



# Vi selger med ansvar

VINMONOPOLETS ÅRS- OG BÆREKRAFTSRAPPORT 2020



4

Administrerende direktør har ordet

6

2020 i korte trekk

8

Vinmonopolets rolle i samfunnet

12

Viktige hendelser i 2020

23

Bærekraft i Vinmonopolet

25

Vår bærekraftstrategi

26

FNs bærekraftsmål

28

Våre styrende dokumenter

30

Våre interessenter

32

Vesentlighetsanalyse

33

Begrense skadevirkningene av alkohol

39

Produktsikkerhet

43

God forretningsetikk

47

Bærekraftig forbrukeradferd

49

Smarte miljø- og klimaløsninger

59

Anstendig arbeid i leverandørkjeden

65

En god og inkluderende arbeidsplass

71

Styret, ledelse og regnskap

Organisasjonskart .....	72
Ledergruppen .....	73
Årsberetning 2020 .....	74
Styret .....	79
Regnskap .....	80
Revisors beretning .....	90

116

2020 Highlights

119

GRI-indeks



**AS Vinmonopolet**

Foretaksregisteret  
NO 817 209 882 MVA

**Kjedekontor**

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

**Design:**

Dinamo

**Foto:**

Getty image (s.1, 46)  
Juso Paloniemi, Alma 360 (s. 2, 41)  
Ellen Johanne Jarli (s. 5,15,18,40,64,73,124)  
Jarle Hagen (s. 8, 9, 10, 21, 28, 78 94, 102)  
Vinmonopolets bildearkiv (s. 9)  
Glenn Røkeberg (s. 16, 79)  
Trond Andersen (s.19)  
Jonx Pillemer (s.22)  
Svein Strand (s. 58, 56)  
Sunnette Le Roux (s. 61)  
Trond Ivar Lunga (s. 79)  
Åshild Algrøy Meling (s. 79)  
Erik Thallaug (s.118)

**Illustrasjon:**

Bjørn Brochmann (s.3, 25)

**Trykk:**

Kai Hansen Trykkeri  
Trykt på miljøvennlig papir.  
Opplag: 1 200



# Om denne rapporten

For andre året er års- og bærekraftsrapporten slått sammen til én helhetlig rapport. Dette gjør vi fordi bærekraft er en naturlig og integrert del av kjernevirksomhet en vår. Rapportens første del omfatter hendelser fra året som har gått. Dette var tidligere en del av årsrapporten. Fra side 23 «Bærekraft» rapporterer vi i henhold til det internasjonale og anerkjente rapporteringsrammeverket Global Reporting Initiative (GRI). Kapitlene i

denne delen inneholder også informasjon som tidligere var å finne i årsrapporten, for eksempel informasjon om ansatte, miljø, holdningskampanjer, etisk handel.

Basert på en analyse av hvilke temaer innenfor bærekraft som er viktigst for bedriften og våre interessenter, har vi valgt ut 58 indikatorer vi rapporterer på. Vi har også tatt med to egendefinerte indikatorer som ikke er en del av GRI-malverket, for at rapporten skal bli så nøyaktig som

mulig. Rapporten er laget etter den siste versjonen av GRI Standard og innholdet er revidert og godkjent av PwC.

Fra side 71 «Styret, ledelse og regnskap» finnes informasjon om selskapets drift, styring og økonomi, inkludert styrets beretning. I tabellen GRI-indeks bakerst i rapporten framkommer det hvilke GRI-indikatorer vi har rapportert på. Tabellen gir henvisninger til hvor i rapporten eller på hvilke nettsider det finnes informasjon om hver indikator.



# Administrerende direktør har ordet

## En stor takk til våre ansatte og kunder!

### Hvem hadde trodd at 2020 skulle bli året hvor polkøen gjenoppsto?

#### Et annerledes år

2020 ble et helt ekstraordinært år. Koronapandemien snudde samfunnet og hverdagen på hodet, nærmest over natten. I Vinmonopolet merket vi effekten umiddelbart. Da landet stengte ned, skjøt salget vårt i været. Reiserestriksjoner og skjenkestopp førte til at Vinmonopolet i fjor nådde historiske salgsvolumer.

#### Samfunnsoppdrag og smittevern

Vinmonopolets samfunnsoppdrag er å sikre ansvarlig salg av alkohol. Vi skal ikke selge til mindreårige eller til folk som er beruset, og vi skal forhindre langing av alkohol. Slik bidrar vi til å redusere skadevirkningene av alkohol - for samfunnet og den enkelte. Den jobben gjør vi hver dag. Gjennom pandemien har effektivt smittevern også vært en naturlig forlengelse av det å sikre ansvarlig salg. Smittevern hadde vi mindre erfaring med. Men vi har tatt oppgaven og ansvaret med stort alvor.

#### Vakter og håndsprit ved inngangen

Et begrenset antall kunder i butikk, slik at det alltid er god avstand i våre butikker. På vinmonopolet.no eller i appen har kundene kunnet finne informasjon om forventet kø-situasjon per time per butikk. Vi har oppfordret våre kunder til å bruke munnbind og velge åpningstider med antatt liten kø. Fra hele landet har det vært rapportert om vennlige, bestemte og humørfylte polansatte, med et sterkt ønske om en tryggest mulig handel med lavest mulig smitterisiko for alle.

Jeg vil rette en stor takk til våre ansatte

og kunder for at dere så samvittighetsfullt og helhjertet har fulgt opp smittevernstiltakene! I en undersøkelse fra Opinion svarer 89 prosent av de spurte at de er positive til de tiltakene Vinmonopolet har innført gjennom pandemien. Køståing, håndsprit og informasjon i butikkene trekkes frem. Bare to prosent er negative. Med ansattes og kundenes hjelp har Vinmonopolet på mange måter satt standarden for smittevernstiltak i varehandelen. Det er vi stolte av.

#### Alkohol er en annerledes vare

Undersøkelsene fra Opinion har også kartlagt folks alkoholkonsum i korona-tiden. Høye salgstall hos Vinmonopolet til tross oppgir 72 prosent av de spurte at alkoholkonsumet er det samme som før koronaen. 19 prosent oppgir redusert konsum, mens ni prosent oppgir økt konsum etter koronaen. De store tallene viser oss altså at de aller fleste av oss ikke drikker mer under korona. Det er bra. Men for dem som sliter med alkohol kan nedstengt samfunn og mye tid hjemme være en ekstra utfordring. Gjennom ansvarlig salg og holdningsskapende arbeid tar Vinmonopolet alkoholpolitisk ansvar. Det gjør hver enkelt av våre ansatte med stort ansvar, dedikasjon og omtanke. Også i en hektisk korona-tid. Det som driver oss er et ønske om å gjøre samfunnet litt bedre. For alle.

#### Vinmonopolets forpliktelse til bærekraft

I kraft av vårt samfunnsoppdrag bidrar vi til arbeidet for FNs bærekraftsmål nummer 3 om god helse, og det globale målet til Verdens helseorganisasjon om minst ti prosent reduksjon i skadelig bruk av alkohol innen 2025.

Men vår forpliktelse til bærekraft og samfunnsansvar strekker seg lengre. Bærekraft i Vinmonopolet omfatter alt vårt arbeid innenfor alkohol og helse, klima og miljø, etikk og sosiale forhold. I bunnen ligger et prinsipp om bærekraftig økonomisk utvikling.

Vårt mål er at alle våre produkter er fremstilt under gode arbeidsforhold, at alle våre produkter er miljøsmarte og at du som kunde skal kunne få gode råd om bærekraftige valg. Vi er ikke der enda, men vi jobber hele tiden for å bli bedre – i butikkene våre, på kjedekontoret, og i oppfølgingen av våre leverandører over hele verden.

#### Bærekraftsarbeidet i 2020

Koronapandemien har naturlig nok også hatt konsekvenser for bærekraftsarbeidet. Smittevernstiltakene som fulgte oss gjennom året satte en stopper for veldig mange av de planlagte aktivitetene, og vi måtte finne nye løsninger og alternative aktiviteter.

Særlig i arbeidet i med å sikre anstendig arbeid i leverandørkjeden måtte vi tenke nytt. Våre reiser til produsentland ble kansellert og erstattet med digital dialog. Kurs og opplæring ble enda viktigere. I 2021 ønsker vi å pilotere digitale revisjoner i leverandørkjeden. Mange lærdommer fra dette året vil vi ta med oss videre og integrere i bærekraftsarbeidet framover. På slutten av 2020 startet vi også et program som vi antar kommer til å gå over flere år: water, rest & shade-programmet for romindustrien i Mellom-Amerika.

I klima- og miljøarbeidet har pantesatsingen resultert i fire millioner enheter solgt i 2020 – en økning på 76 prosent sammenliknet med året før! Vi fortsetter å stille krav til miljøsmart emballasje og ser en tydelig økning av denne typen produk-



ter i sortimentet – med påfølgende redusert totale miljøutslipp. I 2020 lanserte vi en ny merking av produkter som oppfyller våre kriterier til klima- og miljøsertifisering. Det gjør vi for å gjøre det enklere for kundene våre å velge bærekraftige produkter. Arbeidet med å løfte bærekraft inn i kundemøtet vil være et viktig satsningsområde for oss framover.

### **Omdømmevinner!**

Det har vært motiverende gjennom et krevende år så se at vi fortsetter å få målinger som bekrefter Vinmonopolets posisjon i omdømmetoppen. I mai gikk vi også første gang helt til topps på Norsk Kundebarometer. I juni toppet vi Kantar sin store omdømmeundersøkelse for åttende året på rad. Det er utrolig hyggelig. Men like hyggelig er de gode tilbakemeldingene fra kundene våre – enten man møter dem i butikk, på kundesenteret, i sosiale medier eller i kohorten man er en del av helt privat. Vi tar til oss de gode ordene – de gir energi og motivasjon til å fortsette arbeidet vi gjør for å bli enda litt bedre hver dag!

### **Vi skal ikke tilbake – vi skal videre**

2020 ble på mange måter pandemiens år. Det har utfordret oss, testet oss og digitalisert oss. Vi ser at kundene våre endret atferd. De bruker nettsidene våre mer, og de handler mer på nettet. Gode erfaringer med hjemmekontor og digitale møter gjør at vi post-pandemi nok i større grad vil tenke oss om før vi drar på unødvendige forretningsreiser. Fellesskapet og kulturen man skaper gjennom fysiske møter vil fortsatt være viktig, men jeg tror vi kommer til å jobbe mer dynamisk og ha en mer fleksibel arbeidshverdag enn før – og bli flinkere til å vurdere om vi kan gjøre avklaringer via telefon eller Teams. Vår



endrede adferd, i kombinasjon med teknologisk utvikling og kundenes forventninger vil i stor grad kunne påvirke driften og utviklingen av Vinmonopolet videre.

Vi tar med oss verdifull læring fra året som har gått. Om stryken i fellesskap og dugnadsånd, fleksibiliteten og effektiviteten i digitale løsninger, smittevernsrutiner og om viktigheten av godt beredskapsarbeid. Erfaringene fra dette året vil gjøre oss bedre rustet for det som ligger foran oss. Når vaksinene nå er på vei

og vi øyner håp om en hverdag uten smittevernstiltak, retter vi oppmerksomheten framover. For vi skal ikke tilbake. Vi skal videre.

A handwritten signature in black ink, reading 'Elisabeth Hunter'.

Elisabeth Hunter  
administrerende direktør



# 2020 i korte trekk



**115,5 mill. liter solgt**

Salget økte med 40 prosent målt mot 2019. Salgsøkningen er historisk og skyldes stans i grensehandel og taxfree-salg og reduksjon i uteliv og restaurantbesøk. Det er også gledelig å se at salg av kvalitetsviner på bestillingsutvalget øker, selv om majoriteten av salgsøkningen er viner på boks.



**2 585 329**

kunder viste legitimasjon uoppdret i våre butikker. Totalt ble alder kontrollert i nesten 4,5 millioner kundemøter, som tilsvarer 10,4 prosent av alle kundemøteter i 2020.

**Seks auksjoner**

6 211 objekter  
99 % andel solgt



**1. plass på Norsk kundebarometer (BI)**

Vinnere av (BIs) Norsk kundebarometer 2020. Første gangen i Norsk Kundebarometers historie at en tradisjonell varehandelsbedrift stikker av med den gjeve førsteplassen.



**Kantar TNS omdømmemåling**

Vinmonopolet kom på 1. plass for åttende år på rad, med hele 90 poeng. Vi synker litt i måling med 6 poeng fra i fjor.



**337 butikker**



**468 leverandører**



66 % kvinner, 34 % menn

**1 943 ansatte**



**15 år**  
GJENNOMSNTLIG ANSETTELSESTID



SALGSINNTEKTER

**20 569**  
**mill. kr**

OMSETNING KR TOTALT



**13 902**

ANTALL PRESSEOMTALER



**76%**

ØKNING I SALGET AV PRODUKTER  
MED PANTEMERKE



**51%**

ØKNING I OMSETNING I  
NETTHANDEL FRA FRA 2019

### Attensi lærings- plattform for ansatte

**1 632**

UNIKE SPILLERE I PLATTFORMEN

**91 971**

ANTALL GANGER SPILT



**31,5%**

AV VINFLASKENE I GLASS VI SOLGTE  
VAR PÅ MILJØSMART EMBALLASJE



**14,2 mill. kr**

BLE OVERFØRT TIL HANDELNS  
MILJØFOND FRA VÅRT PLASTPOSEINNKJØP  
(50 øre per pose)



### Ipsos Store Norske bedrifter

På delt 3. plass og med 85 % var det vår nest beste  
plassering i denne undersøkelsen noensinne.



**41 kurs**

FOR KUNDER BLE ARRANGERT  
MELLOM JANUAR OG MARS

**1 004**

DELTOK TIL SAMMEN.



Vi gjennomførte 65 kurs om  
anstendig arbeid for produsenter og  
importører i Chile, Italia, Sør-Afrika,  
Norge, Mellom-Amerika,  
og internasjonalt.



**27 264**

TILGJENGELIGE PRODUKTER  
FRA 88 LAND



**42,9 mill.**

EKSPEDISJONER  
I BUTIKK



**118,5%**

ØKNING PÅ ORDRE  
I NETTBUTIKKEN



**16%**

ØKNING I SALG AV  
ALKOHOLFRIE VARER

# Vinmonopolets rolle i samfunnet

Vinmonopolet er samfunnets viktigste virkemiddel for å sikre ansvarlig salg av alkohol.

Vinmonopolet har enerett på salg av brennevin, vin og sterkøl til forbrukerne og er et heleid statlig aksjeselskap underlagt Helse- og omsorgsdepartementet. Gjennom fravær av markedsføring, ansvarlig salg og begrenset tilgjengelighet bidrar

Vinmonopolet til at alkoholkonsumet i Norge er lavere enn det ellers ville vært. Rollen Vinmonopolet har er todelt. Samtidig som vi jobber for å begrense skadevirkninger av alkohol ønsker vi også å begeistre og skape inspirerende kunde-

opplevelser. Dette krever mye av oss, både erfaring, kunnskap, dømmekraft og samfunnsengasjement. Det som driver oss, er et ønske om å gjøre samfunnet litt bedre – for alle.



**Visjon:**  
Ønsket  
av alle

**Verdier:**  
Raus  
Solid  
Dynamisk

**Leder-  
prinsipper:**  
Inspirere  
og involvere  
Balansere  
Utvikle  
og utfordre





(1) (2) (3) Historiske bildene er hentet fra vårt arkiv. (4) Bilde fra vår butikk Bekkestua, i Bærum.

# Vinmonopolets historie – et tilbakeblikk

Alkohol forårsaket stor sosial nød i Norge rundt år 1900



**Tips**  
Lytt til Vinmonopolets [podkast](#). I episode 214, 228 og 232 får du høre morsomme og interessante fortellinger om historien til Vinmonopolet.

## SAMFUNNSROLLE

### Regulert tilgjengelighet av alkohol

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

### Ansvarlig salg

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

### Økt salg – men nordmenn drikker ikke nødvendigvis mer

Den finske rapporten *The Nordic alcohol market 2018* viser at Norge og de andre nordiske landene, som har veletablerte monopolutsalgs løsninger for alkohol, har betydelig lavere alkoholforbruk per innbygger enn land med mindre kontrollerte

utsalgssystemer. Nordmenn har ifølge rapporten lavest alkoholforbruk i Norden. 2020 har vært et år med historisk salgsvekst i Vinmonopolet. Alkoholforbruket i Norge ser likevel ikke ut til å være endret i nevneverdig grad, viser en undersøkelse fra SSB og FHI.

### En faghandelkjede i verdensklasse

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

### Høy varefaglig kompetanse og eksepsjonell kundeservice

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

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

### Vinmonopolet har

**27 264** aktive varer produsert av

**6 367** forskjellige produsenter fordelt på **88** land og levert av **468** grossister

### Vinmonopolet har fem produktutvalg

Basisutvalget  
Partiutvalget  
Bestillingsutvalget  
Testutvalget  
Tilleggsutvalget

Vinmonopolets butikker er inndelt i seks kategorier. Kategoriseringen av den enkelte butikk er avhengig av forventet salg for året som kommer.

Kategori	Antall butikker	Produkter
1	22	ca. 200
2	74	ca. 300
3	60	ca. 700
4	67	ca. 900
5	54	ca. 1 200
6	60	ca. 1 700



# Her finner du oss

Vinmonopolets styre vedtar hver høst åpning av nye vinmonopolbutikker. Vinmonopolet etablerte tre nye butikker i 2020. Vinmonopolet hadde 337 butikker i drift ved utgangen av 2020. Cirka 97,7 prosent av befolkningen bor nå i en kommune med pol eller mindre enn 30 km fra nærmeste pol. De 337 butikkene gir en langt mer begrenset tilgjengelighet av alkohol enn vi hadde hatt dersom vin og brennevin skulle vært solgt for eksempel gjennom dagligvarebutikker, som det finnes cirka 4 500 av i Norge.

## Vi åpnet tre butikker i 2020

**Oslo:** Valkyrien – åpnet 23. april

**Sigdal:** Eggedal – åpnet 14. mai

**Suldal:** Sand – åpnet 26. november

## Midlertidig stengt

Holmlia (langtidsstengt pga. ombygginger i senteret – åpner igjen i september 2021)



# 337 butikker

ved utgangen av 2020

# 97,7 %

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



## Spesialbutikker for vin og brennevin:

**Bergen:** Valkendorfs-gaten

**Hamar**

**Oslo:** Aker Brygge

**Oslo:** CC-Vest

**Sandnes:** Sentrum (kun vin)

**Sandnes:** Kvadrat (kun brennevin)

**Sandefjord**

**Tromsø:** Langnes

(kun brennevin)

**Trondheim:** Valentinlyst

## Spesialbutikker for øl,

### såkalte +ØL-butikker:

**Bergen:** Bergen Storsenter

**Bodø City Nord**

**Kristiansand:** Lillemarkens

**Molde**

**Oslo:** Oslo City

**Oslo:** Oslo Storo

**Oslo:** Aker Brygge

**Sandnes:** Kvadrat

**Trondheim:** Bankkvartalet

**Tromsø:** Langnes

**Ålesund:** Moa

## Kundemøter i 2020

42 871 876 ekspedisjoner i butikk (21 % økning fra 2019)

280 505 henvendelser til Kundesenteret (72 % økning fra 2019)

154 567 telefonhenvendelser (71 % økning fra 2019)

25 130 chat på vinmonopolet.no (82 % økning fra 2019)

100 808 e-poster til kundesenteret (70 % økning fra 2019)

# Viktige hendelser 2020

## Korona

2020 ble også for Vinmonopolet i stor grad preget av koronapandemien. Det første smittetilfellet i Norge ble bekreftet 26. februar. I tiden etter dette, og spesielt etter nedstengingen av Norge 12. mars, har koronasituasjonen preget både kunde-adferd, salgsvolum og organisering av arbeid i butikkene og på Kjedekontoret.

Vinmonopolet har vært i beredskap siden 12. mars. Vår viktigste oppgave har vært å ivareta samfunnsoppdraget og sikkerheten til kunder og ansatte.

Vinmonopolet hadde allerede etablert en håndteringsstrategi for pandemier. Vår beredskapsgruppe jobbet etter denne, med følgende mål:

- å sikre at ansatte får den oppfølging de trenger ved en pandemi
- å sikre bemanning og produkttilgang
- å sikre at Vinmonopolets krisehåndtering oppleves profesjonell internt og eksternt

Det var definert fire hovedområder hvor det ble gjennomført risikoreduserende tiltak:

- kritiske funksjoner for drift
- arbeidsplassen
- leveranser
- kommunikasjon

Vinmonopolet har holdt åpent i hele koronaperioden. Få butikker har måttet stenge på grunn av karantene, sykdom eller fordi ansatte måtte være hjemme med barn på grunn av stengte skoler eller barnehager. Totalt har 14 av våre butikker vært stengt i til sammen 19 dager, enkelte bare i noen få timer. Også i Vinmonopolet har vi ansatte som har blitt smittet av korona. Totalt 16 ansatte er registrert smittet. Tidlig i perioden ble det gjort lite testing og smittesporing, så antallet ansatte som har vært smittet kan være høyere.



Det ble tidlig etablert rutiner for smittevern for både butikk og Kjedekontoret, og Vinmonopolet var tidlig ute med å sette en standard for detaljhandelen. Våre smittevernrutiner har blitt løpende oppdatert, etter som anbefalingene fra FHI har endret seg.

### Administrative funksjoner

Når Vinmonopolet opplever økt omsetning som følge av koronapandemien, merker også andre funksjoner i selskapet en økning i arbeidsmengden. For eksempel har regnskapsavdelingen opplevd en økning i inngående fakturaer og utlegg på over 30 prosent. Med uendret bemanning har det vært hektisk aktivitet for regnskapsavdelingen i 2020.

### Digitale utfordringer under korona

12. mars ble alle ansatte på kjedekontoret pålagt å jobbe fra hjemmekontor og de fleste har stort sett gjort det resten av året. Vinmonopolet har sørget for tilgang til alle nødvendige systemer og løsninger hjemmefra. Det har vært en bratt læringskurve for digital samhandling, og i løpet av året har alle blitt kjent med funksjonene i Teams og andre digitale plattformer.

Alle Vinmonopolets digitale systemer har håndtert veksten i antall transaksjoner dette året. Sånn sett har 2020 vist at vi er godt rustet for å kunne håndtere store omstillinger.

### Vareforsyning under koronapandemien

Varetilgjengeligheten til Vinmonopolet har vært god gjennom hele koronaperioden, og det har vært nok varer hos distributørene våre. Det store ekstra volumet skapte noen utfordringer hos den største distributøren en periode, spesielt når det gjaldt kunders bestilling av enkeltflasker.



### Tiltak Vinmonopolet innførte i forbindelse med koronapandemien:

- Redusere risiko for smitte ved å identifisere hvordan arbeidet og arbeidsplassen kan tilpasses situasjonen for å ivareta arbeidstager, arbeidsplass og kunder.
- Retningslinjer for god hygiene på arbeidsplassen for alle ansatte.
- Vakhold med vekter eller egen ansatte i døren som regulerer antall kunder inne i lokalet for å kunne overholde god avstand (1 til 2 meter avhengig av lokale restriksjoner).
- Ekstra vekter eller egne ansatte for å regulere køen utenfor butikkene i perioder med spesielt stor trafikk.
- Sperrebånd for å regulere kø på utsiden av butikken.
- Butikkene kunne stenge dørene i perioder, dersom det ble for mange inne i lokalet på samme tid.
- Synlige skilt med maks antall kunder tillatt i butikken samtidig (i tråd med lokale anbefalinger).
- Hånddesinfeksjonsmiddel tilgjengelig for kunder ved inngangsparti.
- Pleksiglass foran kasse, og pleksiglass-skjeller der kundene pakker varer i en del butikker.
- Munnbind i papir (engangs) og i stoff tilgjengelig for alle ansatte.
- Anledning til å bestille visir for ansatte som et ekstra smitteverntiltak.
- T-skjorter og buttons til alle ansatte med tekst om å holde minst 1 meters avstand.
- Avstandsmarkering på gulv.
- Plakater og skilting i og utenfor alle butikkene om godt smittevern og påminnelse om å holde avstand.
- Jevnlig vask av berøringspunkter, som kortterminaler, handlekurver og vogner.
- Trafikklys på nettside og i app som viser forventet trafikk i alle våre butikker.
- Reiserestriksjoner og avlysning av arrangementer og møter. Omfattende informasjonsflyt til organisasjonen, først daglige og deretter ukentlige statusoppdateringer om smittesituasjonen i bedriften og gjeldende smitteverntiltak.
- Utstrakt kommunikasjon til foreninger, styre, eierdepartement og kunder.
- Hjemmekontor innført for ansatte på Kjedekontoret fra 12. mars.

### Salget 2020

Omsetningen til Vinmonopolet endret seg raskt etter den 12. mars, de fleste butikker og områder opplevde en historisk stor vekst. Årsaken var tilnærmet full stans i grensehandelen og taxfreesalget, samt betydelig redusert skjenking på kafeer, barer og restauranter. Det var til dels store geografiske forskjeller i omsetningen, hvor de grensenære områdene opplevde den største veksten. Enkelte sentrumsbutikker i de store byene har hatt en salgsnedgang, mens butikkene i randsonene av byene, der folk bor, hadde økning. Dette skyldes at mange har hatt hjemmekontor, og derfor ikke reist inn til sentrum på arbeid. Fylket Viken har hatt en økning på 61 prosent i 2020 mot 24 prosent for Møre og Romsdal. Disse geografiske forskjellene i salgsutviklingen viser effekten av den begrensede grensehandelen som følge av reiserestriksjoner til Sverige. Kongsvinger, Halden, Sarpsborg og Fredrikstad, alle kommuner nær Sverige, har høyest vekst i landet, med godt over 100 prosent salgsøkning i 2020.

Selv om veksten for året var på 40 prosent, og endte på totalt 115,5 millioner liter, var veksten i antall kunder bare på 21 prosent mot året før. Kundene handlet sjeldnere, men mer per besøk, i tråd med myndighetenes anbefalinger. Spesielt mot jul var kundeadferden endret. Mange handlet tidlig i uken og tidlig på dagen, på tidspunkter der det normalt er lite trafikk på Vinmonopolet.

Selv om omsetningen til Vinmonopolet var stor i 2020 er det lite som tyder på at nordmenn drakk mer alkohol i fjor. Meningsmålingsbyrået Opinion har stilt spørsmål om alkoholkonsum til over 60 000 nordmenn i undersøkelsen Norsk koronamonitor. To av ti svarer at de har redusert alkoholkonsumet etter koronautbruddet, mens syv av ti hadde uendret konsum. Bare én av ti svarer at forbruket deres har økt. I en undersøkelse fra

oktober konkluderer Statistisk Sentralbyrå (SSB) og Folkehelseinstituttet (FHI) med at koronapandemien ikke ser ut til å ha påvirket alkoholforbruket i Norge nevneverdig. SSB og FHI ser det økte innenlandske salget i sammenheng med begrenset svenskehandel og nedgang i taxfree-handel. Tall fra Systembolaget viser også en tydelig nedgang i salget ved butikkene nær grensen til Norge. Totalt er nedgangen på 44 prosent i grensebutikkene, målt i liter ren alkohol.

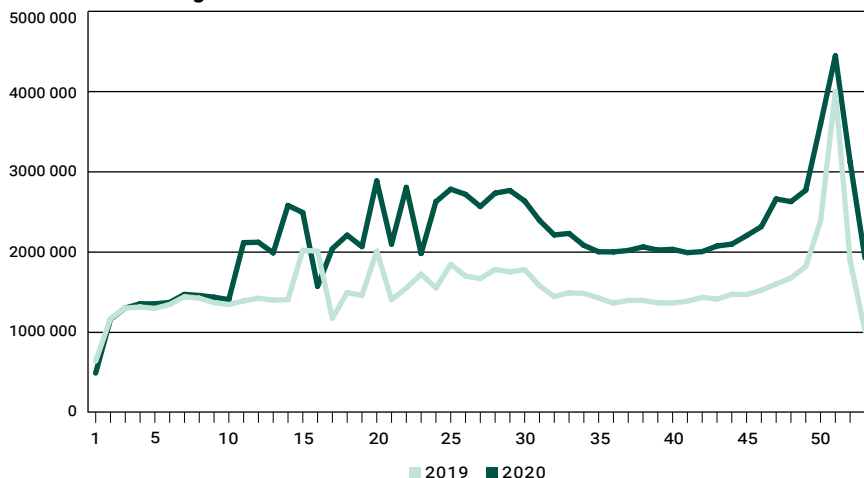
**Mer medieomtale i 2020**

Gjennom hele koronaperioden opplevde Vinmonopolet også en stor økning i interessen fra media. Totalt er det registrert ca. 14 000 artikler eller innslag i media hvor Vinmonopolet er nevnt gjennom året, et snitt på rundt 40 artikler om dagen. Bare i november og desember ble rundt 250 ansatte intervjuet av lokal- og regionalaviser om julesalg, køer, trafikklys for antall kunder i butikk, koronatiltak og vareflyt.

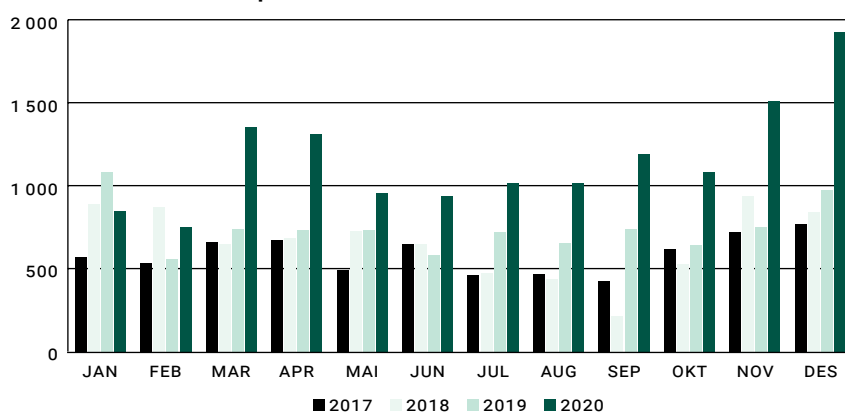
**Historisk salg i 2020**

Viktige hendelser i samfunnet påvirker salget i våre butikker og aldri har vi sett det tydeligere enn i år. Selv jappetiden med påfølgende økonomisk lavkonjunktur på begynnelsen av 90-tallet, avgiftsendringer opp gjennom historien, polstreikene på 70- og 80-tallet og 2. verdenskrig påvirket Vinmonopolets salg i mindre grad enn koronaen. Salget har nådd historiske høyder etter pandemien. Ikke fordi alkoholkonsumet øker, men fordi myndighetenes smittevernspolitikk har medført stengte grenser mot Sverige, stopp i taxfreesalg og skjenking i landet.

**Totalsalg uke for uke**



**Omtale i media per måned**

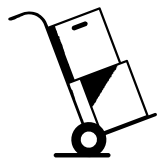


**Salg av brennevin, sterkvin, svakvin, øl og alkoholfritt, liter per år**



## Varelevering, sortiment og salgstrender

### Vareforsyning 2020



De tre største distributørene leverer **98 %** av volumet fordelt på **75 %** av artikkelnumrene. De håndterer med det **96,4 %** av antall ordrelinjer til butikk og **88,5 %** av kundeordrene



**159 850**  
leveringer totalt til butikkene i 2020



**345**  
nyheter i basis- og partiutvalget

**113**  
lanseringer i testutvalget

**6 006**  
nyheter i bestillings- og tilleggsutvalget



**27 264**  
aktive artikler i 2020

**486**  
leverandører

**56**  
nye leverandører i 2020



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

### Spesialutvalget 2020

**Total omsetning:** 126 296 021 kr

**Total salgsvolum:** 159 059 liter

**Spesialutvalget – øl** hadde i 2020 fem nyhetsslipp (februar, april, juni, september, og november). Slippene er ikke tematiske, speiler den aktuelle sesongen. Totalt ble 150 varelinjer lansert. Omsetningen endte på 8,9 millioner kroner med et salgsvolum på 30 000 liter. Snittprisen var 297 kroner per liter. Sammenliknet med 2019, ser vi kun en marginal nedgang (0,06 prosent) i omsetning, til tross for en nedgang på 7,5 prosent i solgte liter.

**Spesialutvalget – vin** gjennomførte også seks tematiske nyhetsslipp i 2020 (partallsmåneder) og totalt ble 1 367 varelinjer lansert. Av temaene ser vi at Burgund og Bordeaux står i en særstilling når det gjelder salg av Fine Wine. Totalt salg for Spesialutvalget – vin endte på 125 000

liter. Dette gir en volumøkning på 2 prosent. Omsetningen passerte for første gang 100 millioner kroner og endte på 108 321 598 kr. Dette gir en omsetningsøkning på over 10 prosent sammenliknet med 2019.

**Spesialutvalget – brennevin** hadde fire nyhetslanseringer i 2020 (mars, mai, august og november). Det ble lansert 145 varelinjer. Omsetningen endte på ni millioner og salgsvolumet på 4 140 liter. Sammenliknet med 2019, ser vi en oppgang på 46 prosent i omsetning, og 31 prosent i solgte liter, noe som korresponderer med økningen i lanserte varelinjer siden 2019. Mye av det som lanseres med tanke på forventet etterspørsel, blir utsolgt raskt, både på grunn av presomtale og en økende interesse for mindre kjente produsenter.

Året 2020 var preget av koronapandemien og for spesialutvalget gav det store utfordringer. Våre slipp har en

tendens til å samle mange kunder ved lanseringstidspunkter. Mye tid og krefter ble lagt ned, både på Kjedekontoret og i spesialbutikkene, for å lage en midlertidig slippordning der produktene ble gjort tilgjengelig på vinmonopolet.no tre dager før i butikk. Med denne alternative slippmetoden flyttes en stor del av salget til vinmonopolet.no, også varer som befinner seg fysisk i spesialbutikkene. Løsningen fungerer etter hensikten, men er ressurskrevende. I spesialutvalget er det normalt et økt salg av produkter kundene ikke kjenner fra før, men får anbefalt fra ansatte eller andre i kjøps situasjonen. Dette går vi glipp av med den midlertidige salgordningen, fordi kundene ikke har oppsøkt butikkene i forbindelse med lansering. Vi har justert slippordningen noe, men den vil fortsette i 2021 frem til vi igjen kan gjennomføre normale nyhetsslipp i butikk.

### Sensorisk prøveinstans (SPI)

Vinmonopolet har sitt eget sensoriske laboratorium som brukes i innkjøpsprosessen for basis- og partivarer. Laboratoriet er

akkreditert. SPI bidrar til likebehandling av leverandørene ved å bedømme kvaliteten på tilbudsprøver uavhengig og objektivt etter den samme produktspesifikasjonen som

våre leverandører mottar. SPI verifiserer også eventuelle avvik mellom tilbudt prøve og mottatt leveranse ved kjøp.

**Akkreditert i henhold til NS-EN ISO 17025:2017 For sensorisk kvalitetstest av øl, vin, brennevin, juice og fruktmost**

3306 tilbudsprøver fordelt på 208 spesifikasjoner analysert sensorisk i 2020.

10 opplærte og godkjente ekspertdommere

5 ekspertdommere i panelet ved hver sensoriske analyse



Tilbud fra våre grossister blir prøvet blindt av Vinmonopolets sensoriske prøveinstans.



