø	9 501	33 306	8 614	182	22 844	1 370	296
Vennesla	38 162	157 414	26 089	444	122 654	6 826	1 400
Verdal	50 974	187 538	42 781	815	132 954	8 804	2 184
Vestby	105 795	437 487	48 024	2 195	362 064	17 432	7 772
Son	33 896	141 253	11 908	794	122 260	3 874	2 417
Vestby	71 898	296 234	36 116	1 400	239 804	13 558	5 356
Vestnes	22 851	88 691	16 289	434	62 892	7 639	1 436
Vik i Hole	34 734	145 186	17 040	981	120 909	4 277	1 979
Vik i Sogn	7 266	29 661	5 233	119	21 559	2 579	170
Vikersund	45 899	182 754	32 154	1 143	138 360	8 418	2 678
Vinje	19 319	73 483	13 387	409	55 619	3 094	974
Vinstra	47 591	176 314	34 130	935	131 328	6 633	3 288
Volda	35 207	144 082	20 962	531	113 717	7 049	1 823
Voss	83 027	330 927	44 969	1 546	264 874	14 182	5 357
Vågå	14 676	55 406	10 893	295	40 573	2 686	958
Ytre Enebakk	26 668	106 539	17 106	569	83 531	4 047	1 285
Ølen	23 012	87 826	18 853	499	63 102	4 161	1 211
Ørland	51 179	193 038	37 930	1 153	140 663	10 046	3 246
Bjugn	15 169	57 809	11 781	276	42 059	3 065	628
Brekstad	36 010	135 229	26 149	876	98 604	6 981	2 619
Ørnes	29 248	112 110	21 955	509	81 108	6 361	2 178
Ørsta	37 026	152 091	21 912	435	120 600	7 180	1 964
Øyer	53 129	198 632	27 203	970	159 631	7 699	3 130
Øygarden	111 257	453 570	64 996	1 530	364 257	16 537	6 252
Sotra	93 362	380 574	52 646	1 370	307 206	13 746	5 606
Sund	17 896	72 996	12 350	159	57 051	2 790	646
Åfjord	17 860	69 007	13 331	313	52 228	2 202	933
Ål	18 696	76 736	9 876	359	62 186	2 385	1 930

Ålesund	344 178	1 331 863	179 457	5 329	1 059 542	69 440	18 096
Digerneset	69 660	286 579	39 838	894	226 123	15 958	3 767
Moa	183 273	695 256	89 303	3 024	553 550	39 947	9 432
Ålesund sentrum	91 244	350 027	50 315	1 411	279 868	13 535	4 898
Ålgård	57 472	236 235	32 069	991	187 457	11 943	3 775
Åndalsnes	30 690	119 668	20 232	541	90 877	5 726	2 292
Årdal	18 154	69 030	13 034	251	51 783	2 722	1 239
Årnes	50 254	194 711	32 536	1 142	149 623	7 430	3 980
Ås	157 924	657 988	68 499	3 471	548 608	26 717	10 694
Vinterbro	118 052	498 619	48 842	2 590	421 678	18 274	7 235
Ås	39 872	159 369	19 656	882	126 929	8 443	3 459
<b>TOTALT</b>	<b>23 320 650</b>	<b>90 047 468</b>	<b>11 941 767</b>	<b>460 452</b>	<b>72 263 244</b>	<b>3 892 615</b>	<b>1 489 389</b>

## Grossistenes markedsandel, totalt

Grossistenes markedsandel i 2025, totalt salg, 1000 liter		
GROSSIST	1.000 LITER	ANDEL
Arcus Wine Brands AS	4 451	4,9 %
Fondberg AS	3 258	3,6 %
VCT Norway AS	2 584	2,9 %
Grape Company AS	2 566	2,8 %
Arcus Norway AS	2 511	2,8 %
Moestue Grape Selections AS	2 505	2,8 %
Concha y Toro Norway AS	2 408	2,7 %
Engelstad Spirits AS	2 180	2,4 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 084	2,3 %
Robert Prizelius AS	2 036	2,3 %
Best Cellars AS	1 939	2,2 %
Winery AS	1 790	2,0 %
Symposium Wines AS	1 755	1,9 %
Wongraven Wines AS	1 460	1,6 %
Exciting Wines AS	1 449	1,6 %
Andre grossister	55 071	61,2 %
<b>TOTALT</b>	<b>90 047</b>	<b>100 %</b>

Grossistenes markedsandel, brennevin <sup>1</sup>

Grossistenes markedsandel i 2025, totalt salg, 1000 liter		
GROSSIST	1.000 LITER	ANDEL
Arcus Norway AS	2 486	20,8 %
Engelstad Spirits AS	1 821	15,2 %
Brand Partners AS	1 246	10,4 %
Robert Prizelius AS	1 085	9,1 %
Galatea Beverages AS	871	7,3 %
Altia Norway AS	793	6,6 %
Just Drinks AS	474	4,0 %
Bacardi Norge AS	341	2,9 %
Spivi AS	279	2,3 %
Det Norske Brenneri AS	239	2,0 %
Bache-Gabrielsen Norge AS	209	1,7 %
Distillium AS	193	1,6 %
Edrington Norway AS	176	1,5 %
Brand By Marked AS	149	1,2 %
Interbrands Spirits Norway AS	132	1,1 %
Andre grossister	1 446	12,1 %
<b>TOTALT</b>	<b>11 942</b>	<b>100 %</b>

Grossistenes markedsandel, svakvin <sup>3</sup>

Grossistenes markedsandel i 2025, totalt salg, 1000 liter		
GROSSIST	1.000 LITER	ANDEL
Arcus Wine Brands AS	4 431	6,1 %
Fondberg AS	3 140	4,3 %
VCT Norway AS	2 584	3,6 %
Grape Company AS	2 531	3,5 %
Moestue Grape Selections AS	2 441	3,4 %
Concha y Toro Norway AS	2 408	3,3 %
Treasury Wine Estates Norway AS	2 084	2,9 %
Best Cellars AS	1 890	2,6 %
Winery AS	1 790	2,5 %
Symposium Wines AS	1 730	2,4 %
Wongraven Wines AS	1 457	2,0 %
Exciting Wines AS	1 449	2,0 %
Palmer Wine AS	1 438	2,0 %
Winemarket AS	1 371	1,9 %
Einar A Engelstad AS	1 268	1,8 %
Andre grossister	40 250	55,7 %
<b>TOTALT</b>	<b>72 263</b>	<b>100 %</b>

<sup>[1]</sup> 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.

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

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

<sup>[4]</sup> Øl med alkoholstyrke over 4,75 volumprosent alkohol.

<sup>[5]</sup> 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

**FOTO**

Ellen Jarli og Jarle Hvidsten



VI SELGER MED ANSVAR