## Salgstrender

Svakvin utgjorde 82,5 prosent av salget i 2020 og brennevin utgjorde 13 prosent. Selv om brennevin vokste fra 2019, er dette den laveste markedsandelen som er målt for kategorien noensinne.

Rødvin er fortsatt klart største varetype med tilsvarende 47 prosent av salget. Hvitvin vokste og utgjør 23,8 prosent av salget, tidenes høyeste markedsandel for kategorien. Det samme gjelder rosévin, som utgjorde 4,1 prosent av salget. Så sent som i 2002 utgjorde rosévin bare 0,2 prosent av totalsalget. Kategoriene hvitvin, musserende og rosévin stod samlet for 33,9 prosent av salget i 2020, mot 19,1 prosent i 2000. Denne endringen illustrerer hovedtrenden i Vinmonopolets salg de siste to tiårene: sakte, men sikkert, øker salget av lette og lyse kategorier på bekostning av rødvin, sterkvin og brennevin.

## Alkoholritt

### 32

alkoholfrie produkter ble lansert i 2020 (16 i basisutvalget og 16 i partiutvalget)

### 62

ulike alkoholfrie produkter i sortimentet ved utgangen av 2020

## 688 574 liter

solgt i 2020, en økning på 16 % fra 2019 (595 806 liter)

Musserende drikk uten alkohol er den største varegruppen og utgjør **30 %** av det alkoholfrie salget

Tonic og musserende drikk uten alkohol står for den største veksten

### Topp 10 bestselgere

Produktnavn	Land	Liter solgt	Økning fra 2019
Falling Feather Ruby Cabernet	USA	1 867 830	48,1 %
Marqués de Nombrevilla Garn.	Spania	1 862 499	35,0 %
Tommasi Graticcio Appassionato	Italia	1 299 324	56,5 %
Gato Negro Cabernet Sauvignon	Chile	1 108 764	48,8 %
Laroche Chardonnay L	Frankrike	911 853	75,7 %
Ruby Zin	USA	911 205	66,2 %
Viña Maipo Mi Pueblo Caberet Sauvignon	Chile	908 349	54,6 %
Wongraven Morgenstern Riesling	Tyskland	888 906	113,9 %
Pietro di Campo Silenzio Barbera	Italia	883 002	92,3 %
Viña Maipo Mi Pueblo Sauvignon Blanc	Chile	847 506	57,0 %

### Topp 5 mestselgende vinland

Land	Liter solgt
Italia	27 606 102
Frankrike	18 961 386
Spania	9 727 047
Tyskland	8 235 790
Chile	7 612 246

### Topp 5 mestselgende brennevinsland

Land	Liter solgt
Norge	3 655 232
Frankrike	1 903 896
Skottland	1 372 332
England	1 143 591
Irland	1 000 463

### Topp 5 mestselgende ølland

Land	Liter solgt
Norge	2 082 024
Belgia	328 993
Tyskland	273 461
Sverige	156 622
Spania	114 780

### Topp 5 mestselgende alkoholfrittland

Land	Liter solgt
Norge	142 452
Tyskland	126 722
Frankrike	88 862
Spania	61 302
Sverige	59 734

Netthandel i 2020	2018	2019	2020
Antall besøk	14 599 014	18 095 297	24 756 185
Antall produkter/varer	23 000	26 000	27 000
Økning i besøk	22 %	23,50 %	38 %
Omsetningsøkning	24 %	22 %	128,93 %
Økning av antall ordre	25 %	22 %	118,50 %
Andel av total omsetning	1,80 %	2,09 %	2,32 %
Omsetning	244 943 357	299 386 511	685 385 362
Nye app-nedlastinger		128 090	172 540



## Utmerkelser og priser

### Vinmonopolet vant BIs kundebarmeter 2020!

Det er første gangen i Norsk Kundebarmeters historie at en varehandelsbedrift stikker av med førsteplassen.

«Andre bransjer som sliter med lavere kundetilfredshet kan dra lærdom av hva Vinmonopolet har klart å få til. Det er på ingen måte en selvfølge at en monopolbedrift skal klare det kunststykke å bli kundenes favoritt», sier Pål Silseth, prosjektleder for Norsk kundebarmeter.

Norsk Kundebarmeter er et forsknings-

prosjekt ved Handelshøyskolen BI som hvert år måler tilfredshet og lojalitet blant norske forbrukere. Kundene får muligheten til å si hva de mener om bedrifter de kjøper varer og tjenester fra.

Undersøkelsen er gjennomført av Barcode Intelligence og Norstat Norge i samarbeid med Handelshøyskolen BI.

Norsk Kundebarmeter har spurt 6320 forbrukere om hvor godt fornøyd de er med bedrifter de er faste kunder hos. Til sammen har disse gitt 15 583 bedriftsvurderinger. Undersøkelsen omfatter til sammen 153 bedrifter som selger varer eller tjenester som betyr mye for folks privatøkonomi.



## Nr 1 på Kantars årlige syndikerte omdømmeundersøkelse

Undersøkelsen gjennomføres blant et utvalg av Norges største og mest kjente virksomheter. Vinmonopolet kom på førsteplass for åttende år på rad!



## Delt 3. plass – IPSOS undersøkelse – store Norske bedrifter

Hvert år spør Ipsos mer enn 1000 nordmenn om deres holdning til over 200 norske bedrifter, statlige etater og organisasjoner. Med 85 prosent var det vår nest beste plassering i denne undersøkelsen noensinne.



## Årets Butikk

Årets butikk er en prestisjefyllt intern konkurranse som får mye oppmerksomhet. Den har blitt arrangert i tolv år og er en av flere aktiviteter som bidrar til økt motivasjon og bedre arbeidsmiljø i butikkene. På grunn av situasjonen med korona har konkurransen ikke la seg gjennomføres som normalt da prioriteringer har vært høyt på smittevern og andre tiltak i forbindelse med pandemien. Vi håper at vi så snart som mulig har anledning til å arrangere denne stor-slagne internkonkurransen igjen.

### Auksjoner

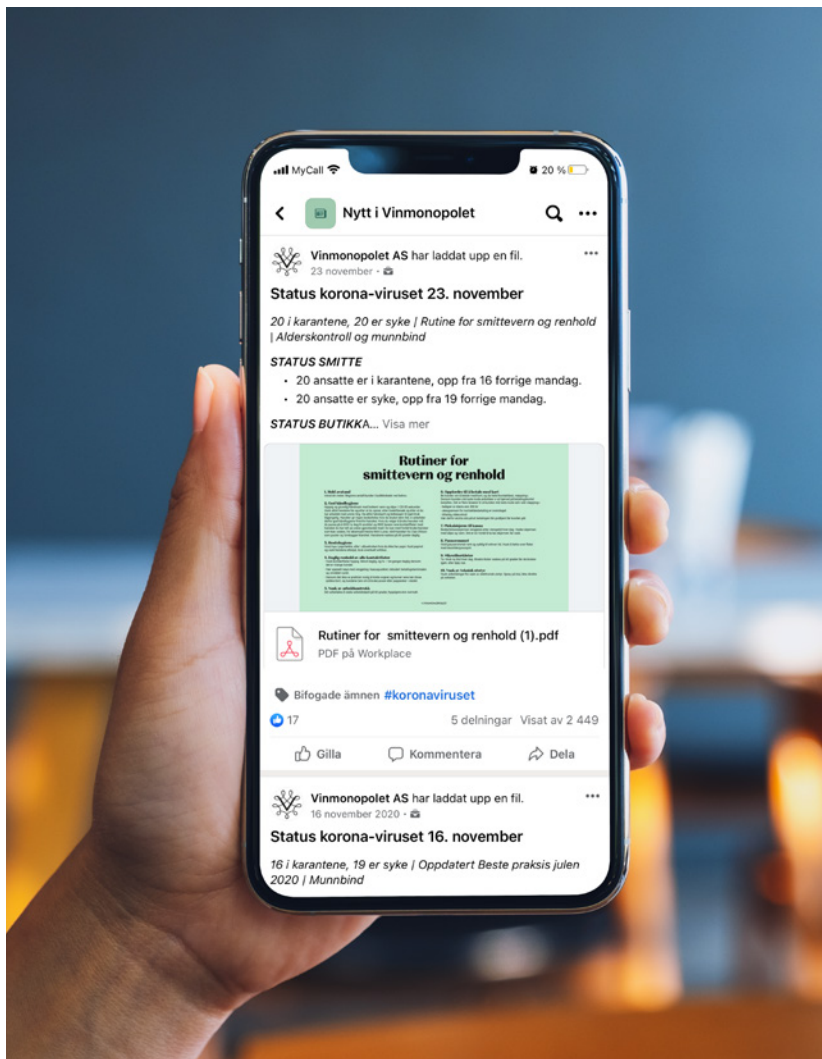
Vinmonopolets auksjoner er den eneste lovlige kanalen for privat salg av alkohol i Norge. Auksjonene foregår på nett og arrangeres i samarbeid med auksjonshuset Blomqvist. Pågangen for å selge på auksjon har vært stor i 2020, med til dels lange køer gjennom året. Forfalsket vin er en voksende utfordring i annenhåndsmarkedet, og markedsansvarlig fortsetter derfor internasjonal skoloring for å avdekke falske flasker.

Nøkkeltall	
Antall auksjoner	6
Antall objekter	6 211
Omsetning	20 415 140 (51 % økning fra 2019)
Andel solgt	99 %
Resultat	123 %
Antall unike budgivere	1 481
Antall unike budvinnere	1 033
Økning i antall unike budvinnere fra 2019	24.46 %



Sara Frimanslund leder arbeidet med auksjoner





## Alle møtes på Workplace

Workplace, «Facebook for bedrifter», har i tre år vært kanalen for internkommunikasjon i Vinmonopolet. Her kan ansatte dele kompetanse, diskutere og stille spørsmål om stort og smått. I tillegg til den uformelle dialogen har vi en redaktørstyrt gruppe kalt «Nytt i Vinmonopolet» som alle er medlem av, og som alle ledere skal holde seg oppdatert i. Den 12. mars 2020 ble årets travleste dag på Workplace, med flest aktive profiler i bruk, rekord i publiserte innlegg og sendte meldinger i Workplace-chatten denne dagen. Dette illustrerer tydelig hvor viktig Workplace ble for Vinmonopolet i en krevende og usikker periode med enormt behov for informasjon. Hver mandag siden 12. mars har vi publisert «korona-status» på Workplace, for å holde ansatte oppdatert på situasjonen og hvordan den påvirker bedriften.

Workplace er et viktig verktøy i arbeidet med å utvikle Vinmonopolet til å bli Norges beste arbeidsplass.

# 3 155

ansatte var aktive på Workplace ved utgangen av 2020 (inkludert ekstrahjelp)

## Samlinger 2020 – om våre lederprinsipper

I mai skulle det vært gjennomført en samling for alle butikk-sjefene på Gardermoen. På grunn av koronasituasjonen ble samlingen gjennomført som en digital direktesending i stedet. Sentrale temaer var beredskapsarbeidet som følger av koronapandemien, bærekraft i Vinmonopolet og lanseringen av Polakademiet - Vinmonopolets nye rammeverk for kompetanseutvikling.

I oktober var det planlagt samlinger i alle fire regionene for butikk-sjefene. Også disse ble omgjort til kortere digitale møter. Nedstengingen av Oslo gjorde imidlertid at det ikke ble praktisk mulig å gjennomføre den direktesendte samlingen. Samlingen ble derfor erstattet av en serie innlegg på Workplace med forhåndsinnspilte videoer. Temaene for innleggene var beredskap og logistikk knyttet til julen og ansvarlig salg.





## Ny visuell profil

Vinmonopolet lanserte en ny visuell identitet i 2020. Den nye identiteten er forankret i Vinmonopolets historie, men er oppdatert for å møte våre tiders behov. I november 2020 åpnet Drøbak, som aller første butikk i helt ny visuell drakt. Det er merkeopplevelse som står i hovedfokus i det nye konseptet – en faghandel i verdensklasse.

Den nye visuelle identiteten inkluderer et interiør som løfter produktene frem og lar dem være synlige. Målet er å gi en rød tråd i det visuelle uttrykket i hele Vinmonopolet, og at kunden skal få en beste mulig opplevelse og gjenkjenning i alt fra fysisk opplevelse i butikk til digitale kanaler og i trykksaker. Konseptet «morgendagens ikon» er overordnet for identiteten og gir føringer for et verdig og elegant uttrykk, med respekt for historien, faget og produktene – på en oppdatert og moderne måte.

## Vinmonopolet bidrar til gjenvinning av glass- og metallemballasje

I 2020 ble det samlet inn 103 200 tonn glass- og metallemballasje via selskapet Sirkel Glass AS, som Vinmonopolet eier 23 prosent av. Det tilsvarer vekten av omtrent 650 000 vinflasker hver dag hele året. I 2020 oppnådde i tillegg drikkevareemballasje i glass en returgrad på hele 95 prosent – en virkelig milepæl. Den høye returgraden medfører at miljøavgift på drikkevareemballasje i glassfaller bort, og gjør samtidig dette retur-systemet til et av Europas og verdens mest effektive innsamlingsssystem for drikkevareemballasje, med over en million innsamlingspunkter.

Sirkel Glass AS er et returselskap for glassemballasje som sørger for at all glass- og metallemballasje som samles inn blir sortert og foredlet til råvarer til bruk i produksjon av nye produkter. Dette skjer på Sirkel Materialgjennvinnings anlegg i Fredrikstad. Glassråvaren blir blant annet sendt til glassverk i Europa, som igjen produserer ny glassemballasje.



## Organisatoriske endringer

I 2020 har Vinmonopolet fått fire nye medlemmer på plass inn i ledergruppen.

Linda Frid Andresen tar over rollen som direktør for Kjededrift og Utvikling. Linda kommer til oss med erfaring som administrerende direktør for ARK Bokhandel og Fargerike Norge. Avdelingen får også ny organisatorisk rolle i 2020. En av de viktigste endringene er etablering av en tydelig funksjon som har ansvar for kundereisen, på tvers av alle kanaler i Vinmonopolet. Det handler om at vi ønsker et «sømløst kundemøte», at kundene våre skal treffe Vinmonopolet på samme måte uansett om det skjer digitalt eller i butikk. Med dette blir netthandel omorganisert under Kjededrift, og avdelingen Digitalisering og netthandel bytter dermed navn til Strategi og Digitalisering. Lars Thorenfeldt er ansatt som ny direktør. Lars, har tidligere vært sjef for Kjedeutvikling i Vinmonopolet i syv år og kjenner bedriften godt.

Ny direktør for Organisasjon og HR er Elisabeth Ramstad. Hun kommer fra en stilling som avdelingsdirektør og HR-sjef i Direktoratet for økonomistyring.

Bjørn- Egil Ekhaugen er ansatt som ny direktør for Økonomi og anskaffelser. Han har erfaring fra forskjellige roller innenfor økonomi og finans og revisjon. Han kom fra rollen som direktør for økonomi og finans i Mesta AS og har blant annet vært økonomidirektør i NorgesGruppen ASA. I 2020 ble det også besluttet at Juridisk enhet flyttes til Økonomi og anskaffelser.





**Del 1**

---

# **Bærekraft i Vinmonopolet**



# Bærekraft

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

## Alkohol og helse

Vinmonopolet har en viktig rolle i samfunnet med å begrense skadevirkningene av alkohol og er et viktig alkoholpolitisk virkemiddel for å sikre ansvarlig salg. Dette er vårt samfunnsoppdrag. Vi ønsker å bidra til at samfunnet oppnår FNs bærekraftsmål nr. 3.5, som handler om å styrke forebygging og behandling av misbruk, blant annet av narkotiske stoffer og skadelig bruk av alkohol.

## Etikk og sosiale forhold

Vi er opptatt av at menneskene som bidrar til produksjonen av varene vi selger skal jobbe under anstendige forhold. Grunnleggende menneskerettigheter og

arbeidslivsstandarder skal bli respektert og etterlevd og våre leverandører skal opptre i tråd med våre forretningsetiske prinsipper. Arbeidet med å ta godt vare på våre egne ansatte er et prioritert område for å oppnå målene om å være en god og inkluderende arbeidsplass. Det innebærer blant annet å sørge for at våre ansatte har den rette kompetansen og at de lever opp til våre verdier og etiske retningslinjer. Vi ønsker å bidra til at samfunnet oppnår FNs bærekraftsmål nr. 8 Anstendig arbeid og økonomisk vekst.

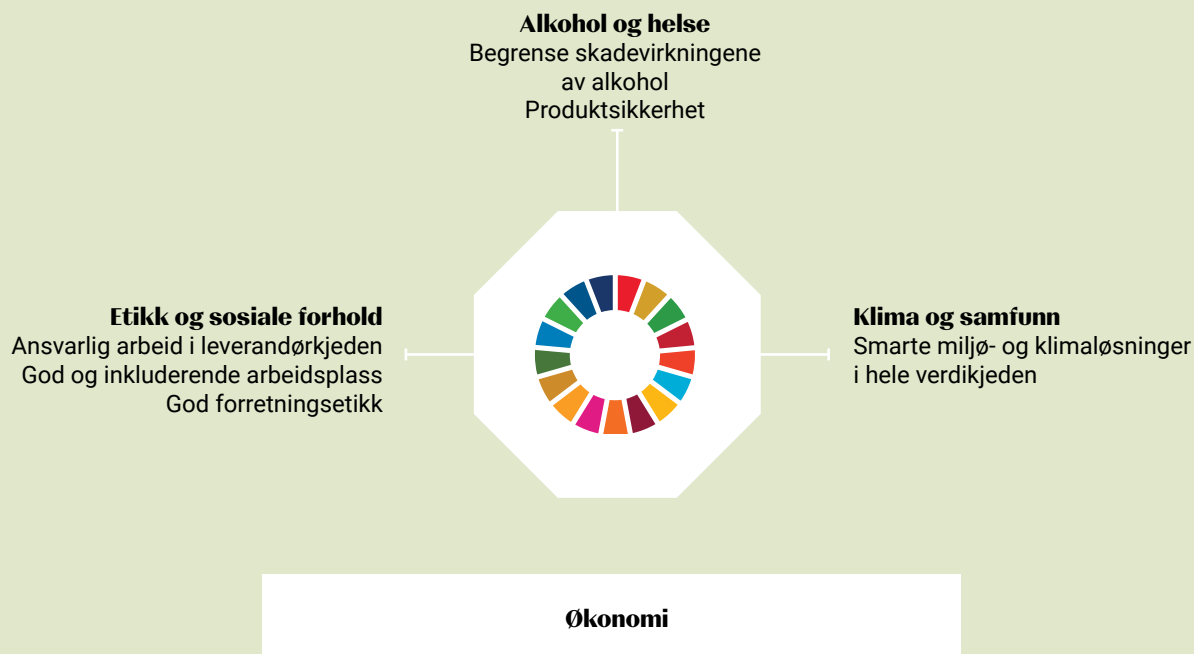
## Klima og miljø

Vinmonopolet ønsker å være en bidragsyter i kampen mot klima- og miljøendringer, og

tar et utvidet ansvar bakover i verdikjeden. Vi jobber for smarte miljø- og klimaløsninger i hele vår verdikjede, inkludert i egen drift. Vi ønsker å bidra til at samfunnet oppnår FNs bærekraftsmål nr. 13 om å stoppe klimaendringene samt nr. 12. ansvarlig forbruk og produksjon.

## Økonomi

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





# Vår bærekraftstrategi

Vinmonopolets arbeid med bærekraft fremstilles i vår bærekraftstrategi. Her kobler vi arbeidet vårt opp mot FNs bærekraftsmål.

Samfunnsoppdraget er kjernen i Vinmonopolets virke. Vi har utarbeidet en bærekraftstrategi som er tilpasset vår egenart og som er i tråd med dette viktige samfunnsoppdraget.

«Et bærekraftig selskap balanserer økonomiske, sosiale og miljømessige forhold på en måte som bidrar til langsiktig verdiskaping og slik at dagens behov ivaretas uten å ødelegge muligheten for at kommende generasjoner kan få dekket sine behov. Staten er opptatt av at selskapets virksomhet er ansvarlig. Det innebærer å identifisere og håndtere risikoen selskapet påfører mennesker, samfunn og miljø. Hensynet til

bærekraft og ansvarlig virksomhet er reflektert i statens forventninger til selskapene» – jf. Meld. St. 8 (2019-2020) Statens direkte eierskap i selskaper – Bærekraftig verdiskaping.









Gjennom de ambisjoner vi har satt oss i bærekraftstrategien, vil vi støtte opp om regjeringens oppslutning om FNs bærekraftsmål nr. 3 om god helse, og det globale målet til Verdens helseorganisasjon om minst 10 prosent reduksjon i skadelig bruk av alkohol innen 2025. Samfunnsansvar og bærekraft skal være en viktig og synlig del av merkevaren Vinmonopolet, hvor vi skal fremstå som en foregangsvirksomhet. Vi

skal redusere vår klimabelastning betydelig og vi skal være en pådriver for anstendig arbeid i leverandørkjeden. Motiverte og faglig dyktig ansatte er avgjørende for at vi skal være en attraktiv arbeidsplass og oppnå gode kundemøter, hvor veiledning av våre kunder på bærekraft vil få en naturlig plass. Vinmonopolet skal være en god og inkluderende arbeidsplass – Norges beste!

## Fundament



### Begrense skadevirkningene av alkohol – produktsikkerhet – god forretningsetikk

#### Strekksmål Innen følgende tema

1	2	3	4
<p><b>Bærekraftig forbrukeratferd</b></p>  <p>Vi skal legge til rette for at kundene tar bærekraftige valg.</p>	<p><b>Smarte miljø- og klimaløsninger</b></p>  <p>Vi skal redusere vår klimabelastning med 40 prosent innen 2030.</p>	<p><b>Anstendig arbeid i leverandørkjeden</b></p>  <p>Vi skal være en aktiv pådriver for anstendige arbeidsforhold i vår leverandørkjede.</p>	<p><b>God og inkluderende arbeidsplass</b></p>  <p>Vi skal være Norges beste arbeidsplass.</p>
			

# FNs bærekraftsmål – i Vinmonopolet

FNs bærekraftsmål er en felles, global plan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030. FNs bærekraftsmål bidrar til å sette prioriteringer og mål med Vinmonopolets bærekrafts-arbeid. Vi har valgt ut fem mål med fjorten delmål for å gjøre en forskjell.

FNs bærekraftsmål	FNs delmål	Vinmonopolets bidrag
<p>Sikre god helse og fremme livskvalitet for alle, uansett alder</p> 	<p><b>3.5</b> Styrke forebygging og behandling av rusmiddelbruk, blant annet misbruk av narkotiske stoffer og skadelig bruk av alkohol.</p> <p><b>3.9</b> Innen 2030 betydelig redusere antall dødsfall og sykdomstilfeller forårsaket av farlige kjemikalier og forurenset luft, vann og jord.</p>	<p>Vinmonopolet er et viktig alkoholpolitisk virkemiddel for å begrense skadevirkningene av alkohol. Vi forhindrer at mindreårige får tilgang til alkohol gjennom en effektiv alderskontroll og virkningsfulle holdningskampanjer som også retter seg mot de som kjøper alkohol til mindreårige. De siste to årene har vi også gjennomført holdningskampanjer som oppfordrer våre kunder til å reflektere over eget alkoholkonsum – f.eks. alkohol i forbindelse med studiestart og alkohol i setting med barn.</p>
<p>Fremme varig, inkluderende og bærekraftig økonomisk vekst, full sysselsetting og anstendig arbeid for alle</p> 	<p><b>8.5</b> Innen 2030 oppnå full og produktiv sysselsetting og anstendig arbeid for alle kvinner og menn, inkludert ungdom og personer med nedsatt funksjonsevne, og oppnå lik lønn for likt arbeid.</p> <p><b>8.6</b> Innen 2020 betydelig redusere andelen unge som verken er i arbeid eller under utdanning eller opplæring.</p> <p><b>8.7</b> Iverksette umiddelbare og effektive tiltak for å avskaffe tvangsarbeid, få slutt på moderne slaveri og menneskehandel og sikre at de verste formene for barnearbeid – inkludert rekruttering og bruk av barnesoldater – forbyes og avskaffes, og innen 2025 avskaffe alle former for barnearbeid.</p> <p><b>8.8</b> Beskytte arbeiderrettigheter og fremme et trygt og sikkert arbeidsmiljø for alle arbeidstakere, inkludert arbeidsinnvandrere og særlig kvinnelige innvandrere, og arbeidstakere i et usikkert arbeidsforhold.</p>	<p>Vi skal være en god og inkluderende arbeidsplass med høyt kompetente og motiverte medarbeidere som er ambassadører for Vinmonopolet. Vi jobber for å reflektere mangfoldet i samfunnet og vi tar inn lærlinger og personer på arbeidstrening. Vi jobber for å sikre riktig bemanning og redusere antall lave stillingsbrøker, og vi legger til rette for at våre ansatte skal kunne stå lengst mulig i stilling. Likestilling og lik lønn for likt arbeid er en selvfølge.</p> <p>Vi jobber for å sikre anstendig arbeid og fravær av alle former for menneskerettighetsbrudd i vår leverandørkjede. Vi stiller strenge etiske krav til alle leverandører, vi følger opp at produsentene etterlever kravene og vi gjennomfører programmer rettet mot bakenforliggende årsaker til utfordringer i risikoland – ofte i samarbeid med andre internasjonale organisasjoner. Blir vi gjort oppmerksomme på uønskede forhold i vår leverandørkjede, legger vi stor vekt på å følge opp dette.</p>

FNs bærekraftsmål	FNs delmål	Vinmonopolets bidrag
<p>Sikre bærekraftig forbruks- og produksjonsmønstre</p> 	<p><b>12.4</b> Innen 2020 oppnå en mer miljøvennlig forvaltning av kjemikalier og alle former for avfall gjennom hele livssyklusen, i samsvar med internasjonalt vedtatte rammeverk, og betydelig redusere utslipp av kjemikalier og avfall til luft, vann og jord for mest mulig å begrense skadevirkningene for folkehelsen og for miljøet.</p> <p><b>12.5</b> Innen 2030 redusere avfallsmengden betydelig gjennom forebygging, reduksjon, materialgjenvinning og ombruk.</p> <p><b>12.7</b> Fremme bærekraftige ordninger for offentlige anskaffelser, i samsvar med de enkelte landenes politikk og prioriteringer.</p> <p><b>12.8</b> Innen 2030 sikre at alle mennesker i hele verden har relevant informasjon om og forståelse av bærekraftig utvikling og et levesett som er i harmoni med naturen.</p>	<p>Vi legger til rette for at våre kunder kan ta bærekraftige valg hos oss gjennom god kundeveiledning, tydelig informasjon og et relevant utvalg av produkter med bærekrafts-egenskaper i vårt sortiment.</p> <p>Vinmonopolet har etablert en egen merkeordning for miljøsertifiserte produkter («Miljøsmart produksjon»), som gjør det enkelt for kundene å finne produkter som etterlever særlige miljøhensyn under produksjon. Vi jobber med å få ned emballasjevekten på våre produkter, og vi krever at alle nye produkter i basis med pantbar emballasje er tilknyttet panteordningen. Vi har utviklet en egen veileder for «design for gjenvinning» rettet mot våre leverandører. 50 øre av hver plastbærepose vi selger går til Handelens Miljøfond, som brukes til tiltak for økt plastgjenvinning og redusert plastforsøpling. Vinmonopolet stiller miljøkrav i alle relevante anskaffelser av driftsmidler.</p>
<p>Handle umiddelbart for å bekjempe klimaendringene og konsekvensene av dem</p> 	<p><b>13.3</b> Styrke enkeltpersoners og institusjoners evne til å motvirke, tilpasse seg og redusere konsekvensene av klimaendringer og deres evne til tidlig varsling, samt styrke kunnskapen og bevisstgjøringen om dette</p>	<p>Vi har som mål å redusere vår klimabelastning med 40 prosent innen 2030, og vi jobber aktivt med å implementere smarte miljø- og klimaløsninger i hele vår verdikjede. Produktemballasje utgjør vår desidert største klimabelastning og spesielt går det mye energi med til å produsere tunge glassflasker. Vi jobber derfor aktivt for å påvirke våre leverandører til å erstatte tunge glassflasker med annen og mer miljøsmart emballasje.</p> <p>For å redusere vår interne klima- og miljøbelastning følger vi ukentlig opp beste praksis gjennom et eget miljøstyringsverktøy. Vi er stolte av at alle våre butikker og vårt kjedekontor er Miljøfyrtårn-sertifisert.</p>
<p>Styrke gjennomføringsmidlene og fornye globale partnerskap for bærekraftig utvikling</p> 	<p><b>17</b> For å lykkes med bærekraftsmålene trengs det nye og sterke partnerskap. Myndigheter, næringslivet og sivilsamfunnet må samarbeide for å oppnå bærekraftig utvikling. Bærekraftsmålene skal fungere som en felles, global retning og prioritert innsats de neste 15 årene.</p> <p><b>17.16</b> Styrke det globale partnerskapet for bærekraftig utvikling og understøtte det med partnerskap mellom flere interessenter som kan mobilisere og dele kunnskap, ekspertise, teknologi og finansielle ressurser, for å bidra til at alle land, særlig utviklingslandene, oppnår bærekraftsmålene</p> <p><b>17.17</b> Stimulere til og fremme velfungerende partnerskap i det offentlige, mellom det offentlige og private og i det sivile samfunn, som bygger på partnerskapenes erfaringer og ressursstrategier</p>	<p>Gjennom medlemskap i ulike organisasjoner og programmer, og gjennom samarbeid og partnerskap med andre bedrifter og organisasjoner har vi større gjennomslagskraft til å nå både våre og verdenssamfunnets mål. Vi deler vår egen kompetanse og tilknytter oss viktig kompetanse og ressurser fra andre som vi ellers ikke ville hatt tilgang til om vi sto alene. Les mer om våre samarbeidspartnere i kapitlene Smarte miljø- og klimaløsninger (side 58) og Anstendig arbeid i leverandørkjeden (side 62).</p>

# Våre styrende dokumenter

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





---

### Alkoholforskriften

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

---

### Alkoholloven

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

amfori-medlemskap med forpliktelser:

---

### Code of Conduct

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

---

### Terms of Implementation for amfori Participants

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

---

### Arbeidsmiljøloven

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

---

### Butikkhåndboken

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

---

### Difi's standard kontraktvilkår for etiske krav

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

---

### Etiske retningslinjer for ansatte i Vinmonopolet

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

---

### EØS-avtalens artikkel 16

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

---

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

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

---

### Forskrift om offentlige anskaffelser

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

---

### Forskrift om Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet

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

---

### Generelle innkjøpsbetingelser for AS Vinmonopolet

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

---

### Instruks for personvern

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

---

### Lederhåndboken

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

---

### Lov om offentlige anskaffelser

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

---

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

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

---

### OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper

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

---

### Oppdragsbrevet

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

---

### Personalhåndboken

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

---

### Reglement for Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet

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

---

### Vinmonopolets Selskapsstrategi

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

---

### Vinmonopolloven

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

# Våre interesser

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

Gjennom Vinmonopolets rolle som alkoholpolitisk instrument, som en betydelig innkjøper og faghandelskjede og som arbeidsgiver, er Vinmonopolet med på å påvirke hverdagen til mange mennesker.

Gjennom god dialog med våre vesentlige interesser kan Vinmonopolet tidlig identifisere utfordringer og komme frem til bærekraftige løsninger.

Vårt interessentkart er satt opp gjen-

nom en bred og inkluderende prosess hvor representanter fra store deler av organisasjonen har vært med. Prosessen ble ledet av en ekstern partner (konsulentfirma).

## Eier

Det fremgår av Helse- og omsorgsdepartementets (HOD) oppdragsbrev at Vinmonopolet er et av de viktigste alkoholpolitiske virkemidlene for å begrense alkoholkonsumet og skadevirkningene av alkohol gjennom ansvarlig salg og begrenset tilgjengelighet. Vinmonopolet skal innrette sin virksomhet etter gjeldende alkoholpolitiske rammebetingelser, herunder reklameforbudet i alkoholloven. HOD forventer at Vinmonopolet implementerer bærekraft/samfunnsansvar i sitt arbeid på en helhetlig måte tilpasset selskapets egenart, og integrerer sosiale og miljømessige hensyn i sin virksomhet og i sine strategier. Selskapet skal ha retningslinjer for å forhindre og håndtere korrupsjon. HOD viser videre til Meld. St. 8 (2019-2020) Stans direkte eierskap i selskaper – Bærekraftig verdiskaping, herunder de generelle og mer spesifikke forventningene til hvordan de statlig eide selskapene arbeider med samfunnsansvar.

## Media

Media er en viktig kilde til informasjon om forhold som vedrører for eksempel uønskede arbeidsforhold i vår leverandørkjede. Ofte er denne type informasjon vel så viktig for oss som den informasjon vi selv klarer å fremskaffe blant annet gjennom våre revisjoner. Vinmonopolet legger vekt på å svare raskt og utfyllende på alle mediehenvendelser som kommer til selskapet og å aktivt følge opp relevante saker som blir omtalt i media. Vinmonopolet jobber også proaktivt overfor media, særlig for å oppnå mediedekning og dermed større oppmerksomhet om våre holdningskampanjer og andre utvalgte temaer. I 2020 har media skrevet om vår hold-

ningskampanje «Ny start» som rettet søkelyset mot drikkepress i forbindelse med studiestart. Kampanjen om «Alkohol i setting med barn» fikk også en viss mediedekning. På miljøfeltet har lokale medier skrevet om Vinmonopolets satsing på produkter med pant. Innen anstendig arbeid i leverandørkjeden ble Vinmonopolets oppfølging av en italiensk vinprodusent omtalt i internasjonale medier, blant annet i Tyskland og USA (se del 7).

## Importører

Importørene er Vinmonopolets første ledd bakover i leverandørkjeden og Vinmonopolets avtalepart. Det er importørene som tilbyr produkter som Vinmonopolet etter spør gjennom anbudsprosesser og det er importørene som er ansvar for å sikre gode arbeidsforhold bakover i verdikjeden. Importørene har med andre ord en viktig rolle i Vinmonopolets arbeid med bærekraft, enten det handler om å fremskaffe produkter med bærekraftsegenskaper når vi etterspør det, eller å sørge for gode arbeidsforhold hos produsentene og deres underleverandører. Avdeling Kategori og innkjøp har løpende dialog med de godt og vel 486 aktive importørene.

## Produsenter

Bak alle de mer enn 27 000 produktene vi selger i Vinmonopolet står en produsent som har sin kjede av underleverandører. Produsentene leverer de produkter vi etterspør i våre tendere og de må sørge for å ha gode arbeidsforhold som tilfredsstillende våre krav i Code of Conduct. De må også involvere sine ansatte i forhold som berører de på arbeidsplassen. Rent formelt er det importørene som har dialogen med produsentene, men Vinmonopolet søker å ha en

inkluderende dialog med de produsenter som vi har et aktivt oppfølgingsprogram med. Vinmonopolet legger vekt på å være en støtte for produsentene i denne prosessen.

## Kunder

Våre kunder er i stadig større grad opptatt av bærekraft. Vi legger derfor stor vekt på å møte denne interessen og vi ønsker å bistå våre kunder med å ta bærekraftige valg når de handler hos oss. Dette vil vi gjøre gjennom å ha et relevant produktutvalg, god kunnskap om bærekraft hos våre ansatte og tilgjengelig informasjon i våre ulike kanaler. Noen kunder forventer at Vinmonopolet tar ansvar på deres vegne for at produktene de kjøper hos oss er produsert på en bærekraftig måte. Dette ansvaret er vi innstilt på å innfri.

Våre om lag 43 millioner årlige kundemøter er hovedarena for å kommunisere med våre kunder og for å ta del i deres preferanser og forventninger til oss. Vi gjennomfører også en årlig kundeundersøkelse hvor vi blant annet registrerer kundenes oppfatning av Vinmonopolet innenfor bærekraft.

## Ansatte

Motiverte og faglig dyktige ansatte er avgjørende for at vi skal være en attraktiv arbeidsplass og oppnå gode kundemøter, hvor også veiledning av våre kunder på bærekraft har en naturlig plass. Arbeidet for å ta best mulig vare på våre ansatte, og sørge for at de har den rette kompetansen, er derfor noe vi prioriterer høyt for å oppnå virksomhetens mål. I tillegg bygger det opp under FN's bærekraftsmål nr. 8, anstendig arbeid og økonomisk vekst, og mål nr. 3, god helse. Vinmonopolet har som mål å være Norges beste arbeidsplass.

Interessenter	Tema som opptar interessentene	Ramme for interessentdialog
Eier	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vinmonopolets samfunnsoppdrag</li> <li>- Ansvarlig aktør</li> <li>- Ansvarlig salg</li> <li>- Likebehandling</li> <li>- Anti-korrupsjon</li> <li>- Ansvarlig arbeid og menneskerettigheter i leverandørkjeden</li> <li>- Klima og miljø</li> <li>- HMS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Halvårlige kontaktmøter og årlig møte med tema samfunnsansvar.</li> <li>- Rapportering på indikatorer knyttet til samfunnsoppdrag (halvårlig), samfunnsansvar (årlig) og likebehandling (årlig) i oppdragsbrev.</li> </ul>
Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vinmonopolets rolle og samfunnsoppdrag</li> <li>- Klima og miljø</li> <li>- Arbeidsforhold i leverandørkjeden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rask og utfyllende besvarelser på alle medie-henvendelser og aktiv oppfølging av relevante saker som blir omtalt i media.</li> <li>- Aktivt søke å få media til å dekke våre holdningskampanjer og utvalgte tema.</li> </ul>
Importører	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Likebehandling</li> <li>- Lønnsomhet</li> <li>- Tilby «bærekraftige produkter»</li> <li>- Støtte i arbeidet med å følge opp Code of Conduct</li> <li>- I økende grad etterlevelse av Code of Conduct.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kontaktmøter med bransjeforeningene VBF (seks faste møter pr. år) og med Dråper i Glasset ved behov.</li> <li>- Informasjon på leverandørportal.</li> <li>- Lanseringsplaner med tendere på nye produkter.</li> <li>- Dialogmøter og løpende korrespondanse.</li> <li>- Kurs og Webinarer.</li> <li>- e-kurs (Etterlevelse av Code of Conduct).</li> </ul>
Produsenter	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Likebehandling</li> <li>- Anerkjennelse av deres programmer og sertifiseringer</li> <li>- Rette opp et evt. dårlig inntrykk etter anklager i media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurs/opplæring</li> <li>- Webinarer</li> <li>- Revisjoner/Pre-Assessments</li> <li>- Veiledning og oppfølging</li> <li>- Handlingsplaner ved brudd på CoC</li> </ul>
Kunder	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktsikkerhet</li> <li>- Klima og miljø</li> <li>- Ansvarlig konsum (respons på våre holdningskampanjer)</li> <li>- I økende grad etisk handel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kundemøter</li> <li>- Kundemagasinet Vinbladet</li> <li>- Podcast</li> <li>- Nettside, nettbutikk og SOME</li> <li>- Holdningskampanjer</li> <li>- Kundeundersøkelser</li> </ul>
Ansatte	<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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dialog ansatt/ leder</li> <li>- Enhets-/Personalmøter</li> <li>- Medarbeidersamtale (årlig)</li> <li>- Medarbeiderundersøkelse (annethvert år)</li> <li>- Regelmessige møter i AMU, Sentralt kontaktforum og Partssammensatt utvalg.</li> <li>- Kurs og opplæring i Polakademiet</li> </ul>


# Det vesentlige

Vårt søkelys på bærekraft og våre vesentlige temaer innenfor bærekraft er fastsatt gjennom en vesentlighetsanalyse. Der har vi identifisert temaene innen for bærekraft som er viktige for oss og våre interessenter.

Vesentlighetsanalysen ble første gang gjennomført i 2017, da et bredt utvalg av ansatte fra store deler av organisasjonen deltok. Gjennom vesentlighetsanalysen

definerer vi prioriterte områder innenfor bærekraft. I 2019 oppdaterte vi analysen og inkluderte et nytt tema – bærekraftig forbrukeradferd. I de kommende kapitlene

kan du lese mer om hvordan vi jobber med hvert av disse syv temaene, og hvordan vårt arbeid med disse temaene bidrar til å oppnå FNs bærekraftsmål.

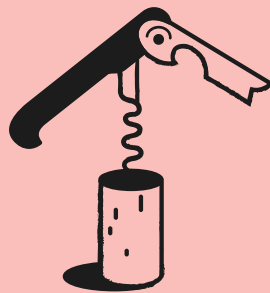
Tema	Bærekraftsmål
Begrense skadevirkningene av alkohol	 
Produktsikkerhet	  
God forretningsetikk	 
Bærekraftig forbrukeradferd	   
Smarte miljø- og klimaløsninger	   
Anstendig arbeid i leverandørkjeden	   
God og inkluderende arbeidsplass	



**Del 2**

---

# **Begrense skadevirkningene av alkohol**



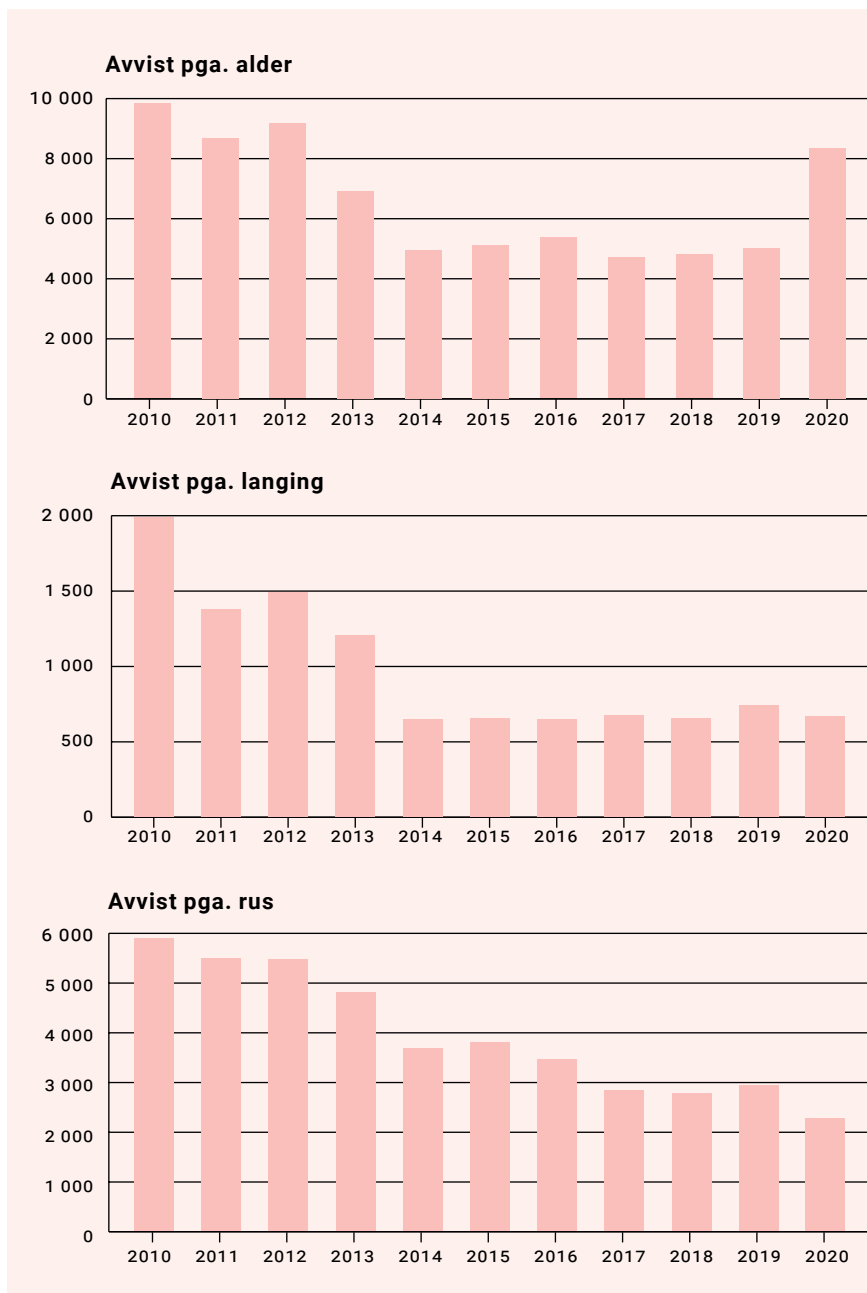
# Begrense skadevirkningene av alkohol

Det viktigste vi gjør i Vinmonopolet, er å oppfylle samfunnsoppdraget vårt – å begrense skadevirkningene av alkohol.

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

## Vi selger alkohol med ansvar

Gjennom vinmonopolordningen er salg av alkohol strengt regulert i Norge. Gjennom fravær av mersalg og salgskampanjer, alkoholreklameforbud og streng kontroll av blant annet alder, driver Vinmonopolet et ansvarlig salg. Vinmonopolet er svært opptatt av å hindre salg av alkohol til mindreårige. For å sikre dette ber vi blant annet alle kunder under 25 år om å vise legitimasjon uoppfordret. Dette gjelder ved kjøp i Vinmonopolets butikker og ved utlevering av varer som er bestilt gjennom nettbutikken og Kundesenteret. Vi arbeider også for å forhindre langing av alkohol fra voksne til mindreårige, og vi avviser alle kjøp hvor det er en reell mistanke om langing. Vi avviser også alle forsøk på kjøp hvis kunden er synlig beruset.



### Registrert ansvarlig salg

I kassene våre måler vi hvor mange ganger legitimasjon blir vist uoppfordret, og hvor ofte vi må spørre om legitimasjon. På grunn av den store kundetilstrømmingen i 2020 er tallene langt høyere enn tidligere. Totalt ble alder kontrollert i nesten 4,5 millioner kundemøter. Dermed ble alder kontrollert i 10,4 prosent av de totalt nesten 43 millioner kundemøtene i butikk i 2020.

### Holdningskampanjer 2020

Vinmonopolet gjennomfører normalt holdningskampanjer knyttet til blant annet alderskontroll og langing gjennom året. Situasjonen i 2020 har vært annerledes, og budskapene vi har kommunisert ut gjennom butikker og kommunikasjonskanaler har i stor grad vært preget av koronainformasjon og godt smittevern. Året startet som normalt, med oppmerksomhet rettet mot alderskontroll, og utdeling av kjærlighet på pinne til ungdom som uoppfordret viser legitimasjon i butikk. Da koronatiltakene slo til for alvor fra den 12. mars ble holdningskampanjene satt på vent fram til sommeren. Arbeidet startet opp igjen først og fremst med en intern kampanje om å spørre når en er i tvil om alder på unge kunder. Kampanjen bestod av flere filmsnutter hvor alle medarbeidere ble invitert til å gjette alder på personer. Kampanjen skapte stor oppmerksomhet, og tydeliggjorde for alle hvilke retningslinjer som gjelder i ulike situasjoner. Samtidig har vi gjennom perioden benyttet media, nettside og sosiale medier på samfunnsoppdraget og betydningen av et ansvarlig salg av alkohol.



**Passport Control**

## Ikke kjøp alkohol til mindreårige!

Det er ikke verdt å knuse drømmen om å reise til USA fordi du ønsket å hjelpe en mindreårig venn.

*Les mer på [vennelanging.no](http://vennelanging.no)*

 **VINMONOPOLET**

### Stille alderskontroll

For å følge opp at vi ikke selger alkohol til mindreårige, gjennomfører vi såkalt «stille alderskontroll» i våre butikker. Personer mellom 18 og 25 år rapporterer om de har blitt bedt om legitimasjon. Resultatene viser at de i 91 prosent av tilfellene ble spurt om legitimasjon. Vi hevet målet vårt fra 90 prosent i 2019 til 95 prosent i 2020 men ser at vi ikke når dette ambisiøse målet. Hver eneste butikk ble kontrollert 20 ganger i 2020, noe som ga totalt 6 267 gjennomførte kontroller. På grunn av koronasituasjonen ble det ikke foretatt «stille alderskontroll» i mars og april i 2020. Dette er årsaken til at antall kontroller har gått fra 24 per butikk i 2019 til 20 i 2020 og det totale antallet kontroller har gått ned fra 7 496 til 6 267.

«Best» er ny leverandør av utlevering

på dør for Vinmonopolet, og startet tjenesten 22. oktober. Det er utført 20 «stille alderskontroll» kontroller i november med treff på 16 av disse, altså 80 prosent. Vi har avholdt samtaler med Best hvor vi har er bedt om en plan for hvordan de skal oppnå treff på kontrollene i henhold til mål på 95 prosent.

### Juventes kontroll

Vinmonopolet følger tett Juventes skjenkekontrollen, hvor mindreårige medlemmer av ungdomsorganisasjonen forsøker å kjøpe alkohol i dagligvarehandelen og på Vinmonopolet. Normalt gjør Vinmonopolet det veldig bra i disse testene. Juvente har tatt en pause i testen sin i 2020, da de fant at det ikke var forsvarlig å sende ungdom på tur rundt om i landet under koronapandemien.

## Økt bevissthet om konsekvensene av alkoholkonsum

Gjennom høsten 2020 utvidet vi kommunikasjonsarbeidet til å inkludere flere målgrupper og temaer enn tidligere. Vi gjennomførte en ny holdningskampanje knyttet til «ny start», som også omfattet studiestarten i august/september. Vi bidrar til at unge får et mer bevisst forhold til sine egne grenser. Tre av ti unge sa i en undersøkelse gjennomført av Vinmonopolet at de føler seg presset til å drikke mer enn de er komfortable med. Halvparten av studentene i undersøkelsen opplever drikkepress fra medstudenter og tøying av egne grenser i forbindelse med studiestart. Målgruppen for kampanjen var unge mennesker mellom 18 og 28 år som skulle begynne på skole, universitet eller i ny jobb. Målet med kampanjen var både å hjelpe unge mennesker med å forstå sin egen relasjon til alkohol, og å gi dem gode verktøy for hva de kan gjøre for å få den relasjonen de ønsker til alkohol. Vi ønsket at unge kunne ta mer bevisste valg i relasjon til alkohol. Overordnet budskap for kampanjen var «Hvor mye kan du drikke før du ikke lenger er den du vil være?»

Fram mot jul var Vinmonopolet også ute med en ny film som satte søkelyset på alkohol i settinger med barn. Julen og alt som hører med har dype tradisjoner. Alkoholkonsum er en naturlig del også i sammenhenger der barn er til stede. Dessverre er det slik at noen barn forbinder høytider med alkohol og utrygghet. Vi ønsker at barn skal slippe vonde opplevelser med berusede voksne. Vinmonopolet ønsket å bidra med et omsorgsfullt råd om at alle voksne bør ha ansvarlig og balansert relasjon til alkohol når barn er til stede. Vi ønsket at skulle reflektere over spørsmålet: «Hvor mye kan du drikke før du ikke lenger er den mammaen, pappaen eller bestemoren som du ønsker å være?»

### Lokale helter

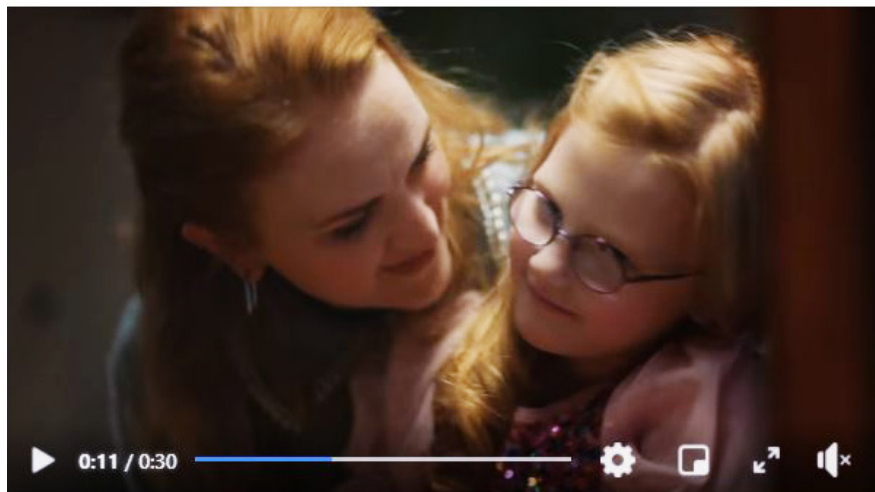
De lokale heltene er en gjeng engasjerte butikksjefer spredd rundt i hele landet som bidrar til å dele viktige budskap om



Vinmonopolet

Publisert av Hege-Lill Hagen Asp · 30. november 2020

Det er viktig å huske på at barn merker en forskjell hos voksne lenge før vi selv merker det. Derfor ønsker vi å bidra med et omsorgsfullt råd om at alle foreldre, onkler, tanter og besteforeldre har en ansvarlig og balansert relasjon til alkohol når barn er til stede.



286 795

Antall personer nådd

15 643

Engasjement

Frem innlegg

Vinmonopolets rolle og ansvar via lokalpressen til sine lokalmiljø. Formålet med de lokale heltene er å skape større forståelse for Vinmonopolets samfunnsoppdrag og rolle i samfunnet. I 2020 var det eksempelvis ekstra viktig at polkøen til jul ble kortest mulig da julehandelen kunne utfordre smittevernet. De lokale heltene bidro i stort monn, og hundrevis av polfolk landet rundt uttalte seg til pressen om viktigheten av å spre julehandelen utover i løpet av årets siste måneder.

### Samarbeid med Av-og-til

Av-og-til er en alkovevttorganisasjon som jobber for godt alkovevtt i situasjoner der alkohol utgjør en risiko eller kan være til ulempe for andre. Alkohol i settinger med barn er en slik type situasjon. Vinmonopolet startet i 2019 et samarbeid med Av-og-til for å synliggjøre denne tematikken. Det gode samarbeidet fortsatte i 2020. En av tingene vi samarbeidet om var en felles spørre-

undersøkelse rundt nordmenns alkoholvaner i julen, med ekstra vekt på annerledes-julen 2020. Vi samkjørte også kampanjene våre for å få et ekstra oppmerksomhet om temaet.

### Samarbeid med Blå Kors

Blå Kors jobber med forebyggende tiltak, spesielt rettet mot barn og unge, samt behandling og oppfølging etter behandling. Organisasjonen har i over hundre år gjort en viktig innsats i Norge for å hjelpe personer som direkte eller indirekte er rammet av rusproblemer. Vinmonopolet startet i 2020 et samarbeid med Blå Kors. Sammen ønsker vi å motivere kundene til å reflektere mer over egen drikking – og dette gjelder særlig unge voksne. Vi samarbeidet også om å forsøke å øke alkoholfrie drikkevarer sin status i sosiale og festlige lag. Alkoholfritt trenger ikke kun å være en erstatning. Nå har finnes det så mye godt alkoholfritt at det også kan være selve drikken.





Bare i november og desember ble rundt 250 ansatte intervjuet av lokal og regionalpresse – her er et lite utvalg.

## Ansvarlig alkoholkonsum

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

Regjeringen har sluttet opp om Verdens helseorganisasjons globale mål om 10 prosent reduksjon av skadelig bruk av alkohol innen 2025, og Vinmonopolets bærekraftstrategi støtter dette målet. Ett verktøy for å få dette til, er å fremme alkoholfrie alternativer. Vi skal være en faghandel også på alkoholfritt både i kundemøtet og i vårt utvalg av produkter. I 2020 lanserte vi 32 nye, alkoholfrie produkter og vi ser at

spesielt alkoholfri musserende er populært hos kundene. I 2021 planlegger vi lansering av flere alkoholfrie brennevinsprodukter, som er en trend vi ser både i Norge og internasjonalt. Salget av alkoholfritt har hatt en vedvarende vekst over flere år og Vinmonopolet vil fortsette satsingen på alkoholfritt i 2021. Vi ønsker også å vektlegge produkter som har et litt lavere alkoholinnhold enn det som er vanlig innen samme produkttype eller vinstil. I 2020 lanserte vi et knippe hvite og musserende viner med to-tre prosent lavere alkoholinnhold. Etter spørsele etter NoLo-produkter (produkter uten eller med lite alkohol) øker både i Norge og internasjonalt. Denne trenden fortsetter vi å ta med inn i planleggingen av våre lanseringer. Forbrukere i alle aldre har et bevisst forhold til helse og sunnhet, og mange ønsker drikkevarer med lavere

alkoholstyrke – eller helt alkoholfrie varer. Samtidig er smak og kvalitet fremdeles den viktigste driveren for kundene. Som faghandel er vår kompetanse på smak og kvalitet avgjørende også i arbeidet med å legge til rette for et ansvarlig alkoholkonsum.

## Vi når ut til våre kunder på flere måter – Vinmonopolets kommunikasjonskanaler

### Vinmonopolets podkast

## Mest spilt i 2020

1

Dypdykk i Burgund  
med Per Mælang

2

Frankrike på 50 min

3

Lytterspørsmål  
– Hva er en supertoskaner?

# 1 296 445

avspillinger totalt siden  
oppstart i 2015

# 564 330

avspillinger i 2020

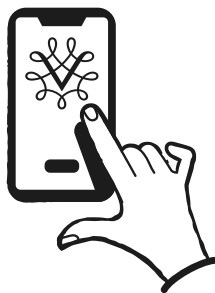


61  
nye episoder  
publisert i 2020



### Vinbladet

Vinbladet ble etablert i 1988. I 2020 gjennomgikk bladet en omlegging i tråd med ny merkevareprofil. Vinbladet fikk nytt format og nye hovedmålgrupper – de aller mest interesserte kundene våre. Frekvensen ble endret til fire utgaver i 2020. Vinbladet deles ut gratis i våre butikker og sendes ut med post til ca. 47 000 faste abonnenter. Opplaget var rundt 80 000 per utgave.



# 17,5 mill. klikk

Vinmonopolet.no hadde i 2020  
17,5 millioner klikk, en økning på  
cirka 25 prosent fra 2019.

### Sosiale medier

Innholdet produseres innenfor rammer og føringer gitt i Oppdragsbrevet, alkohol-loven og Vinmonopolloven.

**Facebook:** Ved utgangen av året hadde Vinmonopolet over 36 000 følgere på Facebook, en økning på 12 prosent sammenlignet med 2019.

Kanalen skal gi kunnskap som øker bevissthet, ikke forbruk. Her viser vi frem arbeidet vi gjør med ansvarlig salg og siden er med på å befeste vår posisjon som en foregangsvirksomhet innen bærekraft. I 2020 var det filmen «Barna merker det før du merker det» som ble eksponert for flest mennesker.

**LinkedIn:** LinkedIn er en forholdsvis ny kanal for Vinmonopolet, og vi har det siste året hatt en økning i antall følgere på i overkant av 30 prosent.

Muligheten til å dele vår lidenskap for vin er fraværende. I stedet deler vi vår lidenskap for alt det andre samfunnsoppdraget, vårt utvidede samfunnsansvar, og ikke minst vår flotte arbeidsplass!

**Del 3**

---

# **Produkt- sikkerhet**



# Produktsikkerhet

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

Produktsikkerhet er et prioritert område for Vinmonopolet. Vi sørger for at produktene vi selger har riktig kvalitet og er korrekt merket. Vi selger over 27 000 forskjellige produkter fra 88 ulike land. Felles for disse varene er at de har vært gjennom grundige analyser hos den enkelte produsent og hos Vinmonopolet for å sikre at varene du kjøper på Vinmonopolet er trygge. Produktsikkerheten er regulert av et omfattende regelverk. For å sikre at våre produkter er i overensstemmelse med gjeldende regelverk, tar Vinmonopolet kontinuerlig ut prøver til kjemisk analyse. Vi er del av et nettverk som bidrar til å holde oss faglig oppdatert på produksjonsteknologi, risikoer, analyse-metodikk og endring i regelverket.

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



Trygve Brekke, leder produktkvalitet i Vinmonopolet

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

## Trygge produkter hos Vinmonopolet

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

- Vi utfører årlige stikkprøvekontroller for å identifisere produkter med uønskede kjemiske komponenter og hindre salg av disse.
- Vi holder oss oppdatert på informasjon om negative helseeffekter i vin blant annet gjennom medlem skap i OIV (Organisation Internationale de la Vigne et du Vin).
- Samarbeid mellom de nordiske monopolene sikrer gjensidig varsling når man oppdager alvorlige kvalitetsavvik.

- Vi analyserer produktene våre for tilsetningsstoffer for å sikre at innholdet er i overensstemmelse med gjeldende regler for grenseverdier.
- Produkter som blir identifisert med alvorlige feil, blir umiddelbart sperret for salg.

### Korrekt informasjon og merking

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

Følgende tiltak gjennomføres for å holde dette løftet:

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

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

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





**På et tapperi** hos en vin produsent i Sør-Amerika. Arbeideren kvalitetssjekker flaskene før de blir fylt opp.

## Utfordringer

### Fremmedstoffer

For vin, øl og brennevin er antallet fremmedstoffer forholdsvis begrenset. Disse stoffene er som regel relatert til tungmetaller og soppgifter (mykotoksiner). Internasjonalt arbeides det kontinuerlig for å begrense forekomsten av disse stoffene. Dette resulterer i bedre produksjonsmetoder som gjør at grenseverdiene for disse kontaminantene kan reduseres.

### Patogene bakterier

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

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

### Hjelpestoffer og tilsetningsstoffer

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

### Andre utfordringer

Vinmonopolet selger årlig mellom 80 og 100 millioner enheter, og som i år enda mer. Dessverre opplever vi at enkelte produkter eksploderer, men det er heldigvis forholdsvis sjelden. Årsaken kan være feilproduserte flasker med svekkelse i glasset eller utilstrekkelig stabilisering med påfølgende mikrobiologisk vekst. Konsekvensene av denne type avvik kan resultere i eksplosjoner og personskaade. Disse avvikene har derfor høy prioritet. Tiltak vil ofte være å sperre produktet for salg inntil årsaken er avklart.

## Arbeid med produktsikkerhet i 2020

### OTA i vin

OTA (Ochratoksin A) er en soppgift som kan dannes på druene under gitte betingelser. I samarbeid med de nordiske monopolene ble det utført en stikkprøvekontroll av viner på det nordiske markedet. Totalt ble det analysert 57 prøver. Alle OTA-verdiene lå under grenseverdien på 2 µg/kg.

### Kobber i økologiske viner

Begrensede muligheter for bruk av planterevmidler i økologisk landbruk, har ofte vært kompensert ved bruk av noe mere kobber. Vinmonopolet har i 2020 analysert 53 av de bestselgende økologiske vinene med hensyn til kobber. Resultatene viste at alle vinene var langt under grenseverdien for kobber som er 1 mg/liter.

### PFAS i viner fra Veneto

PFAS er organiske forbindelser som inneholder fluor. Dette er komponenter som brukes i fremstilling av teflon og skismøring med mer. I Nord-Italia har enkelte drikkevannskilder blitt kontaminert med

PFAS. Vinmonopolet utførte i 2020 en analyse av ti viner fra Veneto. Det ble påvist PFAS i alle prøvene. Foreløpig er det ikke satt grenseverdier for disse forbindelsene i næringsmidler. Vinmonopolet vil følge opp med en utvidet analyse i 2021.

### Gluten

I et samarbeidsprosjekt mellom de nordiske monopolene ble det gjort analyser av glutenfrie produkter. Det ble totalt analysert 29 produkter, resultatene viste at fire produkter hadde gluteninnhold over maksgrense på 20 mg/kg. Ingen av disse produktene er i Vinmonopolets sortiment.

### Analyser for å sikre korrekt kundeinformasjon

Vinmonopolet analyserte totalt 1 490 produkter i 2020. Varene ble valgt på bakgrunn av salgstall fra basis-, parti-, tillegg- og bestillingsutvalg. Ca. 9 prosent av analyse-resultatene vist at det var avvik i forhold til faktisk verdi og verdiene i Vinmonopolets kundeinformasjon.

### Varer med for høyt CO<sub>2</sub>-innhold

Varer med for høyt CO<sub>2</sub>-nivå kan utgjøre en helseisiko på grunn av eksplosjonsfaren. Årsaken til høyt CO<sub>2</sub>-innhold er utilstrekkelig stabilisering og fravær av konserveringsmidler, noe som gir økt risiko for mikrobiologisk vekst. Manglende stabilisering er et tilbakevendende problem hos småskala-produsenter av øl og alkoholfrie produkter. Feilproduserte flasker er en annen kilde til eksplosjoner.

I 2019 utgjorde kundereklamasjonene på grunn av «høyt trykk» 0,06 promille av totalsalget. I 2020 utgjorde disse avvikene 0,01 promille av totalsalget. Tallene for 2020 viser at det ble oppdaget betydelig flere avvik i forbindelse med «høyt trykk» i butikk før varene kom ut til kunde. Dette betyr at kundene i mindre grad opplever silke avvik. VI har fulgt opp enkeltprodusenter tett i forbindelse med dette, og avvik med hensyn til «høyt trykk» for alkoholfrie produkter har falt fra 4 497 i 2019 til 296 i 2020 for.

### Rapporterte hendelser av reklamasjoner på grunn av overtrykk.

I 2020 ble det registrert 23 produkter som «eksploverte» av 108 287 178 totalt solgte produkter. Dette utgjør én flaske per 4,7 millioner solgte enheter. Musserende vin og øl hadde høyest frekvens av «eksplosjoner» (til sammen 65 prosent) i 2020. Det er ikke rapportert om skader på grunn av «eksplosjoner» i 2020.



**8 858 240**  
Totalt solgte enheter (øl)  
**1 639**  
Registrerte reklamasjoner  
på grunn av høyt trykk



**9 591 657**  
Totalt solgte enheter  
(musserende vin)  
**28**  
Registrerte reklamasjoner  
på grunn av høyt trykk



**1 682 470**  
Totalt solgte enheter  
(alkoholfritt)  
**296**  
Registrerte reklamasjoner  
på grunn av høyt trykk

### Antall rapporterte hendelser som ikke er samsvar med regelverker for grenseverdier, informasjon og merking

Obligatorisk merking av alkoholfrie og alkoholholdige produkter er regulert av forskrift

om mat informasjon til forbrukerne. Vinmonopolet har i 2020 innført nye rutiner for å kontrollere at

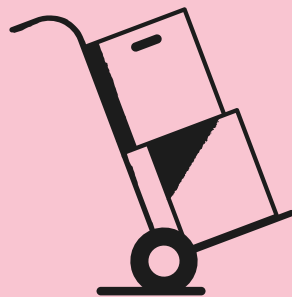
den obligatoriske merkingen er korrekt. Det ble totalt registrert fem avvik ved manglende merking

og merking som ikke er i henhold til gjeldende regelverk.

**Del 4**

---

# **God forretningsetikk**



# God forretningsetikk

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

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

Vinmonopolets innkjøpsprosesser er særlig utsatt for uønsket påvirkning, og da særlig de forretningsprosessene som er tilknyttet lokal liste og spesialutvalg. For å redusere risikoen har Vinmonopolet derfor klare retningslinjer for personlig adferd i våre «Etske retningslinjer for alle ansatte i Vinmonopolet». Disse retningslinjene skal forhindre misbruk av posisjon i de markeder der Vinmonopolet er dominerende aktør. Retningslinjene virker også forebyggende, og sikrer innsyn og kontroll slik at eventuelle kritikkverdige forhold oppdages og ryddes opp i. Det blir også reagert overfor ansatte som har handlet i strid med reglene.

Det etiske regelverket ble oppdatert i januar 2020. Det er opprettet et sentralt register hvor alle ansattes Brønnøysund-registrerte næringsverv fremgår, for å sikre åpenhet og transparens om våre ansattes eventuelle bindinger.

Det er i 2020 gjennomført en risikoanalyse og foreslått en rekke tiltak for å hindre seksuell trakassering i Vinmonopolet.

## Regler for innkjøp av alkoholholdige drikkevarer

Innkjøpsprosessen for alkoholholdig drikke er regulert i forskrift om Vinmonopolets

innkjøp. Forskriften bestemmer at innkjøp skal skje innenfor alkoholpolitiske rammevilkår.

Likebehandlingsprinsippet er særlig sentralt i Vinmonopolets innkjøpsregler, sammen med forutsigbarhet, konkurranse og etterprøvnbarhet. Vinmonopolet har fem produktutvalg, disse kan du lese om på våre nettsider: [vinmonopolet.no/innkjopsprosess](http://vinmonopolet.no/innkjopsprosess).

## Spesialutvalg og lokal liste

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

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

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

- b. Produsent, område eller vinmark med særlig høy nasjonal eller internasjonal anerkjennelse
  - c. Spesielt klassisk eller nyskapende produkt innenfor sin kategori
  - d. Spesielt høy teknisk kvalitet
3. Produktet må forventes å være etterspurt i Norge, i minst den mengde som kjøpes inn.

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

Det utarbeides en lanseringsplan for spesialutvalget som godkjennes av ansvarlig leder. Grunnlag for anbudsinnbydelser sendes leder for kategori og innkjøp for godkjenning. Leder for innkjøp og produktkvalitet vurderer innstilt tilbud mot anbudsinnbydelse før eventuell god







Vinmonopolet er en ansvarlig samfunnsaktør med bærekraftig og rettvis forretningsetikk.

kjenning av kjøp. Grossisthandel måles for lanseringer de siste tolv månedene, og det er også føringer på hvor stor andel/kjøp som kan gjøres fra en grossist.

### Regler for innkjøp av driftsmidler

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

### Ansvar

- Ansvar for at regler overholdes, ligger hos Administrerende direktør.
- Direktør for Kategori og innkjøp og for Kjededrift og utvikling har et spesielt ansvar for å påse at reglene overholdes, da kontakt mellom ansatte og leverandører i hovedsak inntreffer gjennom produktsjefer og butikkansatte.
- Vinmonopolets tre jurister jobber på oppdrag for hele bedriften for å ivareta etterlevelse av regelverk. De er organisert under direktør for Økonomi og Anskaffelser.
- Vinmonopolet har en internrevisjonsavdeling bestående av to personer,

med en ansvarlig revisor. Internrevisjon gjennomfører ulike undersøkelser for å kontrollere at det etiske regelverket blir fulgt.

- Juridisk har ansvaret for det etiske regelverket, mens Organisasjon og HR har ansvaret for å sørge for opplæringsprogram for ansatte.

### Varslingskanal

- Vinmonopolet oppfordrer åpent og aktivt alle om å varsle oss om kritikkverdige forhold. Vinmonopolet har tredjeparts mottak av varsler ved KPMG. Vinmonopolets varslingskanal sikrer varslere full anonymitet der de ønsker det. Varslingskanalen er tilgjengelig og kjent både for allmennheten og Vinmonopolets ansatte. Det informeres og linkes til denne på [vinmonopolet.no](http://vinmonopolet.no) og Workplace. Varslingskanalen skal gjøre det enkelt og trygt å varsle om kritikkverdige forhold i Vinmonopolet, både i og utenfor Vinmonopolets organisasjon.
- Vinmonopolets varslingsråd består av leder for Bærekraft, leder for Juridisk og to representanter fra HR.
- Vinmonopolet mottok 13 varsler gjennom varslingskanalen i 2020. Mange av sakene gjaldt imidlertid forhold som følges opp av Organisasjon og HR-avdelingen.

## Etisk regelverk

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

### Retningslinjene omtaler blant annet regler knyttet til

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

### Klager

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

Vinmonopolet fikk inn ti klagesaker i 2020. Vi har fått medhold i åtte saker og ikke medhold i én sak.

## NULL KLAGER I KOFA

Klagenemnda for offentlige anskaffelser(KOFA) håndterer klager som gjelder brudd på regelverket for offentlige anskaffelser. Vinmonopolet har i 2020 ikke mottatt klage til KOFA eller for øvrig i rettssystemet.

**Del 5**

---

# **Bærekraftig forbrukeradferd**



# Bærekraftig forbrukeradferd

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

Norske forbrukere viser en økende interesse for bærekraft, og mange sier de vektlegger bærekraftige egenskaper ved produktene de kjøper. Vinmonopolet ønsker å imøtekomme denne trenden og bistå våre kunder til å ta bærekraftige valg når de handler hos oss. Arbeidet med bærekraftig forbrukeradferd bygger opp under FNs bærekraftsmål nr. 3, god helse, og nr. 12, ansvarlig forbruk og produksjon. Mer spesifikt vil vi bidra med å styrke forebygging av misbruk og skadelig bruk av alkohol (delmål 3.5) og sikre at folk får relevant informasjon, om og er bevisst på en bærekraftig utvikling og livsstil (delmål 12.8). Vi har som mål at bærekraft skal bli en integrert del av vårt kundemøte. Dette vil vi oppnå gjennom å innarbeide bærekraft i Vinmonopolets serviceprogram «Det beste kundemøtetet» og i servicemålingen «Mystery shopper». Vi skal øke vårt utvalg av bærekraftige produkter, lære opp våre butikkansatte og gi kunden relevant informasjon om bærekraft i våre kanaler.

## Vi har følgende mål.

### Kunden skal

få god veiledning av våre butikkansatte om bærekraftige valg

- finne tydelig og lett tilgjengelig informasjon om bærekraft i våre kommunikasjonskanaler

- finne et relevant utvalg av bærekraftige produkter i våre butikker



## Hva er et bærekraftig produkt hos Vinmonopolet?

Kundene legger forskjellige preferanser til grunn når det gjelder bærekraft og vi ønsker å veilede og gi råd innenfor deres preferanser. Enkelte produkter har egenskaper som møter disse preferansene, enten det gjelder etikk eller miljø og klima. Vi skal gjøre det enkelt for våre kunder som er opptatt av bærekraft å finne disse produktene og våre ansatte skal gi gode råd og veiledning, også om bærekraft. Bærekraftige produkter er produkter som er sertifisert etisk, produkter som har en miljøsertifisering (miljøsmart produksjon) og produkter med miljøsmart emballasje. Vi er usikre på den reelle gevinsten av økologiske produkter innen vår industri, og vil derfor utrede dette nærmere før vi eventuelt inkluderer økologiske produkter i vår definisjon av bærekraft. Vi ønsker også å tilpasse oss «NoLo»-trenden og møte kundenes forventninger både til vareutvalg og kunnskap og veiledning om NoLo-produkter. Bærekraftig forbrukeradferd er et tema som var planlagt introdusert i 2020. Men på grunn av koronapandemien har vi valgt å utsette dette inntil videre. Forhåpentligvis kan vi starte med det i 2021.



**Del 6**

---

# **Smarte miljø- og klimaløsninger**



# Smarte miljø- og klimaløsninger

**Vinmonopolet arbeider aktivt for å bidra til bærekraftig bruk av jordens ressurser og begrense klimaendringene. Gjennom smarte miljø- og klimaløsninger i egen drift, hos våre leverandører og produsenter, har vi som mål å redusere vår klimabelastning med 40 prosent innen 2030.**

Vinmonopolet jobber aktivt for å tilrettelegge smarte miljø- og klimaløsninger i hele vår verdikjede. Forbruker, kunder og myndigheter stiller i stadig større grad spørsmål til samfunnets evne til å møte klimaendringene. Store endringer i klimaet og naturen har stor påvirkning på oss direkte da våre produkter er jordbruksvarer. Gjennom FNs bærekraftsmål nr. 13 har vi forpliktet oss til å være en bidragsyter i kampen mot klimaendringer og konsekvensene av disse. Mer spesifikt har vi valgt å jobbe for delmål 13.3 som handler om å styrke institusjoners evne til å motvirke, tilpasse seg og redusere konsekvensene av klimaendringer, heve deres evne til tidlig varsling samt styrke kunnskapen og bevisstgjøringen om klimaendringene. Miljø og klima er derfor et strategisk satsingsområde i Vinmonopolets selskaps strategi. I vår bærekraftstrategi er smarte miljø- og klimaløsninger, både i egen drift og i vår verdikjede et hovedtema.

Emballasjen på produktene vi selger, utgjør vårt desidert største målbare klimautslipp. Gjennom vårt arbeid med «miljøsmart emballasje» krever vi lettere glassflasker, plast, aluminium, ståpose og fiber emballasje (pappkartong) på alle nye produkter der det er mulig. I fjor startet vi å kreve pant på nye plastflasker (PET) og aluminiums bokser. Dette har resultert i en sterk pantevekst på 76 prosent sammenliknet med 2019, og salget av produkter med pant var totalt fire millioner liter i 2020. Dette året har vi fått på plass merking av «miljøsertifisert produksjon». Denne merking vil gjøre det enklere for våre kunder å velge bærekraftige produkter, i tråd med vårt strategiske mål.

Vinmonopolet samarbeider tett med de andre nordiske alkoholmonopolene.

Sammen utgjør vi en betydelig aktør, og samhandling gjennom et felles miljøstrategisk rammeverk gir langt større muligheter til å påvirke bransjen i en positiv retning enn ved å stå alene.

## Klimarisiko og klimamuligheter

Den globale alkoholindustrien og særlig vinindustrien er tydelig påvirket av fysiske klimaendringer. Stigende temperaturer, flere og lengre tørkeperioder, økt hyppighet av branner samt økt forekomst av styrtregn og flom påvirker både kvaliteten og produksjonsvolumene i de utsatte områdene. Vingårdene vil som følge av klimaendringene også måtte øke investeringstakten. Nye dyrkningsområder og innfasing av mer resistente druesorter, ettersom idealområdene stadig forflytter seg både oppover i høyden, samt lenger både sørover og nordover for ekvator. Klimarisiko er blitt et begrep som tvinger seg inn i vingårdenes beslutningsgrunnlag og reflekteres i deres daglige virke.

Fysisk klimarisiko hos våre produsenter gir Vinmonopolet en mulig konsekvens av redusert tilgang på produkter fra særlig utsatte områder, og da økte produktpriser. Økte priser er også sannsynlig som følge av økte klimarelaterte avgifter i verdikjeden (regulatorisk klimarisiko/overgangsrisiko). Vinmonopolet har i 2020 for første gang etablert klimarisiko inn i vår egen overordnede risikostyring, og med tilhørende handlingsplan for styring og reduksjon.

Vi har satt oss et mål om å redusere våre målbare klimagassutslipp med 40 prosent innen 2030. Det aller meste av våre utslipp stammer fra produktene vi selger. Emballasjen står for hele 40 prosent av produktenes klimafotavtrykk i

gjennomsnitt, og det er ved å gjøre emballasjen lettere at vi kan oppnå de største og målbare reduksjonene. I tillegg har vi tatt initiativ innen design for gjenvinning, emballasjeoptimering, merking for riktig kildesortering for sluttbruker, og ikke minst krav om pant på alle nye pantbare produkter i basissortimentet vårt og krav om lettvekt der det er mulig for nye produkter vi selv etterspør i våre lanseringsplaner.

## Miljøsertifisert produksjon

Parallelt med at verdens vinindustri møter klima- og miljøutfordringene, ser man en tydelig trend mot en mer bærekraftig vinproduksjon. I 2020 eksisterer det rundt 50 internasjonale sertifiseringsordninger for alkoholholdig drikke som dekker klima- og miljøaspekter i varierende grad. Det foreligger enda ikke en omforent bransjedefinisjon for bærekraftig vin. Dette arbeidet er i gang, men prosessen kan ta svært lang tid. Derfor lanserte Vinmonopolet i slutten av 2020 et felles merke som garanterer for miljøsertifisert produksjon. Denne ordningen bygger på grunnleggende prinsipper som må ivaretas, blant annet at produsenten er kontrollert av en uavhengig tredjepart/sertifisør, at merkeordningen er støttet nasjonalt, at sertifiseringen er rettet mot de vesentlige miljøaspektene og er åpen og tilgjengelig.

Det at vi nå etterspør miljøsertifiserte produkter, gir et tydelig signal til verdens vinprodusenter og støtter opp under klima og miljøarbeidet som gjøres i produksjonsleddet. Vi tror og håper at dette er vår bransjes nye framtid, og at merkeordningen gjør det enklere for kundene våre å velge produkter der klima- og miljø er ivarettatt på en helhetlig måte.

### Hva setter klimafotavtrykket?

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

**11%**

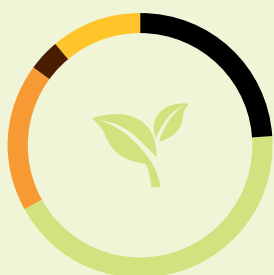
Butikk/handel

**4%**

Internasjonal transport

**18%**

Produksjonsprosesser



**24%**

Vindyrkning

**43%**

Emballasje



### Miljøsertifisert produksjon

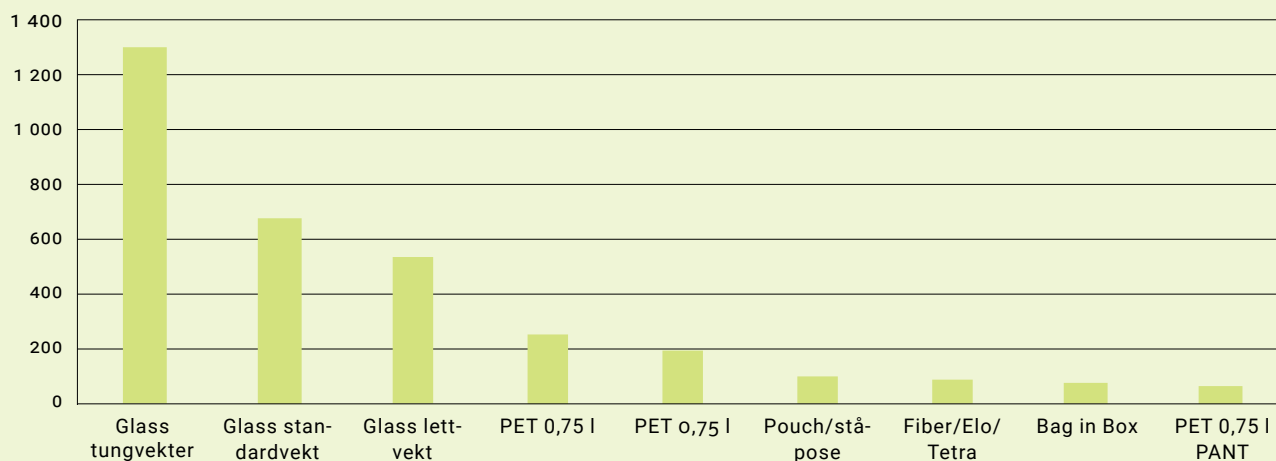
Vinmonopolets merke garanterer for miljøsertifisert produksjon. Merket er synlig på butikkhyllen og i nettbutikken.

15 av de rundt 50 globale miljøsertifiseringene inngår i Vinmonopolets merkeordning (per desember 2020).

Om lag 100 produkter er merket miljøsertifisert produksjon (per desember 2020).

Se Vinmonopolets kriterier og hvilke sertifiseringsordninger som inngår på [vinmonopolet.no/miljosertifisert-produksjon](http://vinmonopolet.no/miljosertifisert-produksjon).

### CO2 gram per liter



### **Miljøfyrtårn, miljøstyring og miljøprestasjoner**

Alle Vinmonopolets butikker, e-lager og kontor er miljøsertifisert som Miljøfyrtårn. I 2020 ble fire nye butikker sertifisert, og 36 butikker ble plukket ut av ekstern sertifiserer til resertifisering. Butikker fra Alta i nord til Søgne i sør, gjennomførte digitale kontroller basert på dokumentasjon som følge av besøksrestriksjoner.

Miljøarbeidet er innlemmet i Vinmonopolets arbeid med HMS, og på tross av vesentlig økt arbeidspress i butikkene våre, ble det dokumentert og fulgt opp over 16 000 helse, miljø og sikkerhetsrelaterte tiltak gjennom året i vårt digitale oppfølgingsystem. Om lag 500 av disse tiltakene var konkrete miljøtiltak knyttet til blant annet beste praksis avfallshåndtering, energibruk, innkjøp og bærekraft i kundemøte.

Energibruken per kvadratmeter butikkflate gikk betydelig ned i 2020 på grunn av gjennomførte energisparetiltak, men også gunstig utetemperatur med en relativ varm vinter/vår og normal sommer. Klimafaktoren for energi ble endret i 2020 og baseres på faktisk varedeklarasjon fra vår strømleverandør.

Reiseomfanget ble også betydelig redusert som følge av pandemien, og alle studiereiser ble avlyst. Det totale salget vårt steg med 40 prosent, noe som økte vårt totale klimafotavtrykk betydelig. Dette medførte også en stor økning i plastpose-salget vårt, motsatt av målet vårt om betydelig reduksjon. Justert for økning i salget (posesalget pr solgte liter), gikk imidlertid salget av poser ned.

### **Miljøkrav i offentlig anskaffelser**

Det ble gjennomført 62 nye anbud i 2020, hvorav det i 14 ble stilt konkrete miljøkrav.

Kravene vi stilte omfattet både leverandørens tjenesteleveranse og drift gjennom miljøsertifisering, men også krav til selve produktene. Vesentlige miljøkriterier for anbud i 2020 var fasadeskilt, gaveemballasje, trykkeritjeneste, hilsningskort, julegaver, håndsprit, arbeidssko, plastbæreposer, fraktemballasje og kundeundersøkelse knyttet til miljøsmart emballasje. Våre generelle betingelser for miljøhensyn i anskaffelser ble redigert i 2020. Nå med sterkere fokus på å etablere et samarbeid med leverandørene om videreutvikling av tjenester og produkter for å redusere miljøbelastningene i avtaleperioden.

### **Glassflasker og klima**

Ifølge alkoholmonopolenes felles klimastudie fra 2014, står emballasjen for 40 prosent av produktenes totale klimafotavtrykk fra vugge til grav. Produktinnholdet er svært krevende å framskaffe gode tall på, og dette er ennå ikke en del av vårt målbare klimaregnskap. Vi jobber med å videreutvikle vårt klimaregnskap, og i 2020 ble klimadata for produktemballasjen en del av våre masterdata på produktnivå. Arbeidet med å inkludere klimautslippene fra leverandørens produkt-transport er også et av tiltakene som ble igangsatt i 2020.

### **Panteordningen – en miljøvinner**

De norske alkoholmonopolenes miljøstudie for emballasje (LCA) fra 2018 måler ikke direkte effekten av pant, ettersom pantestystemene i de nordiske monopolene er ulike. Vi har derfor, i samarbeid med Infinitum, gjort klimaberegninger på effekten av pant basert på deres egen miljøstudie av drikkevareemballasje. Beregningene viser at CO<sub>2</sub> fotavtrykket til en 0,75 liter / 54 grams plastflaske (PET-flaske) reduse-

res fra 245 gram til 63 gram pr liter – altså til omtrent ¼ del ved overgang til pant.

Salget i pantbar emballasje har vært sterkt økende etter at vi i 2019 begynte å stille krav til pant på PET og aluminiumbokser. I 2020 valgte flere av våre leverandører å innføre pant på produkter også i eksisterende sortimentet. Dette ga virkelig utslag i andel vin solgt i PET med pant – som økte fra 31 prosent i januar, til 63 prosent i desember.

I 2020 ble det alt i alt solgt 12,9 millioner enheter i plastflasker og metallbokser, hvorav 4,4 millioner var tilknyttet panteordningen. Av de 8,5 millioner enhetene som da ikke hadde pant, utgjorde brennevinsflasker i PET nesten 7 millioner enheter. I september 2020 kom den aller første lerkformede PET-flasken med pant, som i stor grad benyttes i dette segmentet. Utviklingen av pant vil som følge av dette trolig fortsette å øke kraftig videre, og bidra vesentlig i utslippskutt.

Høsten 2020 ble det gjennomført en egen pante-kampanje med korte egenproduserte videosnutter presentert i sosiale medier. Målet var å øke våre kunders bevissthet rundt produkter med pant. Kampanjen traff svært godt, og fikk rundt en million visninger i målgruppen.

Hele 85 prosent av klimafotavtrykket til emballasjen i 2020 stammer fra glass og glassflasker. Lettere emballasje, inkludert lette glassflasker, er derfor et av våre aller mest virkningsfulle klimatiltak. Selv om utviklingen av lettere emballasje/miljøsmart emballasje viste en positiv utvikling i 2020 totalt sett, var andelen lette glassflasker på vin lavere enn året før. Arbeidet med ny og tydeligere merking av miljøsmart emballasje, ble startet i 2020 for å snu denne utviklingen.





Emballasjetype	Volum liter	Andel av volum	Sum CO2 i tonn	Andel CO2
BIB over eller lik 4 liter	1 860	0,0 %	-	0,0 %
BIB under 4 liter	50 865 255	44,0 %	3 305	6,9 %
Flerforpakning av glass	72 933	0,1 %	94	0,2 %
Flerforpakning av metall	33	0,0 %	0	0,0 %
Flerforpakning av papp	63 776	0,1 %	4	0,0 %
Flerforpakning av PET	15 954	0,0 %	38	0,1 %
Glass	56 212 309	48,7 %	41 375	85,9 %
Glass (ny pant)	8	0,0 %	0	0,0 %
Glassflaske over eller lik 4 liter	7 128	0,0 %	5	0,0 %
Metall	325 689	0,3 %	263	0,5 %
Metall (gammel pant)	96	0,0 %	0	0,0 %
Metall (ny pant)	1 312 308	1,1 %	791	1,6 %
Metall over eller lik 4 liter	3 290	0,0 %	2	0,0 %
PET	4 304 537	3,7 %	2 019	4,2 %
PET (ny pant)	623 826	0,5 %	59	0,1 %
Pouch	1 364 047	1,2 %	173	0,4 %
Tetrapak/Elopak	354 740	0,3 %	37	0,1 %
UTGÅTT	10	0,0 %	0	0,0 %
<b>Sum</b>	<b>115 527 797</b>	<b>100 %</b>	<b>48 167</b>	<b>100 %</b>

**«Jeg er imponert over hvordan Vinmonopolet tenker miljø i hele verdikjeden. Det som skjer før en vare kommer butikken og det som skjer med avfall og emballasje etter bruk, er ofte de vesentligste brikkene i bedriftens miljøpåvirkning.»**

Ann-Kristin Ytreberg, daglig leder  
Stiftelsen Miljøfyrtårn

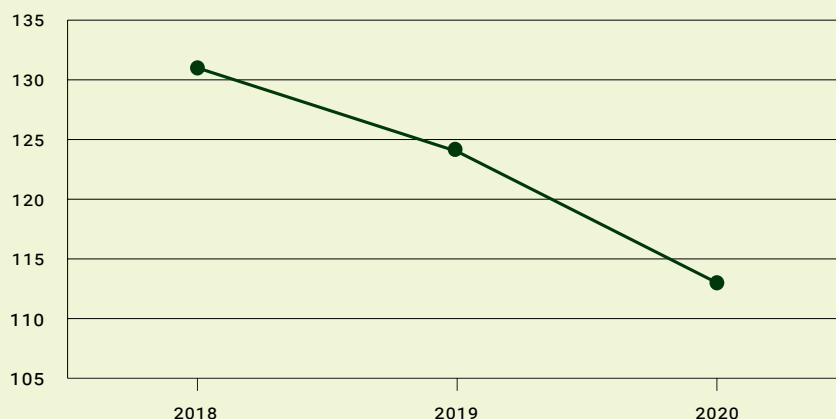


**«I 2020 delte Handelens Miljøfond ut en rekordsum på 105 millioner kroner i kampen mot plastens miljøproblemer, igangsatte Norges største og mest omfattende plastryddeprogram, ga vesentlig økt kunnskap om plastforsøpling i Norske elver og mye mer. Takket være blant annet Vinmonopolets medlemskap og bidrag kan vi iverksette tiltak som tar tak i et miljøproblem som det haster å løse»**

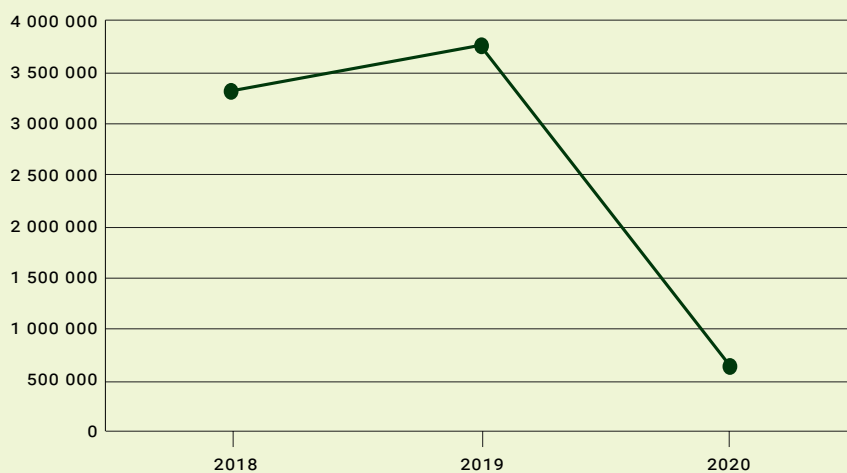
Mari Nordstrøm, medlems- og kommunikasjonssjef i Handelens Miljøfond



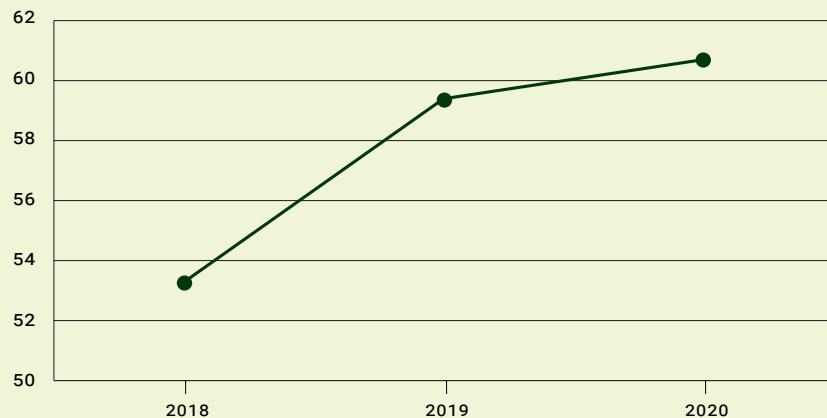
**Energibruk per m<sup>2</sup>-butikker**



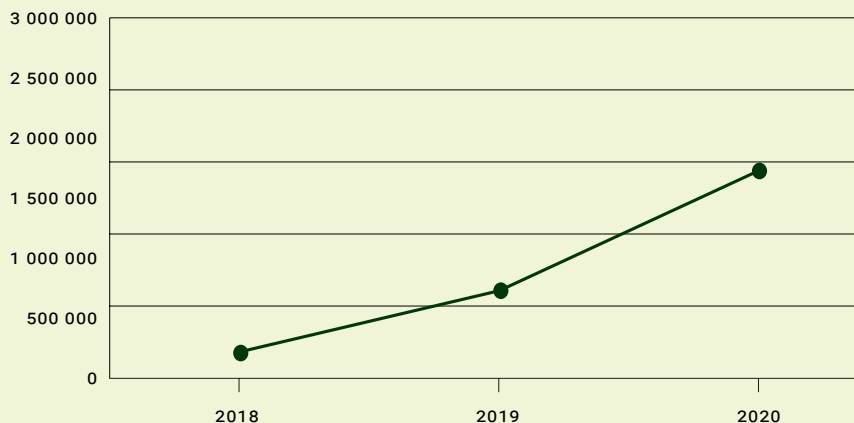
**Reiseomfang totalt i km**



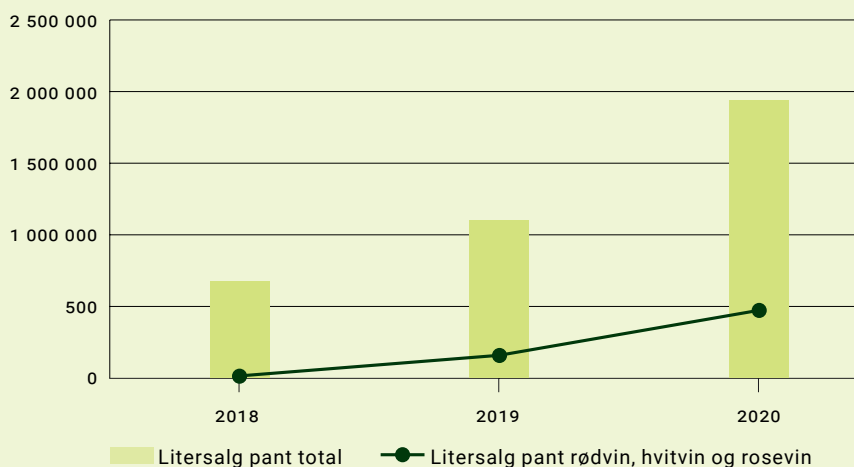
**Liter solgt miljøsmart av total (%)**



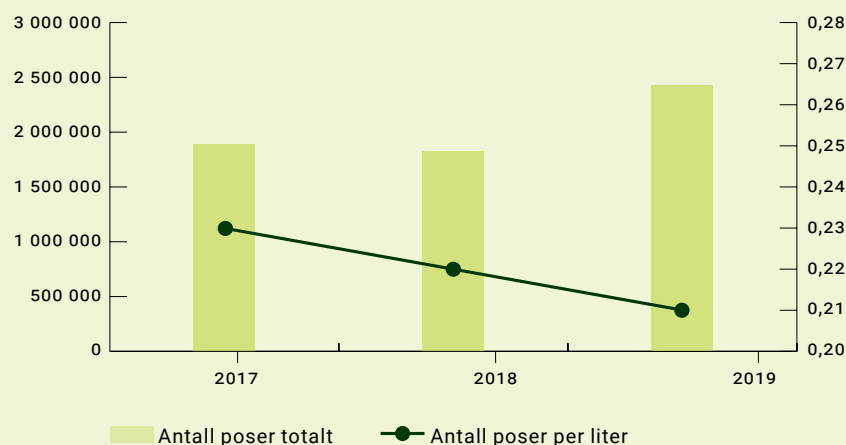
### Litersalg med pant total



### Litersalg med pant



### Utvikling solgte plastposer total og per liter 2018-2020



For drikkevareemballasje i glass, ble det oppnådd en returgrad på hele 95 prosent fordelt på over en million innsamlingspunkter.

«Denne rekordhøye returgraden medfører at miljøavgiften for drikkevareemballasje i glass nå har falt bort i sin helhet – dette er en milepæl som bevitner et av verdens mest effektive innsamlingssystemer for drikkevareemballasje»

Morten Sundell, Administrerende direktør i Sirkel Glass



«Infinitum er svært fornøyd med at Vinmonopolet viser tydelig miljøansvar gjennom sin satsning på pant, og det samarbeidet vi har. Foruten øl registrerte vi inn 13 nye viner og 15 nye brenneviner i panteprogrammet i fjor – en økning på 133 prosent sammenliknet med året før. Jeg synes det er spesielt gledelig med pantutvikling på brennevin, for her er potensialet ekstra stort»

administrerende direktør i Infinitum, Kjell Olav A. Maldum

**INFINITUM**

## Klimaregnskap

Kategori	Utslippsfaktor	Forbruk i l/ kW/km/kg/stk	Tonn CO2- ekv. 2018	Tonn CO2- ekv. 2019	Tonn CO2- ekv. 2020	Andel 2020	Endring 2019/ 2020
<b>Transport direkte</b>							
- leasede biler, diesel liter	0,00185	1 473	9	7	3	0,0 %	-60,3 %
- leasede biler, bensin liter	0,00087	4 752	12	10	4	0,0 %	-58,8 %
<b>Sum scope 1</b>		<b>6 225</b>	<b>21</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>0,0 %</b>	<b>-59,4 %</b>
<b>Energi</b>							
- elektrisitet butikker, kWt	0,000319	13 771 587	4 784	4 654	4 393	8,2 %	-5,6 %
- elektrisitet kontorer, E-lager mm, kWt	0,000319	701 082	169	250	224	0,4 %	-10,5 %
<b>Sum scope 2</b>		<b>14 472 669</b>	<b>4 953</b>	<b>4 904</b>	<b>4 617</b>	<b>8,6 %</b>	<b>-5,9 %</b>
<b>Transport indirekte</b>							
- flyreiser studiereiser, km		-	-	124	0	-	
- flyreiser øvrige, km		354 900	282	863	247	0,5 %	-71,4 %
- reisegodtgjørelse fossibil, km	0,0000905	175 048	59	30	16	0,0 %	-47,0 %
- reisegodtgjørelse el-bil, km	0	29 559	0	0	0	-	-
<b>Sum transport indirekte</b>		<b>529 948</b>	<b>341</b>	<b>1 017</b>	<b>263</b>	<b>0,5 %</b>	<b>-74,2 %</b>
<b>Produktemballasje</b>							
- Akevitt, kg		1 903 360		1 383	1 478	2,8 %	6,8 %
- Alkoholfri gløgg, kg		2 764			2	0,0 %	-
- Alkoholfri hvitvin, kg		56 647			47	0,1 %	-
- Alkoholfri leskedrikk, kg				106		-	
- Alkoholfri most, kg		102 989		50	50	0,1 %	1,6 %
- Alkoholfri musserende drikk, kg				139		-	
- Alkoholfri musserende vin, kg		76 450			59	0,1 %	-
- Alkoholfri musserende, øvrige, kg		133 094			102	0,2 %	-
- Alkoholfri vin, kg				84		-	
- Alkoholfri rosévin, kg		9 150			4	0,0 %	-
- Alkoholfri rødvin, kg		73 899			41	0,1 %	-
- Alkoholfritt øl, kg		46 139		25	25	0,0 %	-0,6 %
- Alkoholfritt, øvrige, kg		1 223		2	1	0,0 %	-56,4 %
- Alkoholfritt, kg			400			-	-
- Aromatisert vin, kg		439 440		239	301	0,6 %	26,0 %
- Bitter, kg		874 775		707	719	1,3 %	1,7 %



Kategori	Utslippsfaktor	Forbruk i l/ kW/km/kg/stk	Tonn CO2- ekv. 2018	Tonn CO2- ekv. 2019	Tonn CO2- ekv. 2020	Andel 2020	Endring 2019/ 2020
- Brennevin, annet, kg		1 096 806		748	871	1,6 %	16,5 %
- Brennevin, nøytralt < 37,5 %, kg		211 270		92	81	0,2 %	-12,6 %
- Druebrennevin, kg		1 708 118		1 467	2 743	5,1 %	87,0 %
- Fruktbrennevin, kg		101 244		64	90	0,2 %	40,8 %
- Fruktvin, kg		197 726		48	158	0,3 %	227,3 %
- Genever, kg		14 662		5	5	0,0 %	2,4 %
- Gin, kg		1 017 838		349	680	1,3 %	94,9 %
- Hvitvin, kg		27 441 294	6 884	6 143	7 656	14,3 %	24,6 %
- Ingefærøl, kg		60 994			54	0,1 %	-
- Leskedrikk, kg		6 594			3	0,0 %	-
- Likør, kg		1 864 796		1 042	1 355	2,5 %	30,1 %
- Limonade, kg		19 833			13	0,0 %	-
- Madeira, kg		14 032		8	11	0,0 %	26,5 %
- Mjød, kg		22 042		17	21	0,0 %	21,9 %
Mocktails, kg		10 233			4	0,0 %	-
- Musserende vin, kg		7 019 305	5 555	5 411	7 082	13,2 %	30,9 %
- Perlende vin, kg		975 014		436	654	1,2 %	50,2 %
- Portvin, kg		210 524		118	166	0,3 %	40,7 %
- Rom, kg		283 697		169	186	0,3 %	10,1 %
- Rosévin, kg		4 751 382	1 118	961	1 490	2,8 %	55,0 %
- Rødvin, kg		54 114 816	14 227	12 639	15 324	28,5 %	21,2 %
- Sake, kg		20 321		10	14	0,0 %	44,4 %
- Sherry, kg		77 804		40	51	0,1 %	25,5 %
- Sider, kg		326 154		154	277	0,5 %	79,8 %
- Sterkvin, annen, kg		31 608	5 175	18	20	0,0 %	9,7 %
- Tonic, kg		87 881			70	0,1 %	-
- Vermut, kg		296 897		130	184	0,3 %	41,1 %
- Vodka, kg		4 045 044		2 129	2 039	3,8 %	-4,2 %
- Whisky, kg		1 949 663		949	1 382	2,6 %	45,6 %
- Øl, kg		3 829 531	1 426	1 984	2 655	4,9 %	33,8 %
<b>Sum produktemballasje</b>			<b>34 786</b>	<b>37 868</b>	<b>48 166</b>	<b>89,7 %</b>	<b>27,2 %</b>

## DEL 6 SMARTE MILJØ- OG KLIMALØSNINGER

Kategori	Utslippsfaktor	Forbruk i l/kW/km/kg/stk	Tonn CO2-ekv. 2018	Tonn CO2-ekv. 2019	Tonn CO2-ekv. 2020	Andel 2020	Endring 2019/2020
<b>Avfall</b>							
Papp/papir, kg	0,021	2 738	48	46	58	0,1 %	25,3 %
Glass, kg	0,021	73	1	1	2	0,0 %	7,7 %
Metall, kg	0,021	18	0	0	0	0,0 %	140,3 %
Restavfall, kg	0,205	54	10	5	11	0,0 %	102,6 %
Matavfall, kg	0,021	13	0	0	0	0,0 %	51,0 %
Plastfolie, kg	0,021	149	2	3	3	0,0 %	23,8 %
EE-avfall, kg	0,021	1	0	0	0	0,0 %	-66,4 %
<b>Sum avfall</b>		<b>3 047</b>	<b>61</b>	<b>56</b>	<b>74</b>	<b>0,1 %</b>	<b>32,7 %</b>
<b>Øvrige</b>							
Plastposer, stk	0,00002279	24 252 382	433	416	553	1,0 %	32,9 %
Papirutskrifter, kg	0,000858	9 524		7	8	0,0 %	22,6 %
Solgt gaveemballasje, kg	0,000858	191 677	171	172	164	0,3 %	-4,4 %
<b>Sum øvrige</b>		<b>24 252 382</b>	<b>433</b>	<b>423</b>	<b>561</b>	<b>1,0 %</b>	<b>32,7 %</b>
<b>Sun scope 3</b>		<b>532 996</b>	<b>35 621</b>	<b>39 363</b>	<b>49 064</b>	<b>91,4 %</b>	<b>24,6 %</b>

	2018	2019	2020	Endring 2019/2020
<b>Tonn CO<sub>2</sub> total</b>	<b>40 595</b>	<b>44 283</b>	<b>53 687</b>	<b>21,2 %</b>
<b>Litersalg</b>	<b>82 006 213</b>	<b>82 591 587</b>	<b>115 525 203</b>	<b>39,9 %</b>
<b>Gram CO<sub>2</sub> pr liter solgt</b>	<b>495,0</b>	<b>536,2</b>	<b>464,7</b>	<b>-13,3 %</b>

### Oppsummering klimaregnskap 2020

En salgsøkning på 40 prosent sammenliknet med 2019 resulterte i en stor økning i våre totale klimagassutslipp i 2020. Klimaintensiteten (CO<sub>2</sub> per liter solgt vare) ble derimot redusert med 13 prosent. Dette er hovedsakelig som følge av vesentlig reduksjon i reisevirksomhet og at en økt andel av salget var i lettere og mer klimasmarte emballasjer. Nytt for 2020 er at klimautslippene fra salg av gaveemballasje ble inkludert i klimaregnskapet vårt.

### Strategisk miljøsam arbeid i de nordiske alkoholmonopolene

De nordiske alkoholmonopolene har utarbeidet en felles plan og et strategisk

samarbeid innen klima – og miljøarbeidet. I 2020 var det rettet et hovedfokus mot vann og vannutfordringer. Det ble utarbeidet en ekstern rapport «Water and human rights issues in wine regions of risk countries», som ble fulgt opp med et seminar rettet mot grossister og interessenter senere på høsten med diskusjon rundt håndtering og finne gode løsninger på et kritisk og økende problem.



VÍNBUÐIN | ÁTVR



RÚSDREKKASÖLA LANDSINS



Rolf Erling Eriksen, leder Miljø

**Del 7**

---

# **Anstendig arbeid i leverandørkjeden**



# Anstendig arbeid i leverandørkjeden

Våre kunder skal være trygge på at varene de kjøper hos oss er produsert under gode arbeidsvilkår og at grunnleggende menneskerettigheter blir respektert og etterlevd. Der dette ikke er tilfelle, gjør vi alt vi kan for å forbedre forholdene.

I Vinmonopolets hyller finnes produkter som er produsert i alle deler av verden. De fleste steder er arbeidsforholdene bra, men ikke overalt. Derfor jobber vi aktivt med produsentene for å få dem til å bedre arbeidsforholdene der utfordringene er størst. Dette er forankret i Vinmonopolets selskapsstrategi, hvor et sentralt mål er at «vi skal være en foregangsvirksomhet i å utøve aktivt samfunnsansvar gjennom bærekraftige løsninger».

Det er store forventninger fra våre interessenter til at Vinmonopolet arbeider systematisk med anstendig arbeid i leverandørkjeden. Den norske regjeringen forventer at Vinmonopolet, som en statlig eid virksomhet, er ledende i å ta samfunnsansvar og at vi følger anerkjente metoder for aktsomhetsvurderinger. Lokale fagforeninger i produsentland forventer at vi stiller krav om at arbeiderne har en god og trygg arbeidsplass og at fagforeningsfrihet respekteres. Vår medlemsorganisasjon amfori forventer at vi jobber aktivt med å implementere verdiene og prinsippene i deres Code of Conduct i vår leverandørkjede. Media er opptatt av at vi legger press på produsenter som ikke etterlever våre etiske krav. Og generelt er det en forventning fra verdenssamfunnet om at bedrifter bidrar til å oppnå FNs bærekraftsmål. Men kanskje aller viktigst – våre kunder forventer at Vinmonopolet tar ansvar for at produktene de handler hos oss er produsert på en rettferdig måte. Vinmonopolet er innstilt på å innfri disse forventningene, for vi er opptatt av at alle skal jobbe under anstendige forhold hvor grunnleggende

menneskerettigheter og arbeidslivsstandarder er ivaretatt. Som en stor og betydelig innkjøper har Vinmonopolet nemlig mulighet til å påvirke arbeidsvilkår i vinbransjen i positiv retning. Arbeidet bygger opp under FNs bærekraftsmål nr. 8, anstendig arbeid og økonomisk vekst. Vi legger spesielt vekt på punkt 8.7 som handler om å avskaffe tvangsarbeid, få slutt på moderne slaveri og menneskehandel samt punkt 8.8 om å beskytte arbeiderrettigheter og fremme et trygt og sikkert arbeidsmiljø for alle arbeidstakere.

## Vinmonopolets program for oppfølging av leverandørkjeden

Vi erkjenner at arbeidsforholdene ikke er slik de burde være alle steder i vår leverandørkjede. Vår målsetting er derfor å bidra til forbedringer, enten ved å løfte enkeltprodusenter opp på et godt nivå eller heve større deler av industrien, for eksempel innen et geografisk område eller innen et sentralt tema i vår Code of Conduct. I vår bærekraftstrategi har vi definert følgende ambisjoner knyttet til anstendig arbeid i leverandørkjeden:

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

Vi aksepterer at leverandørene ikke etterlever alle våre krav – så lenge de er innstilt på å jobbe sammen med oss for å forbedre seg. Konkret har vi som mål at alle identifiserte brudd på vår Code of Conduct skal utbedres, og at alle våre avsluttende revisjoner skal være bestått. Vinmonopolet er medlem av den internasjonale organisasjonen amfori, som bistår sine medlemmer med systematikk, verktøy og et nettverk av revisorer i arbeidet med å følge opp sin leverandørkjede. Vi har utarbeidet en egen modell som tar utgangspunkt i amforis systematikk, og tilpasset den etter våre erfaringer, OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger og FNs veiledende prinsipper for Human Rights Due Diligence.

## Kartlegging av risiko

Vinmonopolets prosess starter med å kartlegge hvilke produsentland vi skal fokusere på de kommende ett til tre årene. Deretter innhenter vi informasjon om enkeltprodusenter og deres leverandørkjede i disse landene, for å identifisere de vi anser har høyest risiko for å ikke etterleve våre etiske krav. Utfordringene er størst lengst ned i leverandørkjeden, og det er der vår innsats vil utgjøre størst forskjell. Vi oppfordrer våre produsenter i disse landene til å delta på relevante kurs – enten i regi av amfori eller også kurs vi selv har utviklet. Hos leverandørene med høyest risiko gjennomfører vi en «pre-assessment», en inspeksjon hvor målet er å kartlegge etterlevelse av vår Code of Conduct. Resultatet av denne inspeksjonen danner grunnlag for et





**Kurs for arbeidere og ledere** på en vingård i Sør-Afrika. Kurset tar blant annet opp ledelse, konflikthåndtering, kommunikasjon og alkoholmisbruk.

videre oppfølgingsprogram sammen med produsenten. Vi legger vekt på å være en støtte for leverandøren i utbedringsarbeidet som til slutt ender med en amfori-revisjon. Vinmonopolet ønsker blant annet å være aktivt til stede i risikoland og å ha dialog med produsentene og lokale fagforeninger. Det er vår målsetting at leverandørene utbedrer alle brudd på Code of Conduct innen den endelige revisjonen gjennomføres som avslutning på prosessen.

I enkelte risikoland, og gjerne der vi har klart å identifisere konkrete bakenforliggende årsaker til utfordringene, gjennomfører vi i tillegg spissede programmer hvor vi går mer i dybden i å adressere disse utfordringene. På denne måten bidrar vi også aktivt med i å implementere bærekraftige løsninger i leverandørkjeden. Og i de tilfeller hvor vi blir gjort oppmerksomme på uønskede forhold i vår leverandørkjede, legger vi stor vekt på å følge opp slike bekymringsmeldinger vel så effektive i å avdekke uønskede forhold som våre egne besøk og revisjoner.

Gitt den omfattende og inkluderende oppfølgingen vi legger til grunn, er det begrenset hvor mange leverandører

Vinmonopolet kan jobbe aktivt med. Derfor er den jobben de norske importørene gjør med å sikre gode arbeidsforhold hos sine leverandører viktig. Vinmonopolet stiller krav om at importørene gjennomfører egne aktsomhetsvurderinger og aktivt følger opp at kravene i Code of Conduct blir

etterlevd. Så bistår vi med kompetanse og hjelpemidler for at de skal kunne ivareta dette ansvaret. Vi har blant annet lansert et e-kurs som hjelp for importørene. I 2020 var det 40 importører som gjennomførte dette e-kurset.



Gjennom programmer som går i dybden på konkrete utfordringer i våre risikoland, bidrar vi aktivt med å implementere bærekraftige løsninger i leverandørkjeden.

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

Les mer her: [amfori.org/content/code-conduct](https://amfori.org/content/code-conduct)



**Risiko-  
vurdering**

**Kompetanse-  
heving**

**Pre-  
assessment**

**Dialog  
og støtte**

**Avsluttende  
amfori-  
revisjon**



## Samarbeid med andre

Samarbeid på tvers av bransjer og landegrensar gir oss større påvirkning, anledning til erfaringsutveksling og mulighet for å gjennomføre aktiviteter enn om vi jobbet alene. Vi legger derfor vekt på å samarbeide med andre og delta i nettverk og programmer som fokuserer på sentrale deler av vår Code of Conduct. I andre tilfeller står vi selv ansvarlig for programmene vi gjennomfører, men benytter en tredjepart med særlig kompetanse innen fagområdet som samarbeidspartner.

*Samarbeid med andre* er ett av de fem bærekraftmålene Vinmonopolet har valgt ut som de aller mest relevante for oss.

### Stronger Together

Det britiske nettverket Stronger Together jobber for å motarbeide moderne slaveri og tvangsarbeid i frukt- og vinproduksjon. Vinmonopolet er medlem i deres program i Sør-Afrika og California. Gjennom nettverket har vi bidratt til å skape oppmerksomhet om risikoen for moderne slaveri i vinindustrien. Produsentene har fått kunnskap om utfordringer og verktøy for å implementere gode rutiner og systemer for å håndtere utfordringene.

### Ethical Trade Forum Italy

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

### Samarbeid med de nordiske alkoholmonopolene

Vinmonopolet har samarbeidet med de andre nordiske monopolene i Sverige, Finland, Island og Færøylene om etikk i leverandørkjeden siden 2009, stilt fel-

les krav til våre leverandører siden 2012 og gjennomført felles programmer for importører og produsenter de senere årene. Ved å stå sammen om krav og felles program har vi større mulighet til å påvirke og oppnå positive endringer i våre respektive leverandørkjeder.

### La Isla Network

Den amerikanske organisasjonen La Isla Network er en ledende internasjonal forskningsorganisasjon som søker å kartlegge årsakene til, og bekjempe utbredelsen av nyresykdommen CKDu blant sukkerroearbeidere rundt omkring i verden. Vinmonopolet har samarbeidet med La Isla Network med å øke kompetansen til våre romprodusenter og sukkerrørsplantasjer. La Isla Network har utviklet et webinar og et implementeringsprogram for våre romprodusenter og deres leverandører innen sukkerindustrien. Webinarene startet i 2020, mens implementeringsprogrammet starter i 2021.

### Gartnerforbundet

Vinmonopolet er kjent med utfordringer som norske produsenter hadde i 2020 knyttet til rekruttering av sesongarbeidere fra utlandet til innhøsting grunnet koronasituasjonen. Gartnerforbundet har utarbeidet et nettkurs for norske produsenter i jordbrukssektoren om ansvarlig rekruttering. Vinmonopolet har inngått avtale med Gartnerforbundet om å tilby kurset også for våre norske leverandører før innhøsting i 2021.

### ProCare

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

## Oppfølging i 2020

2020 ble et spesielt år for Vinmonopolets arbeid med å sikre anstendig arbeid i leverandørkjeden. Korona satte en stopper for veldig mange av de planlagte aktivitetene og vi måtte endre til aktiviteter som lot seg gjennomføre gitt omfattende restriksjoner og faren for å spre smitte. Vi rakk akkurat å gjennomføre to oppfølgingsrevisjoner i Sør-Afrika før pandemien førte til nedstengning i Norge og de fleste andre steder rundt om i verden. I september gjennomførte vi en spesialrevisjon for å følge opp anklager i media rettet mot en produsent i Italia, og i tillegg til de to revisjonene i Sør-Afrika var dette de eneste revisjonene vi fikk gjennomført i 2020. Alle våre reiser til produsentland ble også avlyst, noe som gjorde at den fysiske dialogen vi har med produsentene under slike besøk ble borte. I langt større grad enn tidligere måtte dialogen derfor foregå digitalt. Vi søkte å innhente revisjonsrapporter fra ulike etiske sertifiseringsordninger for å skaffe oss informasjon om forholdene og utfordringene hos produsentene og deres leverandørkjede. Kurs og opplæring ble nå en enda viktigere aktivitet enn tidligere. På slutten av året startet vi et program vi antar kommer til å gå over flere år – vårt *water, rest & shade* program for romindustrien i Mellom-Amerika.

### Kurs i risikoland

Kurs for produsenter, underleverandører og arbeidere er viktig for å heve kompetansen for å arbeide med de bakenforliggende utfordringer og for å sette produsenter i stand til å implementere vår Code of Conduct. Vi legger derfor vekt på å gjennomføre kurs for disse målgruppene i våre risikoland. I 2020 gjennomførte vi kurs i Chile, Italia, Sør-Afrika og Mellom-Amerika, samt for våre norske importører. Disse kursene hadde temaer som introduksjon til amfori, områder i amfori Code of Conduct, verbal trakassering, risikokartlegging, varslingssystemer, konflikthåndtering og styring av arbeidstid og pauser for å unngå

«heat stress». Til sammen deltok mer enn 500 personer på et av våre kurs i 2020.

### «Water, rest & shade» – vårt program innen romindustrien i Latin-Amerika

Forskning viser til at kraftig hete i kombinasjon med dehydrering og stor arbeidsbelastning for sukkerrørsarbeidere i Latin-Amerika kan føre til «heat stress», som igjen spiller en avgjørende rolle for utbredelsen av nyresykdommen CKDu. Sukkerrør er en viktig ingrediens i produksjon av våre rom-produkter, og Vinmonopolet vil prioritere arbeidet med å sikre tilgang til vann, hvile og skygge for arbeiderne på sukkerrørsplantasjer i Latin-Amerika i tiden fremover, da forskning viser at disse relativt enkle grepene er effektive virkemidler for å unngå «heat stress». Vårt program startet med i en internasjonal konferanse i Helsinki i 2019. Sammen med organisasjonen La Isla Network har Vinmonopolet utviklet og gjennomført et nettkurs for produsenter. Kursert gir produsentene kunnskap om hvordan de kan styre hyppigheten og lengden på arbeidernes pauser, organisering av pausene med flyttbare telt som gir ly mot den sterke sola, og anbefalt mengde drikkevann. I 2020 utviklet La Isla Network også et implementeringsprogram på oppdrag fra Vinmonopolet. Programmet som starter neste år har til hensikt å bistå sukkerrørsprodusentene i å innføre *water, rest & shade*-programmet gjennom aktiv veiledning fra våre konsulenter fra La Isla Network.

### “Employee and Management Empowerment: Addressing the root causes of conflict and creating better communication” – vårt program i Sør-Afrika

I 2017 identifiserte vi verbal trakassering og dårlig kommunikasjon som en utfordring enkelte steder i vinindustrien i Sør-Afrika og vi var transperente på at dette var en av de største risikoene i vår leverandørkjede. I 2019 satte vi i gang et kursprogram i Sør-Afrika som adresserer de bakenforliggende årsakene til denne dårlige kommunikasjonen mellom arbeidere

og ledelse på vinfarmene. Programmet går over tre moduler og retter seg mot ledelsen på vinfarmer og deres arbeidere. Bakenforliggende årsaker som alkohol- og rusmisbruk blant arbeidere kan føre til vold i nære relasjoner, dårlig kommunikasjon på jobb og utfordringer knyttet til konflikthåndtering. Det er vanskelig, om ikke umulig, å bare kreve at arbeidere og ledere skal kommunisere bedre. Vi må gi dem verktøy til å kunne skape bedring.

I 2020 har vi gjennomført 23 moduler hvor 404 arbeidere og ledere har deltatt. Evaluering av kursene gir overveldende positive tilbakemeldinger og deltakerne mener at en av hovedgrunnene til at kursene har fungert så godt, er at de danner en konstruktiv plattform for videre engasjement på farmene. Noen produsenter/farmer har allerede lagt konkrete planer for å videreføre den konstruktive prosessen på eget initiativ.

### Norsk produsent i medias søkelys

På grunn av koronasituasjonen kunne ikke en norsk produsent hente inn sine faste sesongarbeidere fra Polen og Vietnam og inngikk en avtale med en portugisisk tjenesteleverandør om innhøsting av epler og bær. Til tross for forsikringer fra det portugisiske selskapet om at arbeiderne skulle få utbetalt foreskrevet norsk minstelønn ble arbeiderne betalt etter portugisiske satser, langt under det de hadde krav på. Dette fikk relativt stor medieoppmerksomhet i Norge. Vinmonopolet har hatt løpende kontakt med produsenten, som selv har sørget for at arbeiderne har fått utbetalt foreskrevet lønn.

For å unngå at andre produsenter skal havne i samme situasjon har Vinmonopolet tilbudt opplæring for våre norske leverandører om ansvarlig rekruttering. Norges Bondelag, Gartnerhallen, Norsk Gartnerforbund og Norsk Landbruksrådgiving har utarbeidet og gjennomfører et nettkurs for norske produsenter i jordbrukssektoren.

### Vinmonopolet omtalt i internasjonal media

Vinmonopolets oppfølging av en italiensk produsent som hadde fått rettet anklager mot seg i internasjonale medier og sosiale

medier ble gjenstand for oppmerksomhet internasjonalt. I motsetning til de som valgte å si opp kontrakten med produsenten med bakgrunn i det som ble skrevet på sosiale medier, valgte Vinmonopolet å undersøke forholdene selv. Særlig bekymret var vi for om vinprodusenten var involvert i Caporalato, dvs. grov utnyttelse av migrantarbeidere hvor bakmenn (ofte mafia) står bak. Dette fant vi ikke grunnlag for. Vår håndtering av saken ble positivt omtalt i New York Magazine og Meiningers Wine Business International.

### Sertifisert etisk

Produkter som er sertifisert etter de internasjonale merkeordningene Fairtrade og Fair for Life, merkes på hylleforkanten i våre butikker med «Sertifisert etisk». Dette er produkter som kan dokumentere at de etterlever etiske retningslinjer som er minst like dekkende som vår Code of Conduct. I tillegg går en del av overskuddet fra salget av disse produktene tilbake til arbeiderne for sosiale formål. Per desember 2020 hadde vi 45 etisk sertifiserte produkter totalt i vårt sortiment og 11 produkter i basisutvalget. Produktene kommer fra: Sør-Afrika, Argentina, Chile, USA, Belgia, Skottland, Bulgaria, Frankrike, Italia og Østerrike.



«Sertifisert etisk» i Vinmonopolet følger merkeordningene



45 etisk sertifiserte produkter totalt i våre fem produktutvalg

Fra 10 land

0,7 % Etisk sertifiserte produkter i vårt basisutvalg

## DEL 7 ANSTENDIG ARBEID I LEVERANDØRKJEDEN

Land/Region	Innhold	Kursholder	Målgruppe	Antall kurs	Antall deltakere
Chile	Integrity and transparency – Tools to prevent corruption	amfori	Produsenter	2	26
Italia	Social Management system / Responsible recruitment	Equalitas	Produsenter	2	58*)
Internasjonalt	Introduction to amfori (for rum producers)	amfori	Produsenter	3	6
Sør-Afrika	Modern slavery, forced labour, labour trafficking and other hidden third-party exploitation of workers	Stronger Together	Produsenter	28	7*)
Sør-Afrika	Addressing the root causes of conflict and creating better communication	Procure	Produsenter	23	404
Norge	Modern slavery during the coronavirus pandemic – How can importers contribute to prevention	Vinmonopolet	Impotører	2	31
Norge	Introduction to the amfori Code of Conduct	amfori	Impotører	e-kurs	32
Norge	Arbeidsgiverkurs for landbruket	Gartnerforbundet	Produsenter	2	260*)
Mellom-Amerika	Water, rest, shade & sanitation	La Isla Network	Produsenter	6	64

\*) åpent kurs – ikke bare for Vinmonopolets leverandører

## Oppfølging av etisk handel i offentlige anskaffelser



## Anstendig arbeid hos våre leverandører av driftsmidler og tjenester

Ved innkjøp av driftsmidler og tjenester følger vi regelverket i LOA (lov om offentlige anskaffelser) og stiller sosiale og miljømessige krav i våre anbud der det er relevant. I 2020 har Difis sosiale kontraktsvilkår vært inkludert i 46 av 62 anbud.

Vinmonopolet har utviklet en egen prosessbeskrivelse for risikovurdering og oppfølging av leverandører til driftsmidler og tjenester. Koronasituasjonen har imidlertid medført at vi ikke har kunnet følge opp leverandørerne våre i 2020.



Kristian Hogstad, leder Bærekraft



## Del 8

---

# En god og inkluderende arbeidsplass



# En god og inkluderende arbeidsplass

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

I Vinmonopolet er vi opptatt av å utvikle og ta vare på våre ansatte. Gjennom tydelig etisk forankring og utviklingsmuligheter for alle ansatte har vi som ambisjon å være Norges beste arbeidsplass innen 2022. For organisasjonens topledelse, styre og ansatte er det viktig at vi når våre ambisjoner/mål og lykkes med strategien. Det skal være god dialog mellom topledelsen og fagforeningene, og vi skal utøve tillitsbasert ledelse i alle ledd.

Resultatet fra medarbeiderundersøkelsen som ble gjennomført i september, viser at vi på tross av utfordringer knyttet til korona situasjonen har høy medarbeidertilfredshet. Våre ansatte har et stort engasjement og vi har også høy lederskapsindeks som viser at medarbeiderne er fornøyde med sine ledere. Vi har som mål at vi i 2022 skal ha 60 prosent ambassadører blant våre ansatte. Resultatet i medarbeiderundersøkelsen viser at vi allerede har 59 prosent ambassadører.

Et prioritert område i vår bærekraftstrategi og virksomhetsmål er å ta vare på våre ansatte på best mulig måte. Dette gjør vi blant annet gjennom kompetanseheving og medarbeiderutvikling, inkludering og mangfold. Vinmonopolet ønsker å motivere, inspirere og styrke våre ansattes faglige kompetanse for å være en attraktiv arbeidsplass.

## Kompetanse og medarbeiderutvikling

For å sikre ansvarlig salg av alkohol er vi helt avhengig av å ha folks støtte – vi skal være ønsket av alle. Det krever kompetente og serviceinnstilte medarbeidere i alle ledd. Av den grunn satser vi tungt på kompetanseutvikling.

## Gjennomføring av kurs i 2020

Koronasituasjonen har medført en full nedstenging av våre kurs fra 12. mars, da smittevern hensyn har gjort det uforvarlig å gjennomføre fysiske kurs. Dette gjelder både for kundekurs og interne kurs.

2020 skulle være det siste året for gjennomføring og utfasing av våre kurs fra de gamle kompetansetigen, slik ble det ikke. Vi har derfor flere ansatte som ikke har fått gjennomført de fysiske samlingene i vår obligatoriske opplæring, og håper vi får startet opp igjen i løpet av 2021.

Det har i all hovedsak vært lite kursaktivitet, men de ansatte har i stedet tatt del av våre varefaglige spill-baserte moduler som vi innførte i mai 2020. Denne digitale form for varefaglig læring er lavterskel og passer også i situasjonen under korona. Spillene vil gi en mer fleksible tilbud av læring uten reise og fysisk oppmøte.

2020 ble et år da vi fokuserte mye på å fornye oss, og utvikle nye kurs (se mer under Polakademiet).

## Varefaglig påfyll

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

- Våren 2020 var temaet oransjevin
- Høsten 2020 var temaet festmiddagen

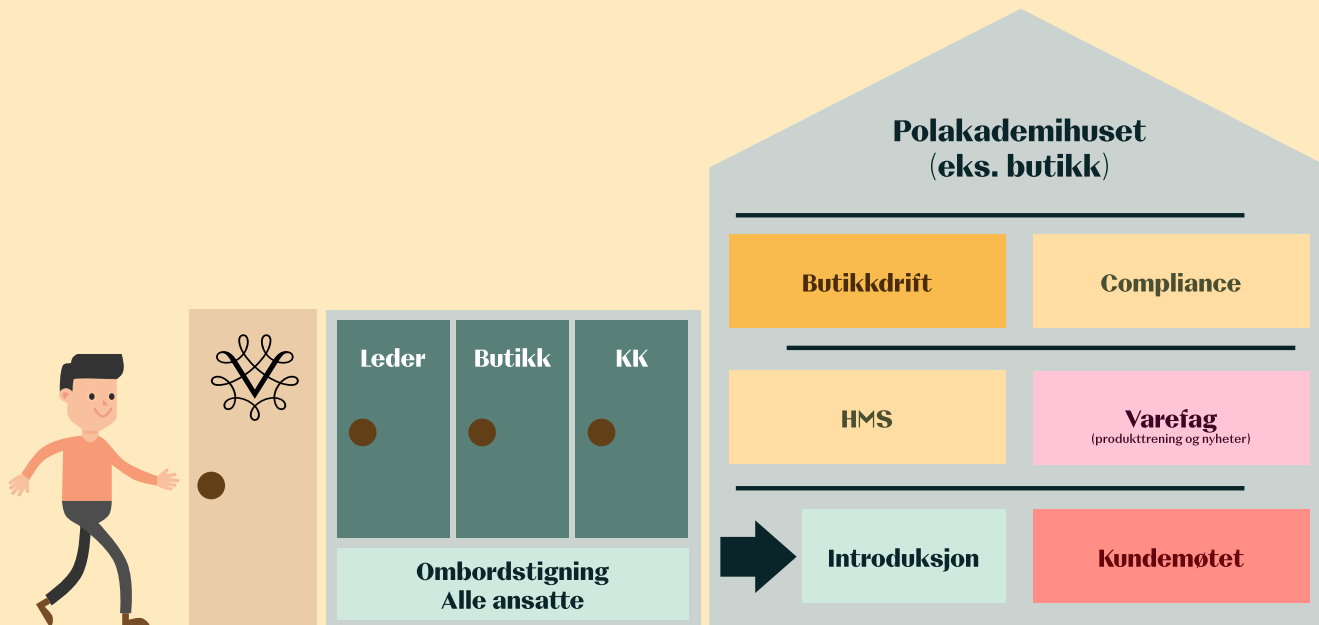
I tillegg har de ansatte benyttet seg av tilgjengelig kommunikasjon i vår egen podcast og i artikler vi har publisert i internkommunikasjonen Workplace og i kundemagasinet Vinbladet.

## Kurs for kunder

Vinmonopolet holder kurs for kunder. Vi har 18 kursholdere, som alle er ansatte i Vinmonopolet og er eksperter på temaene de foreleser om. Hovedansvar for drift og gjennomføring av kursene Kompetanseutvikling og opplæring i samarbeid med Fagkommunikasjon.

Frem til mars 2020 ble det avholdt 41 kundekurs med til sammen 1004 deltagere. Kundekursene ble avholdt i ti byer og hadde seks ulike kurstemaer. Etter nedstengingen i mars ble det av smittevern hensyn ikke avholdt kundekurs.

Vi har i 2020 utviklet deler av den varefaglige grunnopplæringen digitalt, og tilrettelagt for smaking for at ansatte skal smake i egen butikk.



Bildet illustrerer en ansatt som velger opplæringssti ut ifra hvilken rolle vedkommende har, og eksempler på hva slags kategorier opplæringen vil inneholde

Opplæring som tilrettelegges lokalt, og gjerne sammen med kolleger, kommer som nevnt til å være viktig for videreutvikling av Polakademiet fremover.

### Polakademiet

I 2019 igangsatte Vinmonopolet prosjektet Polakademiet som skal omfavne all kompetanseutvikling i organisasjonen. Prosjektet har erstattet tidligere trinnvise opplæringen «Kompetansestigen». Polakademiet skal sikre at alle kompetansehevede tilbud holder høyt faglig nivå, er engasjerende og bedre tilpasset hver medarbeiders faglige nivå og den enkelte butikks eller avdelings behov.

Prosjektet for å få på plass Polakademiet har vært sentralt for opplæring, også i 2020.

Vi har gjort en grundig kartlegging i organisasjonen for å forstå hvilke behov vi har for opplæring hos våre ansatte, både i butikk og på kjedekontoret. Kartleggingen har gitt oss et fundament og en struktur for hva og hvordan Polakademiet skal være, samt hvilken fremtidsrettet læring vi ønsker for våre ansatte.

Lederutvikling er også en del av Polakademiet. I 2020 har vi utarbeidet en plan for hvordan vi ønsker å jobbe med ledelse og lederutvikling i Vinmonopolet.

I forbindelse med prosjektet Polakademiet har vi også anskaffet Attensi Skills som er et program spesielt tilpasset mobil,

hvor hensikten er spillbasert læring. Dette har vi sett er et engasjerende tilskudd i læringsmetodene vi bruker.

I 2020 planla vi å bruke en pedagogisk metodikk som utnytter den digitale plattformen i enda større grad, såkalt «blended learning». Det vil gi oss større handlingsrom og fleksibilitet, mindre reisevirksomhet, og muligheten for å tilpasse oss den lærende.

Selve utviklingen av innholdet som skal inn i Polakademiet er godt i gang, og vi vil fortsette arbeidet utover 2021.

### Inkludering og mangfold

Vinmonopolet har et mål om å oppnå en balansert sammensetning når det gjelder alder, kjønn, kjønnsidentitet, seksuell orientering samt kulturell bakgrunn. Derfor jobber vi aktivt for å ansette mennesker med ulike bakgrunn. Det tas årlig inn kontorlaglæringer på kjedekontoret. I butikk har vi også personer på arbeidstrening via NAV som et ledd i tilbakeføring til arbeidslivet. En god og inkluderende arbeidsplass er et av strekkmålene i bærekraftstrategien. Her jobbes det med ulike tiltak for at vi skal nå målsettingen om å bli en enda bedre og mer inkluderende arbeidsplass. Vi har blant annet som mål å øke nærværet, redusere antall lave stillingskontrakter under 7,5 timer per uke (20 prosent stilling er krav for medlemskap i vår pensjonsordning), reduksjon i bruk av mertid og lavere turnover til full uførepensjon.

### Likestilling

Arbeidet med likestilling er en viktig del av vår personalpolitikk. Dette gjelder ved rekruttering, kompetanseutvikling, lønns- og arbeidsvilkår. Vinmonopolet ønsker en mest mulig jevn fordeling mellom kjønnene. Ved utgangen av året var det 66 prosent kvinner og 34 prosent menn i bedriften. Fordelingen mellom kjønn i lederstillinger er 59 prosent kvinner og 41 prosent menn. Våre ansatte i butikk har tarifflønn som sikrer lik lønn mellom kvinner og menn.

I Vinmonopolet tok kvinner gjennomsnittlig ut 6,2 uker foreldrepermisjon mens menn hadde 4,7 uker foreldrepermisjon.

### Noen tall fra Attensi læringsspill

- 1632 unike spillere har spilt i Attensi
- Våre ansatte har spilt 91 971 ganger til sammen
- I snitt spiller hver bruker 56,4 ganger
- Det tilsvarer ca. 136 minutters spilletid per spiller

**Styrets sammensetning  
2020:  
9 PERSONER**



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

**Totalt antall  
ansatte 2020:**

**1943**

herav 652 menn og 1 291 kvinner.  
Vi har 1 233 ansatte på deltid og  
710 ansatte på heltid.

Antall ansatte		Kvinner	Kvinner %	Menn	Menn %
Heltid	710	384	19,80 %	326	16,80 %
Deltid	1 233	907	46,60 %	326	16,80 %
<b>Totalt</b>	<b>1 943</b>	<b>1 291</b>	<b>66 %</b>	<b>652</b>	<b>34 %</b>

**Gjennomsnittsalder: 45 år    Antall ansatte over 50 år: 42 %**

**Antall ledere fordelt på kjønn og ledernivå**

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

	Kvinner	Kvinner %	Menn	Menn %	Totalt
Ledergruppen	3	43 %	4	57 %	7
Ledere totalt	281	59 %	199	41 %	480
Ledere på nivå 3	14	58 %	10	42 %	24
Butikksjefer	169	58 %	123	42 %	292
Styret	4	44 %	5	56 %	9

**Andel midlertidig ansatte  
fordelt på kjønn**

Midlertidig ansatte	
Kvinner	70
Menn	45
<b>Totalt</b>	<b>115</b>

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

Vinmonopolet deltar i SHE Index hvor vi oppnådde en poengindeks på 89 av 100 (10. plass)  
basert på tall fra 2020. Dette er en undersøkelse som måler hvor gode norske selskaper er på kjønnsbalanse,  
som gjennomføres i samarbeid med rådgivnings- og revisjonsselskapet EY.



### Minoriteter

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

### Personer med nedsatt funksjonsevne

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

### Lærlinger, praksisstudenter og arbeidstrening

Vinmonopolets kjedekontor er en lærebedrift for kontor- og administrasjonsfaget. I kontor- og administrasjonsfaget tas en ny lærling inn hver høst, slik at vi til enhver tid har to lærlinger på kjedekontoret. Så langt det lar seg gjøre, etterstreber vi å ta imot praksisstudenter for kortere og lengre perioder, både i butikk og på kjedekontoret. I 2020 har utfordringer knyttet til korona har gjort at vi ikke har hatt kapasitet til å ta imot praksisstudenter.

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

Vinmonopolet ønsker å bidra til å gi personer som har falt ut av arbeidslivet en mulighet for å få relevant praksis i form av arbeidstrening gjennom NAV. Vi tilbyr derfor arbeidserfaring i form av arbeidstrening. Opplæring og referanse øker mulighetene for å kunne komme tilbake

til arbeidslivet. Dette administreres av den enkelte butikk/avdeling.

### Yrkesaktivitet etter fylte 50 år

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

### Turnover og nyansettelser

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

Turnover i 2020 er som forventet. De siste årene har Vinmonopolet hatt en lav og stabil turnover som er høyest blant våre yngre og eldre ansatte. Dette er naturlig da yngre ansatte bytter arbeid oftere og ansatte over 60 år slutter i forbindelse med at de går over på avtalefestet pensjon eller alderspensjon. I 2020 hadde vi en turnover på 7,05 prosent, til sammenligning var den i 2019 på 6,9 prosent.

## Nærvær og helsefremmende tiltak

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

Sykefraværet for 2020 totalt var 8,6 prosent mot 6,95 prosent i 2019. Dette er en økning på 1,68 prosentpoeng.

Vinmonopolet har de siste årene jobbet med nærvær og har klart å få sykefraværet signifikant ned. I 2020 har vi hatt en økning der vi igjen er tilbake på gammelt fraværsnivå. Vi mener økningen kan relateres til koronasituasjonen og forventer at fraværet vil stabilisere seg på et lavere nivå når situasjonen er normalisert.

### HMS i Vinmonopolet

#### – Sikkerhet i butikk for kunder og ansatte

I 2020 har vi jobbet mye og godt med å sørge for å oppdatere smitteverntiltakene løpende og å følge dem opp i hele organisasjonen. Vi har fokusert på at sikkerheten i butikk skal oppleves som høy både for kunder og ansatte.

Året 2020 medførte et betydelig høyere

arbeidspress for mange av våre ansatte på grunn av nedstengningen i samfunnet. Vinmonopolet har derfor lagt fysisk og psykisk slitasje på ansatte som følge av koronasituasjonen inn i risikokartet for 2021.

Arbeidsmiljøutvalget (AMU) i Vinmonopolet, som består av representanter fra både arbeidsgiver- og arbeidstakersiden, har fulgt koronasituasjonen tett og har hatt sitt desidert mest aktive år noen gang. Ved utgangen av året hadde AMU møttes 17 ganger, hvorav 12 av møtene var ekstraordinære og knyttet til oppfølgingen av koronasituasjonen.

Til tross for høyt arbeidspress, har det vært jobbet veldig godt i butikkene med de planlagte HMS- og miljørelaterte tiltakene i 2020. Ved utgangen av året var cirka 15 000 av 17 000 planlagte tiltak gjennomført i henhold til de fastsatte fristene.

Resultatene fra medarbeiderundersøkelsen Polpuls kom høsten 2020. De viste at det er mye bra som skjer i

Vinmonopolet, men at det også er en del ting vi må ta tak i. Oppfølgingsarbeidet startet umiddelbart etter at resultatene ble presentert.

Jobben med å tydeliggjøre rollen til verneombudene har fortsatt, men utfordringer knyttet til fysiske møter har gjort at arbeidet har gått saktere enn planlagt. Videomøter har imidlertid blitt gjennomført jevnlig med alle i vernetjenesten.



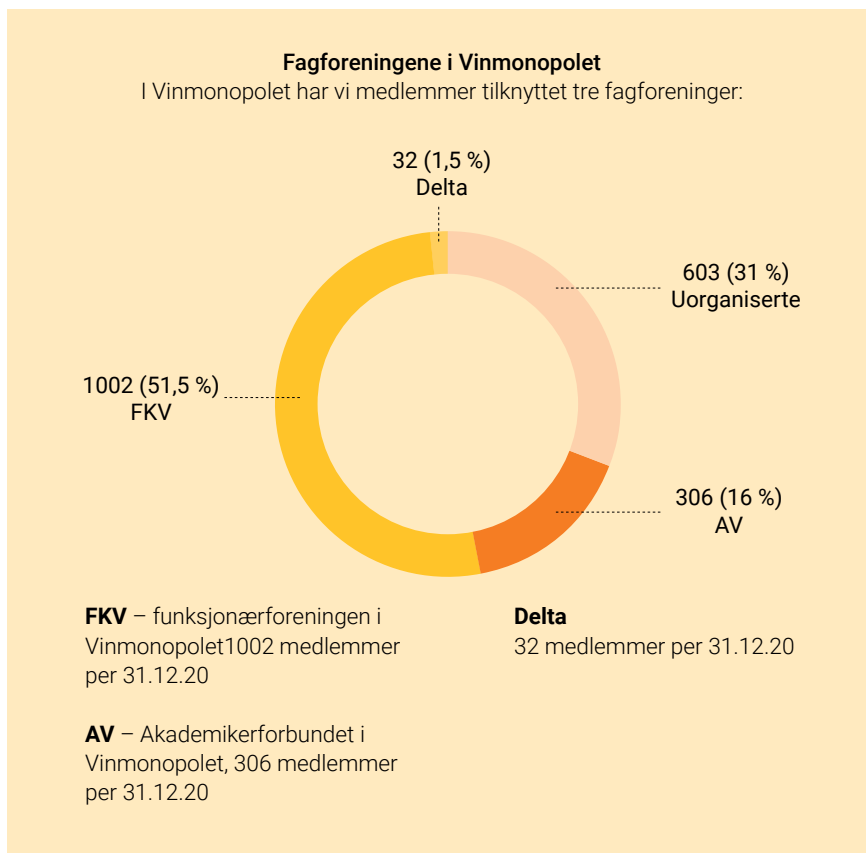
Jarle Framnes, HR-sjef

Nærværs mål	
2020	95,0 %
2021	95,5 %
2022	95,5 %
2022	95,5 %

Sykefravær fordelt på heltid/deltid	
Kvinner heltid	10,24 %
Menn heltid	6,15 %
Kvinner deltid	1,81 %
Menn deltid	3,14 %

Turnover fordelt på kjønn		
Kjønn	%	Antall
Kvinner	6,39	88
Menn	8,35	58
<b>Totalt</b>	<b>7,05</b>	<b>146</b>

Turnover fordelt på aldersgrupper		
Aldersfordeling	%	Antall
20-29	11,66	27
30-39	7,11	27
40-49	3,75	22
50-59	3,58	22
60-69	18,68	48
<b>Totalt</b>	<b>7,05</b>	<b>146</b>



Nyansettelser fordelt på alder	
Nyansatte	
Aldersgruppe	Nyansatte
20-29	56
30-50	61
Over 50	9
<b>Totalt</b>	<b>126</b>

Nyansettelser fordelt på kjønn	
Nyansatte	
Kvinner	82
Menn	44
<b>Totalt</b>	<b>126</b>

Nyansettelser fordelt på region og Kjedekontor	
Nyansatte	
Kjedekontoret	10
Region Nord	21
Region Vest	26
Region Øst	41
Region Sør	28
<b>Totalt</b>	<b>126</b>

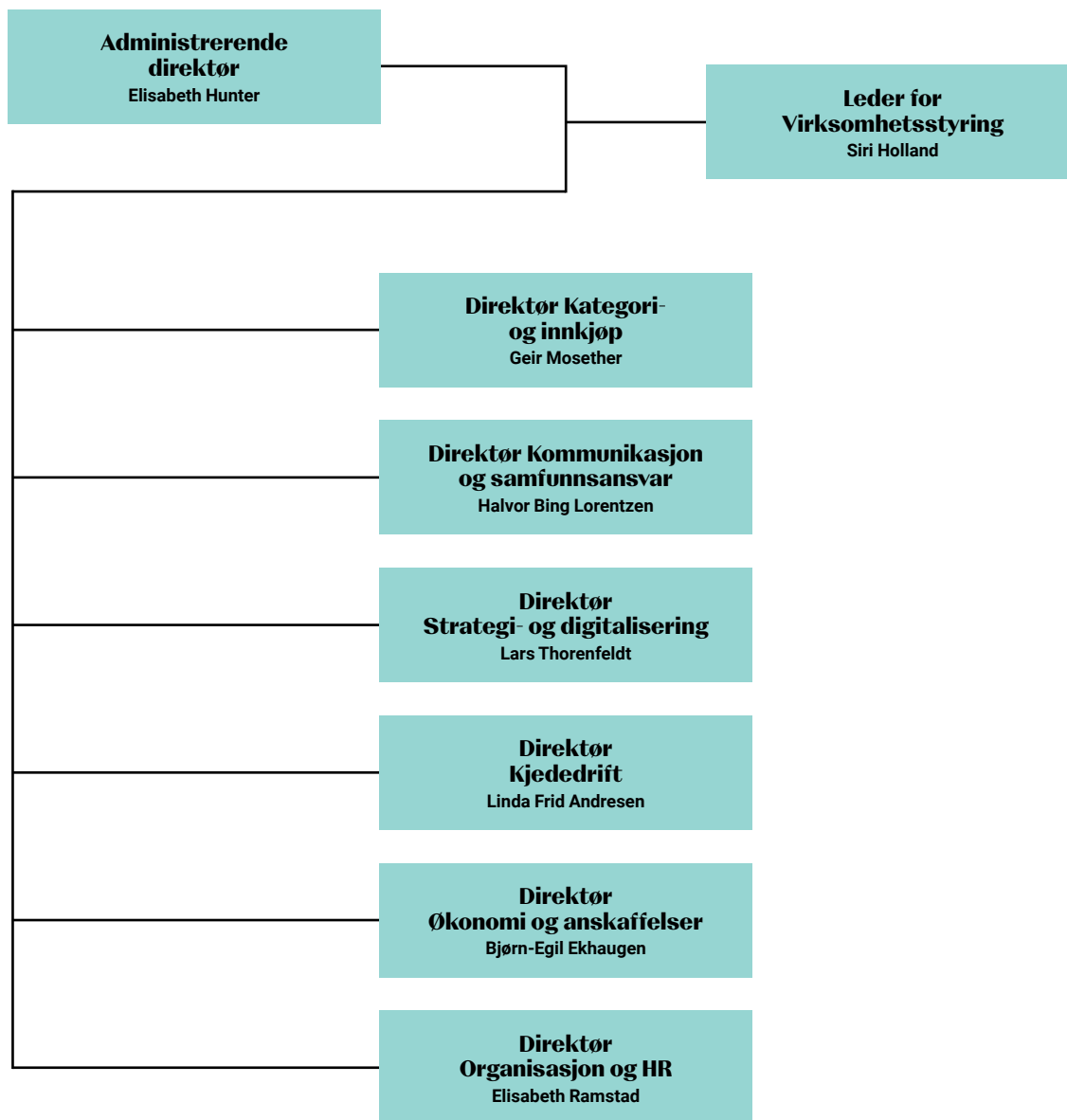
## Del 9

---

# Styret, ledelse og regnskap



# Organisasjonskart



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

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

# Ledergruppen



## Administrerende direktør

Elisabeth Hunter

**Født:** 1968

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

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

**Andre verv:** styremedlem i Nille og Coop Øst



## Direktør kjededrift og utvikling

Linda Frid Andresen

**Født:** 1974

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

**Utdannelse:** Bachelor of Arts, University of Strathclyde Business School

**Andre verv:** styremedlem i Fondsfinans Kapitalforvaltning



## Direktør Kategori og innkjøp

Geir Mosether

**Født:** 1967

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

**Utdannelse:** ex.phil. UiO, økonomifag Høgskolen i Oslo, tømrer

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



## Direktør strategi og IT

Lars Thorenfeldt

**Født:** 1968

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

**Utdannelse:** Diplom markedsøkonom NMH/BI



## Direktør Kommunikasjon og samfunnsansvar

Halvor Bing Lorentzen

**Født:** 1968

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

**Utdannelse:** cand.polit. UiO

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



## Direktør organisasjon og HR

Elisabeth Ramstad

**Født:** 1973

**Tidligere stillinger:** avdelingsdirektør Direktoratet for Økonomistyring, konsulent Agenda Kaupang, rådgiver Statens Vegvesen

**Utdannelse:** Cand. mag i pedagogikk og psykologi, NTNU. Cand. polit. psykologi NTNU



## Direktør Økonomi og anskaffelser

Bjørn-Egil Ekhaugen

**Født:** 1974

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

**Utdannelse:** Høyere revisorstudium NHH, revisjon, øk. og administrasjon HiM.

**Verv:** Styremedlem i NorgesGruppen Finans Holding AS



# Årsberetning 2020

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

2020 har vært et ekstraordinært år. På ulike måter har pandemien påvirket selskapet, ansatte og kunder. Reiserestriksjoner og periodisk skjenkestopp har ført til at Vinmonopolets salg har økt betydelig. Det har vært en krevende oppgave for de ansatte å sikre åpne butikker gjennom hele koronaperioden. At Vinmonopolet for første gang topper BI's kundebarometer viser likevel at selskapet har håndtert driften under korona svært godt.

## Regnskap

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

Vinmonopolet hadde i 2020 salgsinntekter på 20 568 millioner kroner, hvorav 10 415 millioner kroner utgjør alkoholavgift. Salgsinntektene økte med 6 264 millioner kroner som er en økning på 43,8 prosent fra 2019. Økningen skyldes i hovedsak koronasituasjonen, med lite grensehandel og taxifreesalg, samt mindre restaurant- og hotellbesøk. Driftsresultatet for 2020 ble 706 millioner kroner, noe som er 129 millioner høyere enn i 2019. Driftsresultatet for 2019 er preget av innføringen av ny offentlig tjenestepensjon som ga en positiv engangseffekt på 355 millioner kroner eksklusiv arbeidsgiveravgift.

Resultatet før skatt ble 735 millioner kroner, som er 133 millioner kroner høyere enn i 2019. Statens overskuddsandel er 50 prosent av resultat etter skatt. I henhold til lov om Aktieselskapet Vinmonopolet (Vinmonopolloven) utbetales i tillegg et aksjeutbytte til eierne med 2 500 kroner. Til sammen utgjør dette 287 millioner kroner.

Resterende 287 millioner kroner overføres til annen egenkapital.

Pr 31.12.2020 var samlet beholdning av kontanter, kontantekvivalenter og finansielle plasseringer 3 041 millioner kroner mot 2 075 millioner kroner ved forrige årsskifte. Økningen skyldes ekstraordinært høy omsetning i desember 2020, hvor en stor andel av innkjøpene betales etter årsskiftet. Vinmonopolets likvide midler er hovedsakelig plassert i en konsernkontoordning med flytende rente. I tillegg er 366 millioner kroner plassert i obligasjoner og sertifikater innenfor stats-, kommune- og finanssektoren.

Totalkapitalen i selskapet utgjorde 5 017 millioner kroner per 31.12.2020. Bokført egenkapital var 857 millioner kroner, tilsvarende en egenkapitalprosent på 17,1 prosent. Til sammenligning var egenkapitalen per 31.12.2019 på 944 millioner kroner, noe som ga en egenkapitalprosent på 26,9 prosent. Reduksjonen i egenkapital skyldes estimatavvik knyttet til selskapets pensjonsordning som gir en reduksjon i egenkapitalen med 374 millioner kroner, mens positivt resultat fratrukket overskuddsandel til eier gir en økning på 287 millioner kroner.

Kontantstrøm fra drift var 1 036 millioner kroner i 2020. Avviket mellom kontantstrøm fra drift og driftsresultatet skyldes i hovedsak endring i leverandørgjeld og varelager. Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter var minus 70 millioner kroner.

Total renterisiko for Vinmonopolet anses for liten. Vinmonopolet er i begrenset grad eksponert for valutarisiko, da salg og innkjøp i all hovedsak gjøres i norske kroner. Vinmonopolet har begrenset eksponering mot likviditetsrisiko og kredittrisiko.

Etter styrets oppfatning gir årsregnskapet et rettviseende bilde av resultatet for 2020 og selskapets finansielle situasjon den 31.12.2020. Selskapet er i en sunn økonomisk og finansiell stilling. Styret anser at vilkårene for fortsatt drift er til stede, og regnskapet er avlagt under denne forutsetning.

## Utøvelse av samfunnsoppdraget

Vinmonopolet er ett av de viktigste virkemidlene i norsk alkoholpolitikk og bidrar til

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

Gjennom registrering i kassen, og gjennom såkalte «mystery shoppers» måles det ansvarlige salget. Totalt ble nesten 4,5 millioner kunder kontrollert for alder i 2020. Det tilsvarte 10,4 prosent av alle kundemøter. Bruk av munnbind har gjort alderskontrollen mer krevende, men tallene viser at ansvarlig salg har høy oppmerksomhet i kundemøtet. Resultatene av «mystery shoppers» var i 2020, 91 prosent. Dette er under målsettingen på 95 prosent, men høyere enn målsettingen fra fjor som var 90 prosent.

Resultatene i alderskontroll ved utlevering på dør var ikke gode nok i 2020, og denne utleveringsmuligheten ble stengt ned en periode, da leverandør ikke kunne garantere ivaretagelse av samfunnsoppdraget på en forsvarlig måte. Etter en anbudsrunde ble det valgt ny leverandør av tjenesten høsten 2020.

Det er i 2020 gjennomført interne kampanjer for å styrke de ansatte i arbeidet og øke oppmerksomheten på ansvarlig salg.

Salget av alkoholfrie festdrikker er en viktig del av Vinmonopolets omsetning. Totalt ble det solgt 689 000 liter alkoholfrie produkter i 2020, en økning på 16 prosent fra 2019. Det er musserende drikk uten alkohol som er den største varegruppen, og som utgjør 30 prosent av salget i denne kategorien. Det ble lansert 32 nye alkoholfrie produkter i 2020.

## Butikketableringer

Vinmonopolet skal sikre mest mulig lik tilgjengelighet av sine produkter og tjenester

over hele landet innenfor fastsatte alkoholpolitiske og bedriftsøkonomiske rammer. Totalt ble det åpnet tre nye butikker i 2020. Ved utgangen av året hadde Vinmonopolet til sammen 337 butikker, inkludert Holmlia i Oslo som har vært langtidsstengt på grunn av oppussing.

Innenfor gjeldende regelverk skal Vinmonopolet også sikre kundene god og lik tilgang til Vinmonopolets produkter og tjenester gjennom mulighet for handel både via telefon og nett. I 2020 var 2,3 prosent av salgsvolumet fra nett, en økning på 130 prosent fra 2019, mens kundesenteret stod for 0,2 prosent av salget.

### Arbeidsmiljø

Ved utgangen av 2020 arbeidet 1 943 ansatte i Vinmonopolet, og de utførte 1 218 årsverk. I tillegg hadde selskapet 115 midlertidige ansatte i 2020.

Året 2020 har medført et betydelig økt arbeidspress for mange av Vinmonopolets ansatte. Smittevern for ansatte og kunder har vært høyt prioritert.

Det ble gjennomført en medarbeiderundersøkelse som viser gode resultater på forhold som kan påvirke arbeidsmiljø, og som tyder på at Vinmonopolets ansatte

trives og har et høyt engasjement.

Vinmonopolet har de siste årene jobbet godt med nærvær og har klart å få sykefraværet signifikant ned. I perioden 2016-2019 ble sykefraværet redusert med 14,1 prosent.

I 2020 var sykefraværet 8,63 prosent. Dette er en økning på 1,68 prosentpoeng fra 2019. Målet for nærvær i 2020, fastsatt i sykefraværstrategien, var 95 prosent. Økningen i sykefraværet for 2020 kan relateres til koronasituasjonen og det forventes at sykefraværet vil stabilisere seg på et lavere nivå den dagen vaksinen er distribuert i samfunnet.

### Inkludering og mangfold

Arbeidet med likestilling og mangfold er en viktig del av Vinmonopolets personalpolitikk, og er implementert i selskapets rutiner og retningslinjer. Dette gjelder ved rekruttering, kompetanseutvikling, lønnspolitikk og arbeidsvilkår. Vinmonopolet ønsker en mest mulig jevn fordeling mellom kjønnene. Vi har tarifflønn som er kjønnsnøytral. Les mer om inkludering og mangfold i kapittel 8, side 67.

Styret har fastsatt retningslinjer for lederlønn i selskapet i tråd med Statens ret-

ningslinjer for lønn og annen godtgjørelse til ledende ansatte i foretak og selskaper med statlig eierandel.

### Personer med nedsatt funksjonsevne

Arbeid i Vinmonopolets butikker er tidvis fysisk krevende. Vinmonopolet legger til rette for at ansatte som har behov for det, så langt det er praktisk mulig, skal kunne få tilrettelagte arbeidsoppgaver for derved å kunne stå lengre i jobb. Vinmonopolet jobber for å redusere antall ansatte som slutter grunnet full uførepensjon og ser viktigheten av at ansatte med et særskilt behov skal kunne stå lenger i jobb.

### Yrkesaktiviteter etter 50 år

42 prosent av de ansatte i Vinmonopolet er over 50 år, og gjennomsnittlig ansettelsestid er ca. 15 år. Så langt som mulig tilrettelegges arbeidsoppgaver for å sikre at arbeidstakere skal kunne stå i jobb. I tillegg oppfordres alle aldersgrupper til å søke stillinger i bedriften ved nyrekrutteringer. I 2020 var 9 av 126 nyansatte over 50 år.

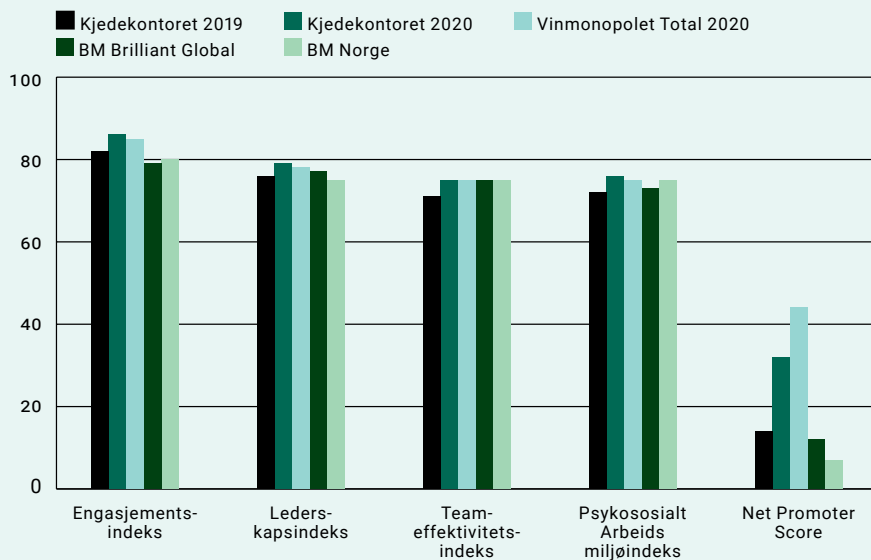
### Bærekraft og ytre miljø

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

### Etikk i leverandørkjeden

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

### Overordnede indeksresultater



Ansatte	2020	2019
Antall ansatte, totalt	1 943	1 862
Antall ansatte butikk	1 760	1 679
Antall ansatte kjedekontor	183	183
Antall årsverk	1 218	1 159
- Endring i årsverk fra året før	59	1
Heltid	710	658
Deltid	1 233	1 204

Sykefravær	2020	2019
Totalt sykefravær	8,63	6,96
Korttidsfravær (inntil 16 dager)	2,64	2,01
Langtidsfravær (over 16 dager)	5,99	4,95

Likestilling (kjønnsfordeling i prosent)	2020		2019	
	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn
Heltid	54	46	52	48
Deltid	74	26	74	26
Butikksjefer	58	42	55	45
Alle ledere	59	41	56	44
Ledergruppe	43	57	29	71
Styret	44	56	44	56
<b>Totalt i Vinmonopolet</b>	<b>66</b>	<b>34</b>	<b>66</b>	<b>34</b>

Butikketabieringer	2020	2019
Antall butikker	337*	334*
Antall nye butikker	3	3
Kommuner med Vinmonopol	228**	249
Prosentvis andel av befolkningen som bor i en kommune med Vinmonopol eller nærmere enn 30 km til nærmeste vinmonopolbutikk	97,7	97,5

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

\*\* Antallet er påvirket på grunn av kommunereformen og sammenslåing av kommuner.

krav må sørge for å komme opp på et akseptabelt nivå. I dette arbeidet er Vinmonopolet en støttespiller som aktivt bistår med veiledning og kompetanse. Gjennom slik aktivitet kan Vinmonopolet bidra til gode arbeidsforhold i leverandørkjeden.

2020 ble et spesielt år for Vinmonopolets arbeid med å sikre anstendig arbeid i leverandørkjeden. Pandemien satte en stopper for mange av de planlagte aktivitetene. Planene måtte endres til aktiviteter som lot seg gjennomføre gitt omfattende restriksjoner og fare for å spre smitte.

Generelt er det meste av revisjoner og «pre-assessments» som var planlagt i 2020 blitt utsatt. Dette har medført begrensninger i informasjon om de faktiske forholdene hos produsenter i risikoland. Det er derfor søkt å skaffe informasjon på annet vis, blant annet gjennom dialogmøter med grossister og produsenter. I tillegg er det hentet informasjon fra revisjonsrapporter til andre programmer, spesielt i Sør-Afrika. Disse rapportene har gitt innsikt om mulige risiko. Det er også vurdert andre muligheter dersom korona-

situasjonen skulle vedvare også i 2021, for eksempel med digitale revisjoner.

Det å stille krav fører ikke nødvendigvis alltid frem. Derfor støtter Vinmonopolet opp om, eller setter i gang egne programmer med aktivt bidrag med å iverksette bærekraftige løsninger i områder hvor det er identifisert særlige utfordringer. I 2020 er det gjennom slike programmer satt søkelyset på moderne slaveri og ansvarlig rekruttering i Sør-Afrika og Norge, ledelse, konflikthåndtering og kommunikasjon i Sør-Afrika. Det er også arbeidet med å

begrense sukkerrørsarbeideres eksponering for «heat stress» og utvikling av den alvorlige nyresykdommen CKDu i Mellom-Amerika og Karibia. Disse programmene lot seg gjennomføre med visse tilpasninger til koronasituasjonen og ble et viktig element i Vinmonopolets arbeid med å sikre anstendig arbeid i leverandørkjeden i 2020.

### Ytre miljø

Tiltak og mål relatert til miljø i Vinmonopolets bærekraftstrategi, med særskilt vekt på å redusere Vinmonopolets klimafotavtrykk med 40 prosent innen 2030, har i 2020 blitt forankret i de respektive utførende avdelinger med tilhørende plan for oppfølging av status og framdrift. Klima er også inkludert i Vinmonopolets risikobilde i 2020 med tilhørende tiltak.

I tråd med arbeidet med miljøsmart emballasje har Vinmonopolet nå lansert «miljøsertifisert produksjon» som en egen merkeordning. Denne retter seg mot innhold-

et i produktene. Ved å stille konkrete minstekrav til allerede etablerte sertifiseringsordninger i hele verden, er det per i dag 15 av ordningene som ivaretar våre minstekrav.

For nye produkter Vinmonopolet selv etterspør videreføres kravet til pant på all pantbar emballasje, samt miljøsmart emballasje eller lettvekt, på alle produkter der det er mulig. Arbeidet med produktene gir resultater, og andelen produkter solgt med pant stiger fortsatt kraftig.

Vinmonopolet samarbeider med de andre nordiske monopolene i en egen miljøgruppe, hvor arbeidet i 2020 i stor grad har knyttet seg til vann og vannforbruk i produsentland. Det er også gjennomført webinar med 120 grossister hvor vannforbruk i risikoområder var tema.

### Framtidsutsikter

2020 har vært et ekstraordinært år for Vinmonopolet. Også 2021 ser også ut til å bli et spesielt år, og fortsatt stengte grenser

og mindre reisevirksomhet påvirker omsatt volum. Dette vil kunne vare gjennom 2021, om enn i noe mindre grad etter hvert som blant annet fritidsreiser tar seg mer opp.

Mange ansatte har kjent på uroen for å selv bli smittet under pandemien, og for å kunne spre smitte til sine nærmeste. Fare for fysisk og psykisk slitasje på ansatte er en risikofaktor styret vil følge tett framover. Fortsatt kan det ta tid før situasjonen blir mer normal. Det krever kontinuerlig oppmerksomhet i organisasjonen.

Hvordan livet etter korona vil arte seg er fortsatt ukjent. Det er mye som påvirker forbruksvaner og forventninger. Det vil kunne få betydning for selskapets organisering og arbeid. Styret vil, sammen med administrasjonen i selskapet, ha stor oppmerksomhet om dette framover.

Et samlet styre takker alle ansatte for den store innsatsen hver og en har bidratt med gjennom et helt spesielt år.

Oslo, 22. april 2021



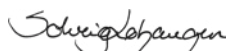
Ellen Seip  
styreleder



Sverre Helno  
nestleder



Trine Marit Stensen  
styremedlem



Solveig Løhaugen  
styremedlem



Per Arne Lodding Olsen  
styremedlem



Lars Jacob Tynes Pedersen  
styremedlem



Helge Størvik  
styremedlem



Åse Engesaeth  
styremedlem



Alf Ole Berglund  
styremedlem



Elisabeth Hunter  
adm. direktør







# Styret



**Styreleder**  
Ellen Seip

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

**Født:** 1949

**Utdannelse:** hovedfag sosiologi fra UiO



**Styrets nestleder**  
Sverre Helno

Konsernsjef Oslo

**Født:** 1962

**Utdannelse:** siviløkonom fra Stiftelsen Bedriftsøkonomisk Institutt (BI)



**Styremedlem**  
Trine Stensen

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

**Født:** 1964

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



**Styremedlem**  
Solveig Løhaugen

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

**Født:** 1965

**Utdannelse:** cand.jur. fra UiB

**Tillitsverv:** Styreleder i bl.a. Agderforskning og Agder kollektivtrafikk.



**Styremedlem**  
Per Arne Olsen

Fylkesmann, Vestfold

**Født:** 1961

**Utdannelse:** Tønsberg handelsgymnas



**Styremedlem**  
Lars Jacob Tynes Pedersen

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

**Født:** 1979

**Utdannelse:** doktorgrad i økonomi og administrasjon fra Norges Handelshøyskole



**Ansattes representant**  
Helge Storvik

Butikksjef Vinmonopolet Sogndal og leder av Funksjonærklubben Vinmonopolet

**Født:** 1954

**Utdannelse:** cand. mag. UiB



**Ansattes representant**  
Alf Ole Berglund

Butikksjef Vinmonopolet Hammerfest og leder av Akademikerforbundet i Vinmonopolet

**Født:** 1963

**Utdannelse:** Bedriftsøkonomi Finnmark Distrikthøyskole



**Ansattes representant**  
Åse Engesæth

Butikksjef Vinmonopolet Sotra og nestleder i Funksjonærklubben i Vinmonopolet Vest.

**Født:** 1964

**Utdannelse:** Handelsskole, kurs bedriftsøkonomi NKI

# Resultat

Tall i millioner kroner	Note	2020	2019
<b>Driftsinntekter</b>			
Salgsinntekter	2	20 568,3	14 303,9
Andre inntekter		11,3	16,7
<b>SUM DRIFTSINTEKTER</b>		<b>20 579,6</b>	<b>14 320,6</b>
<b>Driftskostnader</b>			
Vareforbruk	1	17 966,0	12 490,1
Lønn og andre personalkostnader	3,18	1 325,1	739,9
Av- og nedskrivinger på varige dr.midler	12	85,7	83,9
Andre driftskostnader	4	496,6	429,1
<b>SUM DRIFTSKOSTNADER</b>		<b>19 873,4</b>	<b>13 742,9</b>
<b>DRIFTSRESULTAT</b>		<b>706,2</b>	<b>577,7</b>
<b>Finans</b>			
Finansinntekter	5,7	29,2	23,9
Finanskostnader	5	0,2	0,2
<b>SUM FINANSRESULTAT</b>		<b>29,0</b>	<b>23,8</b>
<b>RESULTAT FØR SKATT</b>		<b>735,2</b>	<b>601,4</b>
Skattekostnad	13	162,1	132,5
<b>ÅRETS RESULTAT</b>		<b>573,1</b>	<b>468,9</b>
<b>Avsatt til</b>			
overskuddsandel og utbytte	14	286,5	234,5
annen egenkapital	17	286,5	234,5
<b>SUM</b>		<b>573,1</b>	<b>468,9</b>

# Balanse

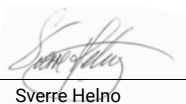
Tall i millioner kroner	Note	2020	2019
<b>Eiendeler</b>			
Lisenser og programvare	12	46,3	48,6
Utsatt skattefordel	13	191,0	100,2
Varige driftsmidler	12	258,6	272,5
Obligasjoner og aksjer	11	0,6	0,6
<b>ANLEGGSMIDLER</b>		<b>496,5</b>	<b>421,9</b>
Varebeholdning	8	1 421,0	969,4
Kundefordringer	9	3,1	9,0
Andre kortsiktige fordringer	10	55,0	36,9
Finansielle plasseringer	7	366,1	349,3
Kontanter, bankinnskudd	6	2 674,8	1 726,0
<b>OMLØPSMIDLER</b>		<b>4 520,0</b>	<b>3 090,6</b>
<b>SUM EIENDELER</b>		<b>5 016,6</b>	<b>3 512,5</b>

Tall i millioner kroner	Note	2020	2019
<b>Gjeld og egenkapital</b>			
Aksjekapital	16, 17	0,1	0,1
Annen egenkapital	17	857,0	944,3
<b>EGENKAPITAL</b>		<b>857,0</b>	<b>944,4</b>
Pensjonsforpliktelser	18	917,1	505,4
<b>LANGSIKTIG GJELD</b>		<b>917,1</b>	<b>505,4</b>
Leverandørgjeld		2 359,1	1 440,5
Betalbar skatt	13	147,5	24,5
Skyldig offentlige avgifter		206,0	170,0
Overskuddsandel og utbytte	14	286,5	234,5
Annen kortsiktig gjeld	15	243,3	193,2
<b>KORTSIKTIG GJELD</b>		<b>3 242,5</b>	<b>2 062,8</b>
<b>SUM GJELD OG EGENKAPITAL</b>		<b>5 016,6</b>	<b>3 512,5</b>

Oslo, 22. april 2021



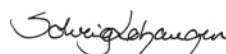
Ellen Seip  
styreleder



Sverre Helno  
nestleder



Trine Marit Stensen  
styremedlem




Solveig Løhaugen  
styremedlem




Per Arne Lodding Olsen  
styremedlem



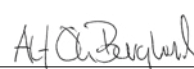
Lars Jacob Tynes Pedersen  
styremedlem



Helge Storvik  
styremedlem



Åse Engesæth  
styremedlem



Alf Ole Berglund  
styremedlem



Elisabeth Hunter  
adm. direktør

# Kontantstrømoppstilling

Tall i millioner kroner	Note	2020	2019
<b>Likvider tilført fra virksomheten</b>			
Tilført fra årets virksomhet *)		495,0	46,0
Endring leverandører		918,6	6,3
Endring i lager, debitorer		-445,7	-112,9
Endring andre kortsiktige poster		68,0	26,0
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA VIRKSOMHETEN</b>		<b>1 035,9</b>	<b>-34,6</b>
<b>Likvider brukt på investeringer</b>			
Investeringer i varige driftsmidler	12	-70,4	-44,2
Salg av varige driftsmidler		-	2,6
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA INVESTERINGER</b>		<b>-70,4</b>	<b>-41,6</b>
<b>Likvider fra finansiering</b>			
Endring andre langsiktige fordringer	11	-	0,6
<b>NETTO LIKVIDITETSENDRING FRA FINANSIERING</b>		<b>-</b>	<b>0,6</b>
Netto endring i likvider gjennom året		965,5	-75,6
Likvider 1.1.		2 075,2	2 150,7
<b>LIKVIDER 31.12.</b>		<b>3 040,9</b>	<b>2 075,2</b>
Spesifikasjon likvider 31.12.			
Kontanter		69,8	93,0
Bankinnskudd		2 604,9	1 633,0
Finansielle plasseringer		366,1	349,3
<b>SUM LIKVIDER</b>		<b>3 040,9</b>	<b>2 075,3</b>
Resultat før skatt		735,2	601,4
Gevinst ved salg av driftsmidler		-	-0,1
Tap ved avgang driftsmidler		0,5	-0,3
Ordinære av- og nedskrivninger	12	85,7	83,9
Betalbar skatt (vinmonopolavgift)	13	-24,5	-16,0
Forskjell mellom kostnadsført pensjon og inn-/utbetalinger		-67,4	-494,2
Overskuddsandel		-234,5	-128,7
<b>*) TILFØRT FRA ÅRETS VIRKSOMHET</b>		<b>495,0</b>	<b>46,0</b>

# Noter til regnskapet

## 1.0 SAMMENDRAG AV DE VIKTIGSTE REGNSKAPSPRINSIPPENE

AS Vinmonopolet er underlagt Lov om Aktieselskapet Vinmonopolet (Vinmonopolloven) og avlegger årsregnskap i samsvar med regnskapsloven av 1998 og god regnskapspraksis i Norge.

### 1.1 DRIFTSINNTEKTER

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

### 1.2 KLASSIFISERING OG VURDERING AV BALANSEPOSTER

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

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

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

### 1.3 VAREBEHOLDNING OG VAREFOBRUK

Varebeholdningens verdi blir beregnet etter prinsippet om glidende gjennomsnitt og fluktuierer i takt med prisjusteringer på varene. Vareforbruket i resultatregnskapet er fastsatt til verdien av varekjøp justert for beholdningsendringer. Alkoholavgifter inngår i vareforbruket.

### 1.4 KUNDEFORDRINGER OG ANDRE FORDRINGER

Kundefordringer og andre fordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap.

### 1.5 KORTSIKTIGE INVESTERINGER

Finansielle investeringer klassifiseres som omløpsmidler. Kortsiktige investeringer (obligasjoner og sertifikater) som inngår i en handelsportefølje med henblikk på videresalg, vurderes til markedsverdi. Obligasjoner og sertifikater som holdes til forfall vurderes til kostpris tillagt amortisert over- og underkurs.

### 1.6 VARIGE DRIFTSMIDLER OG IMMATERIELLE RETTIGHETER

Balanseførte driftsmidler omfatter investeringer som gir kapasitetsøkning eller vesentlig kvalitetsbedring. Disse er oppført i balansen til kostpris redusert for ordinære avskrivninger og nedskrivninger. Programvare, enten den er kjøpt eller egenutviklet, er presentert på linjen for lisenser og programvare. Unntaket er operativsystemer ol. som leveres sammen med maskinvare. Behandlingen for øvrig er lik med varige driftsmidler. Investeringer i butikklokaler vurderes samlet i en portefølje ved vurdering av hvorvidt virkelig verdi er lavere enn bokført verdi. Driftsmidler som ikke er i bruk nedskrives til gjenvinnbart beløp.

Direkte vedlikehold av driftsmidler kostnadsføres løpende under driftskostnader, mens påkostninger eller forbedringer tillegges driftsmidlets kostpris og avskrives i takt med driftsmidlet.

Tap ved salg av anleggsmidler er beregnet som

differansen mellom salgssum og bokført verdi, og er presentert netto under øvrige driftskostnader. Gevinst ved salg av anleggsmidler, som er beregnet på tilsvarende måte, er presentert netto under andre inntekter.

### 1.7 SKATT

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

### 1.8 PENSJONSFORPLIKTELSE

Vinmonopolets ansatte er tilknyttet 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.

Pensjonsordningen i SPK er forsikringsteknisk oppbygd. Ordningen er imidlertid ikke fondsbasert. Utbetalingen av pensjonene er garantert av staten (Pensjonsloven §1). Det blir simulert en avkastning av fondsmidler tilsvarende langsiktige statsobligasjoner. Avvik i den faktiske utviklingen fra de beregningsmessige forutsetninger vil kunne gi både en over- og underfinansiering av ordningen. 10 % av midlene er plassert i Statens Pensjonsfond Utland (SPU).

Vinmonopolet følger Norsk Regnskapsstandard 6A som gir regnskapspliktige mulighet til å anvende rammeverket i International Accounting Standard 19 (IFRS).

Selskapets pensjonsforpliktelser, både sikret og usikret, beregnes som den diskonterte verdi av de fremtidige pensjonsytelser som anses påløpt på balansedagen. Det forutsettes at arbeidstakerne opparbeider sine pensjonsrettigheter lineært over den yrkesaktive perioden. Pensjonsmidlene er vurdert til virkelig verdi og fratrukket i netto pensjonsforpliktelse i balansen. Eventuell overfinansiering balanseføres i den grad overfinansieringen kan utnyttes eller tilbakebetales. Netto pensjonsmidler presenteres som andre langsiktige fordringer i balansen. Endringer i forpliktelsen og pensjonsmidlene som skyldes endringer i og avvik mot beregningsforutsetningene (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 AFP i perioden. Den ordinære pensjonsforpliktelsen fra fylte 67 år kostnadsføres i perioden fram til antatt tidspunkt for førtidspen-

sjoner (AFP). Ved beregning av AFP-forpliktelse er det benyttet samme forutsetninger som for de ordinære pensjonsforpliktelsene, samt estimat for uttakstilbøyeligheter.

### 1.9 LEIEAVTALER

Leieavtaler hvor det vesentligste av risiko og avkastning er forbundet med eierskapet, og ikke med leieavtalen, behandles som en operasjonell leieavtale og leiebetalinger klassifiseres som driftskostnad i regnskapet. Vinmonopolet har ikke leieavtaler som anses å være finansielle.

### 1.10 KONTANTSTRØMOPPSTILLING

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

### 1.11 VALUTA

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

### 1.12 TILKNYTTET SELSKAP

Investering i tilknyttet selskap vurderes etter de generelle vurderingsregler (kostmetoden) i selskapsregnskapet.



## DEL 9 REGNSKAP

### 2 SALGSINTEKTER

Fordeling hovedvaregrupper

Tall i millioner kroner	2020	2019
Svakvin	13 576	9 157
Sterkvin	139	102
Brennevin	6 238	4 573
Øl	462	<b>336</b>
Alkoholfritt	53	45
Andre salgsvarer	102	91
<b>SUM</b>	<b>20 568</b>	<b>14 304</b>

Alkoholavgifter utgjør 10 414,6 millioner kroner av salgsinntekter og varekostnader (7 418,0 millioner kroner i 2019)

### 3 LØNSKOSTNADER, ANTALL ANSATTE OG GODTGJØRELSE

1 000 kroner	2020	2019
Lønn	1 071 019	897 258
Arbeidsgiveravgift	130 591	115 558
Pensjonskostnader inkl. arb.giv.avg.	81 602	-303 798
Innleid arbeidskraft	14 208	4 369
Andre godtgjørelser	5 987	5 666
Andre personalkostnader	21 654	20 864
<b>SUM</b>	<b>1 325 061</b>	<b>739 917</b>
Antall fast ansatte pr. 31.12	1 943	1862
Herav: Heltidsansatte	710	658
Deltidsansatte	1 233	1204
Antall årsverk	1218	2019
Lønnsjustering i 2020 var 1,65 %.		

### LØNN OG YTELSE TIL LEDENDE ANSATTE

Godtgjørelser ledergruppen 2020

Per 31. desember 2020 besto Vinmonopolets ledergruppe av Elisabeth Hunter (adm.dir), Geir Mosether, Halvor Bing Lorentzen, Elisabeth Ramstad, Linda Frid Andresen, Lars Thorenfeldt og Bjørn-Egil Ekhaugen

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

Elisabeth Ramstad startet 14.04.2020

Linda Frid Andresen startet 01.05.2020

Lars Thorenfeldt startet 01.09.2020

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

Godtgjørelser ledergruppen 2019

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

Hilde Britt Mellbye sluttet 31.7.2019

Christie, Kirsti sluttet 31.8.2019

Anders Spilling sluttet 30.11.2019

Vibeke Jørpeland, medl. i ledergrp fra 1.12.2019

Trond I. Nilsen, medl. i ledergrp fra 8.5.2019

Joralf Sætran, medl. i ledergrp fra 8.5.2019

Samlet utbetalt styrehonorar i 2020 er kr 1 442 146,-, herav kr 240.000,- til styrets leder. For 2019 var det utbetalt styrehonorar på kr 1 326 000,-, herav kr 240 000,- til styrets leder. Samlet honorar til bedriftsforsamlingen og kontrollkomite i 2020 var kr 124 147,- (i 2019 kr 102 209,-) Administrerende direktør Elisabeth Hunter har en 12 mnd. etterlønsavtale.

## REVISJONSHONORARER

1 000 kroner	2020	2019
Lovpålagt revisjon (inkl. teknisk bistand med årsregnskapet)	859	499
Annen bistand	245	313
<b>SUM</b>	<b>1 104</b>	<b>812</b>

Alle tall oppgitt i oversikten over er eksklusive merverdiavgift.

## 4 ANDRE DRIFTSKOSTNADER

Andre driftskostnader inkluderer følgende kostnader:

1 000 kroner	2020	2019
Energi og lokalkostnader	222 409	214 066
Vedlikehold og anskaffelser inventar ol	95 026	75 551
Eksterne tjenester	68 606	34 076
Forsikringer og bankomkostninger	44 505	34 963
Frakt og transport	15 497	8 494
Informasjons- og emballagemateriell	15 330	8 798
Kontorrekvisita, IT, telefon ol	11 296	10 862
Møte- og reisekostnader	10 501	29 919
Andre kostnader	13 441	12 348
<b>SUM</b>	<b>496 610</b>	<b>429 076</b>

## 5 FINANSPOSTER

Finansposter inneholder følgende inntekter og kostnader:

1 000 kroner	2020	2019
<b>Finansinntekter</b>		
Renteinntekter bank	12 028	15 917
Avkastning obligasjoner og sertifikater	17 108	7 888
Andre finansinntekter	97	104
<b>SUM</b>	<b>29 232</b>	<b>23 909</b>
<b>Finanskostnader</b>		
Andre finanskostnader	223	151
<b>SUM</b>	<b>223</b>	<b>151</b>

## 6 KONTANTER OG BANKINNSKULD

Pr 31.12.2020 var 51,7 millioner kroner av selskapets bankinnskudd avsatt til betaling av skattetrekk for ansatte (35,2 millioner kroner i 2019)

Bankbeholdningen er plassert på konsernkontosystem i Sparebanken Midt-Norge

## 7 FINANSIELLE PLASSERINGER

Vinmonopolets finansielle plasseringer består av følgende:

1 000 kroner	Kostpris	Markedsverdi	Bokført verdi
Høyrenteinnskudd	600 000	607 523	607 523
Obligasjoner og sertifikater	289 959	366 138	366 138
<b>SUM</b>	<b>889 959</b>	<b>973 660</b>	<b>973 660</b>

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

Plasseringene hadde ved utgangen av 2020 en kreditturasjon på 3,48 år. Faktisk netto avkastning fratrukket forvaltningshonorar har i 2020 vært 16,9 millioner kroner, tilsvarende 4,91%

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

## 8 VAREBEHOLDNING

Vinmonopolets varebeholdning fordeles på 337 butikker, samt et eget lager som håndterer utsendelser for fjernhandelskanalen.

Verdien av varebeholdningen vises i tabellen under:

1 000 kroner	2020	2019
Varelager i butikk	1 403 843	952 035
Varelager fjernhandel	20 578	18 158
Total varelagerbeholdning	1 424 421	970 193
Ukurans	-3 500	-1 000
Varebeholdning arbeidsklær	111	203
<b>SUM</b>	<b>1 421 032</b>	<b>969 396</b>

## 9 KUNDEFORDRINGER

Kundefordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap på krav med 0,3 millioner kroner (0,3 millioner kroner i 2019). I kundefordringer inngår det ingen krav mot kredittkortselskap.

## 10 ANDRE KORTSIKTIGE FORDRINGER

Andre kortsiktige fordringer er oppført til pålydende og består av:

1 000 kroner	2020	2019
Forskuddsbetalte kostnader	53 432	36 076
Andre kortsiktige fordringer	1 573	861
<b>SUM</b>	<b>55 005</b>	<b>36 937</b>

## DEL 9 REGNSKAP

### 11 LANGSIKTIGE FORDRINGER OG AKSJER

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

1 000 kroner	2020	2019
Obligasjons- og pantelån	283	283
Aksjer	327	327
<b>SUM</b>	<b>610</b>	<b>610</b>

Sirkel Materialgjenvinning AS og Sirkel Glass AS har forretningsadressen Haslevangen 14 i Oslo. Selskapenes foreløpige regnskap for 2020 viser et resultat før skatt på henholdsvis 18,1 millioner kroner (Sirkel Materialgjenvinning AS) og 7,0 millioner kroner (Sirkel Glass AS). Sum egenkapital viser 81,3 millioner kroner for Sirkel Materialgjenvinning AS og 23,6 millioner kroner for Sirkel Glass AS. Vinmonopolet eier 22,7 % i begge selskaper.

### 12 LISENER, PROGRAMVARE OG VARIGE DRIFTSMIDLER

1 000 kroner	Lisenser og programvare	EDB-utstyr/kontorutstyr	Transportmidler	Inventar	Forretningsbygg
Anskaffelseskost 01.01	242 501	141 684	2 526	624 757	14 379
Tilgang	19 470	15 265	471	26 743	-
Avgang	-	-465	-	-11 686	-1 334
Anskaffelseskost 31.12	261 970	156 484	2 996	639 815	13 045
Akkumulert avskrivning 01.01	194 070	117 248	1 558	428 322	10 038
Årets avskrivning	21 751	17 472	154	37 156	211
Avgang	-	-465	-	-11 489	-842
Akkumulert avskrivning 31.12	215 822	134 255	1 712	453 989	9 407
<b>BOKFØRT VERDI 01.01.2020</b>	<b>48 430</b>	<b>24 436</b>	<b>967</b>	<b>196 435</b>	<b>4 342</b>
<b>BOKFØRT VERDI 31.12.2020</b>	<b>46 149</b>	<b>22 229</b>	<b>1 285</b>	<b>185 826</b>	<b>3 638</b>

1 000 kroner	Leide lokaler	Tomter	Kunst	TOTALT
Anskaffelseskost 01.01	195 039	4 119	1 136	1 226 142
Tilgang	8 402	-	-	70 350
Avgang	-5 868	-	-	-19 353
Anskaffelseskost 31.12	197 574	4 119	1 136	1 277 140
Akkumulert avskrivning 01.01	153 996	-	-	905 231
Årets avskrivning	8 968	-	-	85 712
Avgang	-5 810	-	-	-18 606
Akkumulert avskrivning 31.12	157 154	-	-	972 338
<b>BOKFØRT VERDI 01.01.2020</b>	<b>41 043</b>	<b>4 119</b>	<b>1 136</b>	<b>320 910</b>
<b>BOKFØRT VERDI 31.12.2020</b>	<b>40 419</b>	<b>4 119</b>	<b>1 136</b>	<b>304 802</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 %

### 13 SKATT

Midlertidig forskjeller som inngår i grunnlaget for utsatt skatt/utsatt skattefordel

1 000 kroner	2020	2019
Varige driftsmidler	38 481	44 099
Skattefunn	-101	-142
Fordringer	-300	-300
Varelager	-3 500	-1 000
Pensjonsforpliktelser	-917 059	-505 380
Gevinst og tapskonto	5 959	7 449
Andre forskjeller	8 231	-248
<b>Grunnlag for utsatt skatt/skattefordel i balansen</b>	<b>-868 290</b>	<b>-455 523</b>
<b>UTSATT SKATT/ SKATTEFORDEL I REGNSKAPET</b>	<b>-191 024</b>	<b>-100 215</b>
<b>Grunnlag for skattekostnad, endring i utsatt skatt og betalbar skatt</b>		
Resultat før skattekostnad	735 195	601 423
Permanente forskjeller	1 685	766
<b>Grunnlag for årets skattekostnad</b>	<b>736 879</b>	<b>602 189</b>
Endring i forskjeller som inngår i grunnlag for utsatt skatt/skattefordel	-66 533	-490 885
<b>Skattepliktig inntekt (grunnlag for betalbar skatt i balansen)</b>	<b>670 346</b>	<b>111 303</b>
<b>Fordeling av skattekostnaden</b>		
Sum betalbar skatt	147 476	24 487
Endring i utsatt skatt/skattefordel	14 637	107 995
<b>Skattekostnad (22 prosent av grunnlag for årets skattekostnad)</b>	<b>162 113</b>	<b>132 482</b>
<b>Avstemming av årets skattekostnad</b>		
Regnskapsmessig resultat for skattekostnad	735 195	601 423
Beregnet skatt 22 %	161 743	132 313
Skattekostnad i resultatregnskapet	162 113	132 482
<b>Differanse</b>	<b>-371</b>	<b>-169</b>

1 000 kroner	2020	2019
Differanse består av følgende:		
<b>22 % av permanente forskjeller</b>	<b>371</b>	<b>169</b>
<b>Betalbar skatt i balansen</b>		
Betalbar skatt i skattekostnaden	147 476	24 487
Betalbar skatt i balansen	147 476	24 487

### 14 OVERSKUDDSANDEL

Det er beregnet 50 prosent overskuddsandel av resultat etter skatt for 2020, dvs den andel av overskuddet som utbetales som utbytte. Stortinget har fastsatt at 50 prosent av overskuddet etter skatt skal tilfalle staten. Overskuddsandelen kommer i tillegg til lovpålagt utbytte på 2 500 kroner i henhold til Vinmonopolloven §4. Sum av utbytte og overskuddsandel er presentert som overskuddsandel i note 18.

### 15 ANNEN KORTSIKTIG GJELD

Annen kortsiktig gjeld inkluderer følgende:

1 000 kroner	2020	2019
Gavekort	60 888	51 157
Uopptjent inntekt	3 730	4 941
Skyldig lønn og feriepenger	178 716	137 139
<b>SUM</b>	<b>243 334</b>	<b>193 237</b>

### 16 AKSJEKAPITAL

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

### 17 EGENKAPITAL

Årets endring i egenkapital	Aksje-kapital	Annen egen-kapital	Estimat-avvik pensjoner	Sum
Egenkapital 31.12.2019	50	1 806 372	-862 069	944 353
Årets resultat		573 081		573 081
Årets endring estimatavvik			-373 854	-373 854
Overskuddsandel		-286 542		-286 542
<b>Egenkapital 31.12.2020</b>	<b>50</b>	<b>2 092 912</b>	<b>-1 235 923</b>	<b>857 038</b>

## DEL 9 REGNSKAP

### 18 PENSJONSFORPLIKTELSE

Vinmonopolet har pensjonsordninger som omfatter i alt 2 432 personer, en økning på 572 personer fra 2019. Økningen skyldes i hovedsak ekstrahjelp i forbindelse med korona. 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 aktuariemessige forutsetninger er basert på vanlige forutsetninger innen forsikring når det gjelder demografiske forhold.

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

Årets pensjonskostnad fremkommer slik:

Periodens netto pensjonskostnad i 1 000 kroner	2020	2019
Nåverdi av årets pensjonsopptjening	79 556	88 314
Resultatført estimatavvik	79	76
Rentekostnad av påløpte pensjonsforpliktelser	52 403	61 626
Risikopremie/administrasjon	2 686	2 874
Resultatført planendring	-	-354 923
Avkastning av pensjonsmidlene	-43 907	-46 081
<b>Netto pensjonskostnad</b>	<b>90 818</b>	<b>-248 115</b>
Arbeidsgiveravgift	9 223	-39 597
<b>Netto pensjonskostnad før ansatt trekk</b>	<b>100 041</b>	<b>-287 711</b>
Medlemsandel trukket	18 439	16 087
<b>Total netto pensjonskostnad</b>	<b>81 602</b>	<b>-303 798</b>

Pensjonsforpliktelser og pensjonsmidler fremkommer slik:

Per 31.12. i 1 000 kroner	2020	2019
Pensjonsforpliktelser brutto - DBO	-2 746 595	-2 322 234
Verdi av pensjonsmidler	1 942 556	1 879 014
<b>Beregnet netto pensjonsforpliktelse</b>	<b>-804 039</b>	<b>-443 220</b>
Arbeidsgiveravgift	-113 020	-62 160
<b>Balansført netto pensjonsforpliktelse</b>	<b>-917 059</b>	<b>-505 380</b>

### 19 LEIEFORPLIKTELSE

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

1 000 kroner	2024	2023	2022	2021
	152 166	158 255	164 600	173 057

Antall leieavtaler som er leie av butikklokaler er 333. Ved leie av butikklokaler er det vanlig å inngå 15 års kontrakter som er delt opp i 3 eller 4 leieperioder.

### 20 NORDPOLET

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

Resultat 1 000 kroner	2020	2019
Salgsinntekter	22 792	26 229
Vareforbruk	13 382	15 370
Ordinære avskrivninger		
Andre driftskostnader	4 023	4 321
Driftsresultat	5 387	6 538
Finansposter	22	28
<b>Årets resultat</b>	<b>5 409</b>	<b>6 566</b>
Disponering av resultat:		
<b>Til Longyearbyen lokalstyre</b>	<b>5 409</b>	<b>6 566</b>

Balanse per 31.12. i 1 000 kroner	2020	2019
Anleggsmidler	0	0
Omløpsmidler	10 225	12 398
<b>Eiendeler</b>	<b>10 225</b>	<b>12 398</b>
Egenkapital	4 380	4 380
Kortsiktig gjeld	5 845	8 018
<b>Gjeld og egenkapital</b>	<b>10 225</b>	<b>12 398</b>

### 21 NÆRSTÅENDE PARTER

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

### 22 HENDELSER ETTER BALANSEDATOEN

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



### **KONTROLLKOMITÉENS INNSTILLING**

Kontrollkomitéen har gjennomgått det avsluttede og reviderte årsoppgjør samt revisjonsberetningen. Styrets forslag til disposisjon av overskuddet kr 573,1 mill. har Kontrollkomitéen ingen merknader til. Kontrollkomitéen anbefaler at bedriftsforsamlingen gir sin tilslutning til det fremlagte årsoppgjør for 2020.

Oslo, 6. mai 2021

**Øystein Østraat**  
**Anders Anundsen**  
**Sonja Sjøli**

### **BEDRIFTSFORSAMLINGENS UTTALELSE**

I samsvar med styrets vedtak av 22. april 2021 og kontrollkomiteens innstilling, anbefaler bedriftsforsamlingen at regnskapet for 2020 fastsettes. Likeledes anbefaler bedriftsforsamlingen at årsberetningen godkjennes.

Oslo, 6. mai 2021



Til Helse- og omsorgsdepartementet

## *Uavhengig revisors beretning*

### *Uttalelse om revisjonen av årsregnskapet*

---

#### *Konklusjon*

Vi har revidert Aktieselskapet Vinmonopolets årsregnskap som består av balanse per 31. desember 2020, resultat og kontantstrømoppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter til årsregnskapet, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening er det medfølgende årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av selskapets finansielle stilling per 31. desember 2020, og av dets resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

---

#### *Grunnlag for konklusjonen*

Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder de internasjonale revisjonsstandardene International Standards on Auditing (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet i Revisors oppgaver og plikter ved revisjon av årsregnskapet. Vi er uavhengige av selskapet slik det kreves i lov og forskrift, og har overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

---

#### *Øvrig informasjon*

Ledelsen er ansvarlig for øvrig informasjon. Øvrig informasjon omfatter informasjon i årsrapporten bortsett fra årsregnskapet og den tilhørende revisjonsberetningen.

Vår uttalelse om revisjonen av årsregnskapet dekker ikke øvrig informasjon, og vi attesterer ikke den øvrige informasjonen.

I forbindelse med revisjonen av årsregnskapet er det vår oppgave å lese øvrig informasjon med det formål å vurdere hvorvidt det foreligger vesentlig inkonsistens mellom øvrig informasjon og årsregnskapet, kunnskap vi har opparbeidet oss under revisjonen, eller hvorvidt den tilsynelatende inneholder vesentlig feilinformasjon.

Dersom vi konkluderer med at den øvrige informasjonen inneholder vesentlig feilinformasjon er vi pålagt å rapportere det. Vi har ingenting å rapportere i så henseende.

---

#### *Styrets og daglig leders ansvar for årsregnskapet*

Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet i samsvar med lov og forskrifter, herunder for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge. Ledelsen er også ansvarlig for slik internkontroll som den finner nødvendig for å kunne utarbeide et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil.

---

*PricewaterhouseCoopers AS, Dronning Eufemias gate 71, Postboks 748 Sentrum, NO-0106 Oslo*

*T: 02316, org. no.: 987 009 713 MVA, www.pwc.no*

*Statsautoriserte revisorer, medlemmer av Den norske Revisorforening og autorisert regnskapsførerselskap*



Ved utarbeidelsen av årsregnskapet må ledelsen ta standpunkt til selskapets evne til fortsatt drift og opplyse om forhold av betydning for fortsatt drift. Forutsetningen om fortsatt drift skal legges til grunn for årsregnskapet så lenge det ikke er sannsynlig at virksomheten vil bli avvirket.

---

### *Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet*

Vårt mål med revisjonen er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller utilsiktede feil, og å avgi en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. Betyggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon som eksisterer. Feilinformasjon kan oppstå som følge av misligheter eller utilsiktede feil. Feilinformasjon blir vurdert som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke økonomiske beslutninger som brukerne foretar basert på årsregnskapet.

For videre beskrivelse av revisors oppgaver og plikter vises det til:

<https://revisorforeningen.no/revisjonsberetninger>

### *Uttalelse om andre lovmessige krav*

---

#### *Konklusjon om årsberetningen*

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, mener vi at opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet, forutsetningen om fortsatt drift og forslaget til resultatdisponering er konsistente med årsregnskapet og i samsvar med lov og forskrifter.

---

#### *Konklusjon om registrering og dokumentasjon*

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av selskapets regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringsskikk i Norge.

Oslo, 22. april 2021

**PricewaterhouseCoopers AS**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Marius thorsrud', written over a light blue horizontal line.

Marius thorsrud  
Statsautorisert revisor



Til styret i Aktieselskapet Vinmonopolet

## Rapport om Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering om bærekraft

Vi har gjennomført et attestasjonsoppdrag med moderat sikkerhet om Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering om bærekraft. Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering om bærekraft omfatter GRI-indeks for 2020 og målinger og beregninger av nøkkeltall for bærekraft per 01. januar – 31. desember 2020.

- Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks er en oversikt over hvilke av prinsippene, aspektene og indikatorene i retningslinjene fra The Global Reporting Initiative som Aktieselskapet Vinmonopolet har benyttet for å måle og rapportere om bærekraft; sammen med en henvisning til hvor informasjonen om bærekraft er rapportert. Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks 2020 er en del av Aktieselskapet Vinmonopolets årsrapport for 2010. Vi har kontrollert om Aktieselskapet Vinmonopolet har utarbeidet en indeks for 2020 og om informasjon er gitt slik det kreves i standarder utgitt av The Global Reporting Initiative ([www.globalreporting.org/standards](http://www.globalreporting.org/standards)) (kriterier).
- Nøkkeltall for bærekraft er indikatorer for bærekraft som Aktieselskapet Vinmonopolets GRI-indeks 2020 viser til, og som Aktieselskapet Vinmonopolet måler og følger opp. Nøkkeltall for bærekraft er tilgjengelige og inngår i Aktieselskapet Vinmonopolets årsrapport for 2020. Aktieselskapet Vinmonopolets har utarbeidet nøkkeltallene. Vi har kontrollert grunnlaget for målingene, etterberegnet målingene, og kontrollert om Aktieselskapet Vinmonopolet har presentert nøkkeltallene slik det kreves i standarder utgitt av the Global Reporting Initiative ([www.globalreporting.org/standards](http://www.globalreporting.org/standards)) (kriterier).

### Ledelsens ansvar

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

### Vår uavhengighet og kvalitetskontroll

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

### Revisors oppgaver og plikter

Vår oppgave er å gi uttrykk for en konklusjon med moderat sikkerhet om Aktieselskapet Vinmonopolets rapportering om bærekraft basert på vår kontroll. Vi har foretatt våre kontroller og avgir vår uttalelse i samsvar med standard for attestasjonsoppdrag "ISAE 3000 Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon".

*PricewaterhouseCoopers AS, Dronning Eufemias gate 71, Postboks 748 Sentrum, NO-0106 Oslo  
T: 02316, org. no.: 987 009 713 MVA, [www.pwc.no](http://www.pwc.no)  
Statsautoriserte revisorer, medlemmer av Den norske Revisorforening og autorisert regnskapsførerselskap*



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

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

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

### **Konklusjon**

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

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

Oslo, 03. mai 2021

**PricewaterhouseCoopers AS**

Marius Thorsrud  
Statsautorisert revisor



# Salget i 2020

**Vinmonopolet solgte totalt 115,5 millioner liter i 2020, noe som er tidenes høyeste salg. Økningen fra 2019 var på hele 40 prosent.**

Myndighetenes koronarestriksjoner forklarer den historiske veksten i 2020, da restriksjonene medførte tilnærmet full stopp i grensehandel og taxfreesalg, samt betydelig redusert skjenking på caféer og restauranter landet rundt.

Av fylkene hadde Viken høyest vekst med 61 prosent. Lavest var Møre og Romsdal med 24 prosent. Grensenære kommuner som Kongsvinger, Halden, Sarpsborg og Fredrikstad hadde størst vekst og endte alle godt over 100 prosent vekst i 2020, men alle disse er steder der Vinmonopolet hadde et lavt salg pr innbygger før koronasituasjonen; 7 – 9 liter per innbygger mot et landsgjennomsnitt på cirka 15,5 for 2019. Tallene illustrerer med all tydelighet grensehandelens betydelige omfang i en normalsituasjon.

Økt bruk av hjemmekontor under pandemien kan også leses ut av Vinmonopolets salgstall for 2020: en

rekke butikker i bydelene og typiske pendlerkommuner har vesentlig høyere vekst enn vinmonopol med sentral beliggenhet i byene.

Mange hyttekommuner hadde også sterk vekst i 2020. På grunn av reiserestriksjoner utenlands har norske hytter trolig vært mer i bruk enn noensinne.

Med sine 95,3 millioner liter utgjorde svakvin 82,5 prosent av salget i 2020, tidenes høyeste markedsandel for kategorien. Brennevin utgjorde 13 prosent av salget tilsvarende 15,1 millioner liter. Selv om kategorien vokste med 32 prosent fra 2019 er dette den laveste markedsandelen som er målt for brennevin noensinne.

Rødvin er fortsatt klart største varetype med 54,1 millioner liter solgt, som tilsvarende 47 prosent av salget. Hvitvin vokste til 27,4 millioner liter hvilket utgjør

23,8 prosent av salget, tidenes høyeste markedsandel for kategorien. Det samme gjelder rosévin som med snaut 4,8 millioner solgte liter utgjorde 4,1 prosent av salget. Så sent som i 2002 utgjorde rosévin bare 0,2 prosent av totalsalget.

Kategoriene hvitvin, musserende og rosévin stod samlet for 33,9 prosent av salget i 2020, mot 19,1 prosent i 2000. Denne endringen illustrerer hovedtrenden i Vinmonopolets salg de siste to tiårene: sakte, men sikkert, øker salget av lette og lyse kategorier på bekostning av rødvin, sterkvin og brennevin. Årsaken er trolig todelte. Stadig flere foretrekker varettyper med et lavere alkohol-, sukker- og kaloriinnhold av helsemessige årsaker. Derne påvirker klimaendringene salget. Norge blir stadig varmere. Markedsandelen til lette og lyse kategorier øker i takt temperaturen.



## Fotnoter

- <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.

**TABELL 1 Vinmonopolets salg 2011–2020, hovedvaretype, 1 000 liter**

År	Totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholritt <sup>5</sup>
2011	78 395	12 096	708	64 258	1 165	168
2012	79 869	11 852	670	65 692	1 433	223
2013	80 631	11 479	609	66 449	1 815	280
2014	81 160	11 254	569	66 804	2 215	318
2015	80 466	11 185	539	65 911	2 482	349
2016	81 303	11 300	519	66 407	2 641	436
2017	80 680	11 205	500	65 746	2 738	490
2018	82 006	11 222	480	66 985	2 767	552
2019	82 591	11 409	474	67 164	2 948	596
2020	115 528	15 071	631	95 265	3 872	688

**TABELL 2 Vinmonopoletes salget av brennevin 2016–2020, 1 000 liter**

Brennevin <sup>1</sup>	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Vodka</b>	<b>3 392</b>	<b>3 359</b>	<b>3 321</b>	<b>3 354</b>	<b>4 045</b>
Norge	1 284	1 145	1 106	1 125	1 393
Sverige	502	492	495	522	713
Polen	565	624	645	647	677
Finland	290	346	404	429	534
England	391	403	375	344	374
EU	203	194	143	130	132
Frankrike	65	67	71	83	125
Andre land	92	88	82	76	97
<b>Whisky</b>	<b>1 344</b>	<b>1 342</b>	<b>1 341</b>	<b>1 373</b>	<b>1 950</b>
Skottland	903	908	916	936	1 287
Irland	220	215	213	213	329
USA	128	133	138	158	240
Canada	86	78	64	55	65
Andre land	8	9	10	13	29
<b>Akevitt</b>	<b>1 282</b>	<b>1 291</b>	<b>1 297</b>	<b>1 330</b>	<b>1 903</b>
Norge	1 142	1 132	1 113	1 140	1 591
Sverige	82	102	131	135	224
Danmark	47	46	43	42	65
Andre land	11	11	10	13	24
<b>Likør</b>	<b>1 329</b>	<b>1 367</b>	<b>1 385</b>	<b>1 424</b>	<b>1 865</b>
Irland	473	460	452	461	672
Danmark	187	224	229	243	275
Finland	90	91	95	106	137
Nederland	78	85	93	97	129
Frankrike	85	76	72	72	99
Italia	60	57	57	60	87
Canada	48	62	70	72	85
Norge	68	75	79	79	85
USA	51	52	53	55	76

TABELL 2 Vinmonopoletes salget av brennevin 2016–2020, 1 000 liter

Brennevin <sup>1</sup>	2016	2017	2018	2019	2020
Skottland	52	52	59	58	54
Sør-Afrika	51	46	45	41	53
Tyskland	42	41	37	34	46
Andre land	43	47	45	45	67
<b>Druebrennevin</b>	<b>1 716</b>	<b>1 593</b>	<b>1 485</b>	<b>1 417</b>	<b>1 708</b>
Frankrike	1 671	1 550	1 440	1 369	1 635
Spania	36	34	36	42	63
Andre land	10	10	9	6	10
<b>Brennevin, annet</b>	<b>664</b>	<b>670</b>	<b>750</b>	<b>786</b>	<b>1 097</b>
Jamaica	165	163	165	171	251
Norge	214	215	189	193	243
Bermuda	130	136	139	151	195
Italia	32	52	97	103	174
Finland	-	0	45	60	85
Andre land	122	104	115	108	148
<b>Gin</b>	<b>480</b>	<b>501</b>	<b>555</b>	<b>596</b>	<b>1 018</b>
England	437	441	473	478	739
Norge	20	32	44	71	153
Finland	10	10	12	14	59
Skottland	9	13	14	17	31
Andre land	4	5	12	16	36
<b>Bitter</b>	<b>673</b>	<b>661</b>	<b>656</b>	<b>656</b>	<b>875</b>
Tyskland	458	450	445	449	593
Danmark	112	110	107	104	148
Italia	49	48	52	51	74
Norge	51	51	48	47	53
Andre land	3	3	3	5	7
<b>Rom</b>	<b>163</b>	<b>165</b>	<b>172</b>	<b>177</b>	<b>284</b>
Bermuda	79	78	86	84	133
Cuba	40	39	31	30	52
Jamaica	28	27	26	26	34
Barbados	4	7	9	14	27
Andre land	12	14	19	22	38
<b>Brennevin, nøytralt &lt; 37,5 %</b>	<b>177</b>	<b>179</b>	<b>181</b>	<b>215</b>	<b>211</b>
Norge	101	98	106	149	135
Andre land	77	81	75	66	77
<b>Fruktbrennevin</b>	<b>64</b>	<b>62</b>	<b>65</b>	<b>67</b>	<b>101</b>
Mexico	40	40	43	46	74
Frankrike	19	18	18	19	24
Andre land	5	4	4	2	3
<b>Genever</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
Nederland	16	15	15	14	15
<b>TOTALT</b>	<b>11 300</b>	<b>11 205</b>	<b>11 222</b>	<b>11 409</b>	<b>15 071</b>

**TABELL 3 Vinmonopolets salget av sterkvin 2016–2020, 1 000 liter**

Sterkvin <sup>2</sup>	2016	2017	2018	2019	2020
Vermut	255	238	229	217	297
Portvin	146	153	146	156	211
Sherry	81	74	67	65	78
Madeira	12	12	12	11	14
Sterkvin, annen	25	24	27	26	32
<b>Totalt</b>	<b>519</b>	<b>500</b>	<b>481</b>	<b>474</b>	<b>631</b>

**TABELL 4 Vinmonopolets salg av svakvin, 2016–2020, 1000 liter**

Svakvin <sup>3</sup>	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Rødvin</b>	<b>40 572</b>	<b>39 780</b>	<b>38 684</b>	<b>38 581</b>	<b>54 115</b>
<b>Italia</b>	<b>16 567</b>	<b>15 651</b>	<b>14 639</b>	<b>14 523</b>	<b>20 478</b>
Piemonte	3 073	3 570	3 862	4 110	6 554
Veneto	4 400	4 078	3 698	3 384	4 486
Puglia	3 267	2 636	2 006	1 847	2 178
Toscana	1 351	1 324	1 254	1 312	1 852
Sicilia	853	721	719	754	1 010
Abruzzo	1 014	864	754	602	769
Lombardia	443	442	404	458	715
Andre italienske	2 166	2 019	1 942	2 056	2 913
<b>Spania</b>	<b>5 358</b>	<b>5 696</b>	<b>5 772</b>	<b>5 691</b>	<b>7 473</b>
Aragon	752	1 439	1 667	1 684	2 218
Rioja	1 186	1 213	1 211	1 229	1 663
Valencia	1 887	1 618	1 361	1 172	1 417
Catalonia	557	510	435	380	529
Castilla y León	208	238	201	168	236
Navarra	156	157	205	163	195
Andre spanske	612	521	694	893	1 215
<b>Frankrike</b>	<b>4 167</b>	<b>4 566</b>	<b>4 894</b>	<b>5 152</b>	<b>7 111</b>
Rhône	1 660	2 152	2 189	2 270	3 192
Pays d'Oc	1 485	1 265	1 325	1 190	1 515
Burgund	244	300	404	503	978
Bordeaux	373	479	672	638	876
Andre franske	404	368	304	552	550
<b>USA</b>	<b>2 805</b>	<b>2 924</b>	<b>2 984</b>	<b>3 222</b>	<b>4 929</b>
<b>Chile</b>	<b>4 259</b>	<b>3 970</b>	<b>3 572</b>	<b>3 317</b>	<b>4 871</b>
<b>Portugal</b>	<b>2 534</b>	<b>2 567</b>	<b>2 622</b>	<b>2 431</b>	<b>3 355</b>
<b>Australia</b>	<b>2 672</b>	<b>2 449</b>	<b>2 333</b>	<b>2 253</b>	<b>3 165</b>
<b>Argentina</b>	<b>888</b>	<b>741</b>	<b>658</b>	<b>761</b>	<b>1 008</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>999</b>	<b>837</b>	<b>787</b>	<b>751</b>	<b>844</b>
<b>Østerrike</b>	<b>73</b>	<b>135</b>	<b>134</b>	<b>148</b>	<b>233</b>

TABELL 4 Vinmonopolets salg av svakvin, 2016–2020, 1000 liter

Svakvin <sup>3</sup>	2016	2017	2018	2019	2020
Tyskland	7	10	33	68	219
Libanon	40	48	83	102	167
New Zealand	123	106	103	124	119
Andre land	80	80	70	39	142
<b>Hvitvin</b>	<b>17 958</b>	<b>17 881</b>	<b>19 063</b>	<b>19 030</b>	<b>27 441</b>
<b>Tyskland</b>	<b>5 076</b>	<b>5 031</b>	<b>5 289</b>	<b>5 235</b>	<b>7 690</b>
Mosel	1 800	1 658	1 627	1 474	2 019
Rheinhausen	1 347	1 414	1 433	1 363	1 947
Pfalz	591	705	902	1 037	1 680
Nahe	576	539	548	556	753
Rheingau	560	457	393	328	436
Andre tyske	202	258	387	477	855
<b>Frankrike</b>	<b>4 800</b>	<b>4 628</b>	<b>4 737</b>	<b>4 815</b>	<b>7 012</b>
Pays d'Oc	941	917	1 021	1 154	1 984
Burgund	1 214	1 198	1 161	1 239	1 835
Sørvest	1 122	1 056	975	855	1 050
Loire	507	560	580	542	749
Alsace	204	181	192	184	201
Bordeaux	305	189	143	127	127
Andre franske	508	529	665	714	1 065
<b>Italia</b>	<b>1 973</b>	<b>1 979</b>	<b>2 045</b>	<b>1 888</b>	<b>2 660</b>
Veneto	994	945	1 017	922	1 241
Piemonte	80	97	112	149	275
Dolomiti	97	104	106	137	242
Sicilia	173	123	90	86	222
Trentino-Alto Adige	78	80	96	92	101
Andre italienske	552	631	625	502	578
<b>Chile</b>	<b>1 406</b>	<b>1 462</b>	<b>1 632</b>	<b>1 663</b>	<b>2 542</b>
<b>Australia</b>	<b>1 296</b>	<b>1 347</b>	<b>1 334</b>	<b>1 126</b>	<b>1 586</b>
<b>Portugal</b>	<b>361</b>	<b>341</b>	<b>609</b>	<b>758</b>	<b>1 227</b>
<b>New Zealand</b>	<b>537</b>	<b>576</b>	<b>610</b>	<b>658</b>	<b>999</b>
<b>Ungarn</b>	<b>634</b>	<b>613</b>	<b>638</b>	<b>655</b>	<b>972</b>
<b>Østerrike</b>	<b>429</b>	<b>481</b>	<b>582</b>	<b>549</b>	<b>875</b>
<b>Sør-Afrika</b>	<b>422</b>	<b>460</b>	<b>500</b>	<b>542</b>	<b>671</b>
<b>Spania</b>	<b>401</b>	<b>464</b>	<b>572</b>	<b>498</b>	<b>533</b>
<b>Argentina</b>	<b>329</b>	<b>301</b>	<b>239</b>	<b>343</b>	<b>322</b>
<b>USA</b>	<b>264</b>	<b>177</b>	<b>243</b>	<b>241</b>	<b>294</b>
<b>Andre land</b>	<b>29</b>	<b>20</b>	<b>32</b>	<b>60</b>	<b>58</b>
<b>Musserende vin</b>	<b>4 766</b>	<b>4 817</b>	<b>5 187</b>	<b>5 469</b>	<b>7 019</b>
<b>Italia</b>	<b>2 522</b>	<b>2 427</b>	<b>2 523</b>	<b>2 512</b>	<b>3 080</b>
Prosecco	1 265	1 339	1 439	1 449	1 800
Veneto	814	687	656	631	681
Piemonte	296	255	270	276	307



**TABELL 4 Vinmonopolets salg av svakvin, 2016–2020, 1000 liter**

Svakvin <sup>3</sup>	2016	2017	2018	2019	2020
Vino de Italia	103	111	131	121	238
Andre italienske	44	35	27	34	53
<b>Frankrike</b>	<b>1 008</b>	<b>1 113</b>	<b>1 294</b>	<b>1 519</b>	<b>2 187</b>
Burgund	413	479	597	719	1 059
Champagne	388	389	429	469	624
Andre franske	207	245	269	332	505
<b>Spania</b>	<b>1 063</b>	<b>1 086</b>	<b>1 158</b>	<b>1 218</b>	<b>1 395</b>
Cava	1 038	1 052	1 138	1 192	1 381
Andre spanske	25	33	20	26	14
<b>Australia</b>	<b>136</b>	<b>123</b>	<b>126</b>	<b>121</b>	<b>177</b>
<b>Andre land</b>	<b>37</b>	<b>68</b>	<b>85</b>	<b>99</b>	<b>180</b>
<b>Rosévin</b>	<b>2 104</b>	<b>2 215</b>	<b>2 793</b>	<b>2 755</b>	<b>4 751</b>
<b>Frankrike</b>	<b>942</b>	<b>1 063</b>	<b>1 472</b>	<b>1 499</b>	<b>2 616</b>
Pays d'Oc	222	289	436	475	978
Provence	156	172	263	298	546
Languedoc	175	173	227	213	338
Loire	222	197	202	199	259
Andre franske	166	233	344	313	494
<b>Italia</b>	<b>345</b>	<b>453</b>	<b>534</b>	<b>529</b>	<b>826</b>
Piemonte	98	196	237	261	368
Veneto	86	88	112	134	283
Andre italienske	161	169	185	134	174
<b>USA</b>	<b>356</b>	<b>319</b>	<b>353</b>	<b>286</b>	<b>455</b>
<b>Spania</b>	<b>174</b>	<b>162</b>	<b>208</b>	<b>210</b>	<b>295</b>
<b>Tyskland</b>	<b>55</b>	<b>47</b>	<b>91</b>	<b>84</b>	<b>215</b>
<b>Chile</b>	<b>135</b>	<b>110</b>	<b>57</b>	<b>44</b>	<b>174</b>
<b>Andre land</b>	<b>97</b>	<b>62</b>	<b>78</b>	<b>103</b>	<b>172</b>
<b>Perlende vin</b>	<b>592</b>	<b>610</b>	<b>677</b>	<b>678</b>	<b>975</b>
<b>Italia</b>	<b>345</b>	<b>351</b>	<b>383</b>	<b>373</b>	<b>469</b>
<b>Østerrike</b>	<b>50</b>	<b>49</b>	<b>106</b>	<b>110</b>	<b>182</b>
<b>Australia</b>	<b>73</b>	<b>72</b>	<b>75</b>	<b>74</b>	<b>129</b>
<b>Andre land</b>	<b>124</b>	<b>137</b>	<b>113</b>	<b>120</b>	<b>194</b>
<b>Aromatisert vin</b>	<b>280</b>	<b>260</b>	<b>310</b>	<b>350</b>	<b>439</b>
<b>Italia</b>	<b>20</b>	<b>31</b>	<b>57</b>	<b>75</b>	<b>94</b>
<b>Tyskland</b>	<b>54</b>	<b>51</b>	<b>56</b>	<b>58</b>	<b>68</b>
<b>England</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>22</b>	<b>42</b>	<b>58</b>
<b>Norge</b>	<b>61</b>	<b>54</b>	<b>49</b>	<b>44</b>	<b>49</b>
<b>Sverige</b>	<b>9</b>	<b>16</b>	<b>27</b>	<b>30</b>	<b>46</b>
<b>Irland</b>	<b>54</b>	<b>49</b>	<b>37</b>	<b>35</b>	<b>45</b>
<b>Andre land</b>	<b>82</b>	<b>59</b>	<b>62</b>	<b>65</b>	<b>80</b>
<b>Sider</b>	<b>72</b>	<b>126</b>	<b>213</b>	<b>236</b>	<b>326</b>
<b>Norge</b>	<b>31</b>	<b>79</b>	<b>138</b>	<b>160</b>	<b>244</b>
<b>Vestland</b>	<b>28</b>	<b>73</b>	<b>126</b>	<b>148</b>	<b>218</b>

TABELL 4 Vinmonopolets salg av svakvin, 2016–2020, 1000 liter

Svakvin <sup>3</sup>	2016	2017	2018	2019	2020
Viken	3	6	11	10	13
Andre norske	-	0	2	3	12
<b>Sør-Afrika</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>17</b>
<b>Frankrike</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>10</b>
<b>Storbritannia</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>10</b>
<b>Sverige</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>10</b>
<b>Spania</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
<b>Andre land</b>	<b>17</b>	<b>25</b>	<b>40</b>	<b>31</b>	<b>26</b>
<b>Fruktvin</b>	<b>63</b>	<b>58</b>	<b>59</b>	<b>66</b>	<b>198</b>
<b>Sverige</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>104</b>
<b>Finland</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>51</b>
<b>Danmark</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>19</b>
<b>Norge</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>15</b>
<b>Andre land</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
<b>TOTALT</b>	<b>66 407</b>	<b>65 746</b>	<b>66 985</b>	<b>67 164</b>	<b>95 265</b>

TABELL 5 Vinmonopolets salg av øl 4, 2016–2020, 1000 liter

Øl <sup>4</sup>	2016	2017	2018	2019	2020
<b>India pale ale</b>	<b>483</b>	<b>587</b>	<b>583</b>	<b>683</b>	<b>944</b>
Norge	318	436	441	509	700
England	18	15	16	29	65
Skottland	41	29	30	48	63
USA	53	55	51	49	50
Sverige	2	4	4	14	19
Andre land	51	48	41	33	48
<b>Lys lager</b>	<b>481</b>	<b>521</b>	<b>601</b>	<b>700</b>	<b>923</b>
Norge	125	160	199	249	307
Sverige	77	84	92	98	128
Nederland	30	34	76	109	120
Danmark	47	60	57	51	75
Spania	37	51	50	46	70
Tyskland	34	26	20	36	55
Tsjekkia	28	11	9	19	55
Japan	17	17	18	22	33
Thailand	31	27	27	27	30
Italia	0	0	5	9	12
Andre Land	55	49	48	35	37
<b>Mørk Lager</b>	<b>318</b>	<b>345</b>	<b>351</b>	<b>309</b>	<b>347</b>
Norge	293	318	308	276	314
Tyskland	23	23	40	25	20
Tsjekkia	0	0	0	3	11
Andre Land	2	3	3	4	3

**TABELL 5 Vinmonopolets salg av øl 4, 2016–2020, 1000 liter**

Øl*	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Hveteøl</b>	<b>300</b>	<b>261</b>	<b>230</b>	<b>211</b>	<b>269</b>
Tyskland	170	157	144	133	189
Spania	26	28	27	25	35
Norge	17	23	22	16	12
Island	5	5	4	7	10
Frankrike	57	27	18	11	10
Andre land	25	21	15	18	14
<b>Klosterstil</b>	<b>188</b>	<b>188</b>	<b>171</b>	<b>176</b>	<b>242</b>
Belgia	102	97	93	88	133
Norge	72	78	69	79	102
Andre land	13	14	10	10	7
<b>Porter &amp; stout</b>	<b>170</b>	<b>165</b>	<b>163</b>	<b>187</b>	<b>238</b>
Norge	89	102	102	117	158
England	17	13	13	22	32
USA	26	20	16	18	14
Andre land	37	30	32	29	35
<b>Surøl</b>	<b>78</b>	<b>85</b>	<b>87</b>	<b>110</b>	<b>207</b>
Norge	17	18	22	39	97
Belgia	46	44	47	54	64
England	3	6	4	4	22
Andre land	13	17	13	13	24
<b>Pale ale</b>	<b>111</b>	<b>96</b>	<b>98</b>	<b>94</b>	<b>139</b>
Norge	36	40	46	45	63
Danmark	20	24	26	22	37
USA	19	13	13	13	17
England	24	9	6	8	14
Andre land	12	10	7	5	8
<b>Spesial</b>	<b>149</b>	<b>135</b>	<b>116</b>	<b>119</b>	<b>135</b>
Norge	132	114	90	97	113
Andre land	17	22	26	22	23
<b>Saison farmhouse ale</b>	<b>142</b>	<b>120</b>	<b>116</b>	<b>114</b>	<b>128</b>
Norge	99	88	74	72	84
Belgia	10	11	22	30	30
Andre land	34	21	19	12	14
<b>Lys ale</b>	<b>78</b>	<b>92</b>	<b>98</b>	<b>84</b>	<b>123</b>
Belgia	52	50	50	44	79
Norge	19	33	34	30	36
Andre land	7	9	13	11	8
<b>Brown ale</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>54</b>	<b>57</b>	<b>57</b>
Norge	39	42	39	37	41
Andre land	9	9	15	20	17
<b>Scotch ale</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	33
<b>Barley wine</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	24

## DEL 9 STATISTIKK

TABELL 5 Vinmonopolets salg av øl 4, 2016–2020, 1000 liter

Øl <sup>4</sup>	2016	2017	2018	2019	2020
Mjød	17	17	14	18	22
Sake	11	11	13	15	20
Red/amber	21	19	27	23	19
TOTALT	2 641	2 738	2 767	2 948	3 872



**TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2020 i kroner og liter**

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
<b>Alta</b>	<b>109 546 400</b>	<b>477 828</b>	<b>83 539</b>	<b>1 510</b>	<b>370 618</b>	<b>19 911</b>	<b>2 249</b>
<b>Alver</b>	<b>114 716 754</b>	<b>537 369</b>	<b>79 434</b>	<b>2 113</b>	<b>438 003</b>	<b>14 423</b>	<b>3 397</b>
Knarvik	100 581 405	471 821	68 667	1 826	385 324	12 965	3 039
Radøy	14 135 350	65 548	10 767	287	52 679	1 458	358
Andenes	21 789 695	96 197	18 234	475	73 915	2 728	845
Arendal	158 413 953	745 648	91 591	4 057	629 770	16 587	3 643
<b>Asker</b>	<b>515 952 884</b>	<b>2 417 826</b>	<b>205 447</b>	<b>13 304</b>	<b>2 112 013</b>	<b>72 417</b>	<b>14 644</b>
Asker sentrum	170 141 176	785 973	62 947	4 180	679 306	34 680	4 860
Holmen Senter	193 609 102	906 058	60 299	5 628	815 120	19 077	5 934
Slemmestad	86 949 406	416 685	43 616	2 029	356 972	11 982	2 088
Sætre	39 954 468	189 371	22 932	867	160 285	4 303	985
Tofte	25 298 732	119 738	15 653	601	100 330	2 375	778
<b>Askvoll</b>	<b>15 211 496</b>	<b>68 856</b>	<b>11 786</b>	<b>365</b>	<b>52 985</b>	<b>3 143</b>	<b>578</b>
<b>Askøy</b>	<b>82 374 218</b>	<b>389 083</b>	<b>50 940</b>	<b>1 665</b>	<b>322 739</b>	<b>11 353</b>	<b>2 385</b>
<b>Austevoll</b>	<b>21 402 835</b>	<b>97 762</b>	<b>12 851</b>	<b>438</b>	<b>82 378</b>	<b>1 549</b>	<b>546</b>
<b>Bagn</b>	<b>23 637 110</b>	<b>106 894</b>	<b>15 898</b>	<b>665</b>	<b>87 286</b>	<b>2 531</b>	<b>514</b>
<b>Bardufoss</b>	<b>40 802 834</b>	<b>176 286</b>	<b>32 533</b>	<b>554</b>	<b>136 167</b>	<b>6 090</b>	<b>943</b>
<b>Beitostølen</b>	<b>31 938 064</b>	<b>136 908</b>	<b>15 134</b>	<b>706</b>	<b>116 175</b>	<b>3 857</b>	<b>1 036</b>
<b>Bergen</b>	<b>1 426 983 525</b>	<b>6 561 373</b>	<b>719 185</b>	<b>29 419</b>	<b>5 534 727</b>	<b>239 456</b>	<b>38 586</b>
Arna	65 921 065	310 265	41 949	1 054	255 862	9 355	2 046
Bergen Storsenter	160 353 108	714 095	90 246	3 593	556 743	59 478	4 035
Fyllingsdalen	124 260 370	591 998	61 335	2 860	504 823	19 482	3 499
Lagunen	180 242 407	830 042	78 824	3 481	719 149	23 665	4 923
Laksevåg	65 066 888	304 660	38 923	1 184	252 833	9 932	1 787
Nesttun	115 030 947	543 652	51 553	2 677	470 881	14 671	3 869
Sletten	149 162 014	693 682	63 755	3 438	595 411	26 909	4 169
Valkendorfs gate	170 687 866	687 707	79 607	3 081	579 347	22 433	3 238
Vestkanten	131 182 543	618 718	78 673	2 526	518 863	15 778	2 879
Åsane	123 417 863	591 651	61 720	2 727	507 934	15 945	3 326
Åsane Horisont	141 658 452	674 901	72 599	2 799	572 882	21 808	4 813
<b>Bjørkelangen</b>	<b>53 381 348</b>	<b>235 945</b>	<b>45 299</b>	<b>1 950</b>	<b>180 438</b>	<b>6 875</b>	<b>1 383</b>
<b>Bjørnafjorden</b>	<b>94 573 800</b>	<b>446 309</b>	<b>57 563</b>	<b>1 528</b>	<b>375 296</b>	<b>9 737</b>	<b>2 184</b>
Eikelandsosen	10 670 448	49 230	8 172	182	39 715	911	251
Os	83 903 352	397 079	49 392	1 347	335 581	8 826	1 933
<b>Bodø</b>	<b>331 581 761</b>	<b>1 501 368</b>	<b>200 519</b>	<b>5 994</b>	<b>1 216 514</b>	<b>64 977</b>	<b>13 365</b>
City Nord	172 931 261	786 081	104 167	3 209	630 851	40 710	7 143
Hunstad	72 994 443	335 093	45 238	1 225	273 903	11 648	3 079
Bodø sentrum	85 656 057	380 194	51 113	1 559	311 759	12 619	3 143
<b>Brokelandsheia</b>	<b>35 290 454</b>	<b>170 711</b>	<b>22 328</b>	<b>695</b>	<b>143 678</b>	<b>3 240</b>	<b>770</b>
<b>Bruhagen</b>	<b>20 616 894</b>	<b>88 663</b>	<b>16 952</b>	<b>729</b>	<b>66 971</b>	<b>3 146</b>	<b>865</b>
<b>Bryne</b>	<b>76 511 961</b>	<b>348 692</b>	<b>45 537</b>	<b>1 471</b>	<b>278 652</b>	<b>20 531</b>	<b>2 502</b>
<b>Brønnøysund</b>	<b>50 738 142</b>	<b>220 639</b>	<b>42 029</b>	<b>1 184</b>	<b>167 462</b>	<b>8 217</b>	<b>1 747</b>
<b>Bærum</b>	<b>766 618 440</b>	<b>3 539 220</b>	<b>264 461</b>	<b>21 363</b>	<b>3 134 349</b>	<b>98 319</b>	<b>20 728</b>



TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2020 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
Bekkestua	164 709 504	730 886	46 291	5 087	651 474	22 836	5 198
Bærums Verk	53 076 739	254 622	17 066	1 245	226 663	8 076	1 573
Fornebu	106 989 159	470 820	26 320	2 276	428 152	11 113	2 958
Kolsås	168 336 925	805 638	71 242	4 788	703 829	22 286	3 492
Sandvika	153 170 003	703 433	66 532	3 667	606 500	22 747	3 987
Østerås	120 336 111	573 820	37 010	4 300	517 731	11 261	3 519
<b>Bø i Telemark</b>	<b>52 253 297</b>	<b>232 175</b>	<b>41 813</b>	<b>1 372</b>	<b>180 450</b>	<b>7 353</b>	<b>1 187</b>
<b>Bø i Vesterålen</b>	<b>9 810 146</b>	<b>42 920</b>	<b>8 985</b>	<b>227</b>	<b>32 155</b>	<b>1 290</b>	<b>263</b>
<b>Bømlo</b>	<b>32 616 495</b>	<b>154 977</b>	<b>22 932</b>	<b>742</b>	<b>124 772</b>	<b>5 215</b>	<b>1 316</b>
<b>Båtsfjord</b>	<b>13 783 130</b>	<b>54 033</b>	<b>14 585</b>	<b>387</b>	<b>36 178</b>	<b>2 456</b>	<b>428</b>
<b>Dokka</b>	<b>38 118 785</b>	<b>164 293</b>	<b>35 032</b>	<b>1 212</b>	<b>121 896</b>	<b>5 316</b>	<b>837</b>
<b>Dombås</b>	<b>24 266 121</b>	<b>106 235</b>	<b>19 290</b>	<b>487</b>	<b>81 792</b>	<b>4 201</b>	<b>465</b>
<b>Drammen</b>	<b>496 506 231</b>	<b>2 278 150</b>	<b>299 514</b>	<b>16 796</b>	<b>1 874 210</b>	<b>74 193</b>	<b>13 438</b>
Bragernes	103 097 026	464 287	57 901	4 200	387 894	11 551	2 741
Buskerud Storsenter	121 354 557	561 047	85 893	4 215	452 580	14 751	3 608
CC	148 298 488	691 818	76 555	4 661	574 043	32 534	4 025
Strømsø	93 519 874	421 891	58 090	2 616	347 207	11 715	2 261
Svelvik	30 236 285	139 108	21 074	1 104	112 486	3 642	803
<b>Drangedal</b>	<b>19 547 275</b>	<b>89 619</b>	<b>15 896</b>	<b>542</b>	<b>70 519</b>	<b>2 278</b>	<b>384</b>
<b>Drøbak</b>	<b>84 714 104</b>	<b>409 149</b>	<b>35 651</b>	<b>2 325</b>	<b>362 715</b>	<b>6 291</b>	<b>2 166</b>
<b>Egersund</b>	<b>65 842 217</b>	<b>295 006</b>	<b>49 873</b>	<b>1 194</b>	<b>232 016</b>	<b>10 228</b>	<b>1 695</b>
<b>Eggedal, åpnet 14. mai</b>	<b>11 431 662</b>	<b>49 528</b>	<b>7 457</b>	<b>217</b>	<b>40 037</b>	<b>1 458</b>	<b>359</b>
<b>Eidsvoll</b>	<b>110 882 357</b>	<b>503 051</b>	<b>83 031</b>	<b>3 346</b>	<b>395 688</b>	<b>17 434</b>	<b>3 552</b>
Eidsvoll	43 563 075	196 645	32 047	1 392	155 727	6 186	1 293
Råholt	67 319 282	306 406	50 983	1 955	239 962	11 247	2 260
<b>eLager</b>	<b>179 387 725</b>	<b>664 940</b>	<b>80 485</b>	<b>4 385</b>	<b>550 750</b>	<b>23 308</b>	<b>6 012</b>
<b>Elnesvågen</b>	<b>34 788 642</b>	<b>153 666</b>	<b>29 946</b>	<b>880</b>	<b>116 076</b>	<b>5 817</b>	<b>946</b>
<b>Elverum</b>	<b>112 181 177</b>	<b>503 706</b>	<b>85 892</b>	<b>3 429</b>	<b>396 371</b>	<b>15 931</b>	<b>2 084</b>
<b>Etne</b>	<b>25 961 101</b>	<b>122 696</b>	<b>18 844</b>	<b>483</b>	<b>98 861</b>	<b>3 769</b>	<b>739</b>
<b>Evenskjer</b>	<b>26 626 955</b>	<b>120 758</b>	<b>22 120</b>	<b>474</b>	<b>94 418</b>	<b>3 288</b>	<b>459</b>
<b>Evje</b>	<b>34 416 656</b>	<b>160 486</b>	<b>27 752</b>	<b>659</b>	<b>125 489</b>	<b>5 656</b>	<b>931</b>
<b>Fagernes</b>	<b>80 114 129</b>	<b>358 341</b>	<b>59 009</b>	<b>2 467</b>	<b>287 127</b>	<b>7 565</b>	<b>2 173</b>
<b>Farsund</b>	<b>40 475 499</b>	<b>190 273</b>	<b>27 543</b>	<b>859</b>	<b>154 347</b>	<b>6 146</b>	<b>1 379</b>
<b>Fauske</b>	<b>68 788 913</b>	<b>300 108</b>	<b>59 364</b>	<b>1 493</b>	<b>231 063</b>	<b>6 359</b>	<b>1 829</b>
<b>Finnsnes</b>	<b>81 651 978</b>	<b>359 443</b>	<b>64 246</b>	<b>1 148</b>	<b>279 970</b>	<b>12 209</b>	<b>1 870</b>
<b>Flekkefjord</b>	<b>34 814 008</b>	<b>166 012</b>	<b>24 760</b>	<b>529</b>	<b>135 256</b>	<b>4 463</b>	<b>1 004</b>
<b>Flisa</b>	<b>49 761 077</b>	<b>214 817</b>	<b>47 295</b>	<b>1 824</b>	<b>159 355</b>	<b>5 392</b>	<b>951</b>
<b>Flå</b>	<b>12 143 719</b>	<b>54 170</b>	<b>8 201</b>	<b>265</b>	<b>43 939</b>	<b>1 522</b>	<b>242</b>
<b>Fosnavåg</b>	<b>22 977 740</b>	<b>104 002</b>	<b>16 865</b>	<b>549</b>	<b>83 113</b>	<b>2 930</b>	<b>546</b>
<b>Fredrikstad</b>	<b>354 429 111</b>	<b>1 641 686</b>	<b>216 805</b>	<b>10 146</b>	<b>1 364 820</b>	<b>43 052</b>	<b>6 864</b>
Torvbyen	194 002 468	889 480	116 094	5 750	740 683	22 802	4 151
Østsiden	160 426 642	752 206	100 711	4 395	624 137	20 250	2 713
<b>Froland</b>	<b>47 007 885</b>	<b>227 899</b>	<b>35 173</b>	<b>1 078</b>	<b>187 444</b>	<b>3 612</b>	<b>591</b>

**TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2020 i kroner og liter**

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
Frosta	12 259 203	54 190	11 183	330	41 262	1 143	271
Frøya	27 078 815	105 403	28 360	572	73 065	2 562	844
Førde	95 772 909	427 706	72 317	1 752	334 995	16 396	2 246
Færder	239 009 485	1 129 019	105 757	6 426	995 136	16 430	5 269
Nøtterøy	182 724 617	860 345	80 641	4 896	758 092	12 766	3 950
Tjøme	56 284 868	268 673	25 116	1 530	237 045	3 664	1 319
Gausdal	27 198 783	121 763	20 234	671	97 779	2 733	346
Geilo	62 496 369	271 100	25 398	1 173	235 763	6 918	1 848
Gjerdrum	27 160 167	122 640	18 420	641	99 046	3 940	593
Gjøvik	146 347 344	651 104	103 064	4 447	522 505	17 736	3 353
Gol	56 136 899	252 485	37 972	1 390	204 557	6 825	1 739
Gran	83 756 014	373 396	63 948	2 702	295 946	9 191	1 608
Grimstad	86 844 660	419 012	48 764	1 973	356 412	10 129	1 733
Grong	23 806 050	99 263	22 925	661	72 904	2 376	398
Halden	113 743 303	546 250	78 635	3 365	447 989	14 052	2 209
Hamar	234 237 201	1 048 465	136 263	6 976	868 741	30 913	5 572
Hammerfest	54 320 718	231 759	43 618	982	177 455	8 290	1 415
Harstad	127 564 859	576 921	87 443	2 446	467 491	16 319	3 222
Haugesund	148 581 000	684 589	93 568	3 411	564 739	18 998	3 873
Hemsedal	28 814 470	117 708	14 083	498	98 088	3 781	1 257
Herøy	10 585 049	46 576	9 253	211	35 578	1 382	152
Hitra	29 046 461	124 538	26 633	885	93 415	2 916	688
Hokksund	74 911 311	336 963	58 417	2 642	266 007	8 131	1 767
Holmestrand	105 866 502	490 460	70 771	3 230	401 751	12 083	2 625
Holmestrand	57 169 009	263 950	37 886	1 847	215 153	7 354	1 710
Sande	48 697 493	226 510	32 885	1 383	186 598	4 729	915
Honningsvåg	19 189 151	82 057	17 379	268	62 224	1 782	405
Horten	176 687 360	845 245	106 099	5 229	710 508	19 077	4 333
Horten	97 757 339	458 247	62 622	2 847	379 295	11 188	2 294
Åsgårdstrand	78 930 020	386 998	43 477	2 382	331 212	7 889	2 038
Hov	20 366 589	90 662	14 730	656	71 847	2 794	637
Hovden	13 514 647	59 412	7 642	157	50 005	1 301	308
Hvaler	40 068 458	193 236	20 426	872	168 369	2 754	815
Hønefoss	107 617 560	495 653	73 273	3 913	402 801	12 783	2 882
Høyanger	12 833 265	56 343	10 534	345	42 646	2 506	312
Inderøy	18 126 668	77 322	15 104	316	58 883	2 556	463
Indre Østfold	154 044 659	697 792	123 873	4 492	547 316	19 257	2 855
Askim	92 135 756	421 736	70 391	2 891	334 215	12 623	1 617
Mysen	61 908 902	276 056	53 482	1 601	213 101	6 635	1 238
Jevnaker	34 080 859	158 129	26 176	1 157	126 448	3 877	471
Jørpeland	51 987 906	241 911	36 989	940	192 614	9 672	1 695
Karmøy	213 028 475	992 230	145 791	3 934	808 262	28 692	5 551
Kopervik	72 034 019	325 740	55 052	1 416	255 974	11 271	2 026
Oasen	140 994 456	666 490	90 738	2 518	552 288	17 420	3 525
Kautokeino	4 541 916	18 825	4 731	43	13 391	603	58
Kinn	79 811 738	345 480	63 765	1 125	264 867	12 958	2 764

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2020 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
Florø	49 379 881	213 301	39 352	697	162 127	9 572	1 553
Måløy	30 431 857	132 179	24 413	429	102 740	3 386	1 212
Kirkenes	<b>52 553 859</b>	<b>234 113</b>	<b>38 957</b>	<b>1 349</b>	<b>182 977</b>	<b>9 106</b>	<b>1 723</b>
Kjøllefjord	<b>9 124 793</b>	<b>35 989</b>	<b>9 755</b>	<b>177</b>	<b>23 533</b>	<b>2 361</b>	<b>163</b>
Klepp	<b>88 073 322</b>	<b>408 031</b>	<b>59 415</b>	<b>1 942</b>	<b>328 003</b>	<b>16 367</b>	<b>2 305</b>
Kongsberg	<b>122 639 382</b>	<b>564 617</b>	<b>76 765</b>	<b>3 352</b>	<b>462 394</b>	<b>18 635</b>	<b>3 471</b>
Kongsvinger	<b>90 293 536</b>	<b>404 052</b>	<b>72 965</b>	<b>3 864</b>	<b>313 397</b>	<b>12 031</b>	<b>1 795</b>
Koppang	<b>13 810 759</b>	<b>58 118</b>	<b>13 038</b>	<b>329</b>	<b>43 094</b>	<b>1 308</b>	<b>350</b>
Korgen	<b>16 035 271</b>	<b>67 304</b>	<b>14 734</b>	<b>409</b>	<b>49 529</b>	<b>2 142</b>	<b>491</b>
Kragerø	<b>75 462 649</b>	<b>355 168</b>	<b>41 352</b>	<b>1 621</b>	<b>302 628</b>	<b>7 134</b>	<b>2 433</b>
Kristiansand	<b>487 866 781</b>	<b>2 342 837</b>	<b>257 791</b>	<b>11 080</b>	<b>1 992 353</b>	<b>68 719</b>	<b>12 894</b>
Lillemarkens	172 670 257	798 055	87 700	3 856	668 615	33 371	4 512
Sørlandssenteret	156 859 331	764 587	82 683	3 688	655 886	18 496	3 835
Vågsbygd	83 336 143	416 385	43 907	2 025	358 321	9 579	2 554
Søgne	75 001 050	363 810	43 501	1 512	309 531	7 273	1 993
Kristiansund N.	<b>126 661 996</b>	<b>569 535</b>	<b>91 630</b>	<b>2 921</b>	<b>453 328</b>	<b>18 543</b>	<b>3 113</b>
Kvinesdal	<b>14 524 396</b>	<b>65 084</b>	<b>13 989</b>	<b>387</b>	<b>48 633</b>	<b>1 769</b>	<b>306</b>
Kvinnherad	<b>45 442 432</b>	<b>212 045</b>	<b>31 665</b>	<b>632</b>	<b>173 272</b>	<b>5 030</b>	<b>1 446</b>
Husnes	35 802 780	164 651	26 744	540	132 051	4 055	1 262
Rosendal	9 639 652	47 394	4 921	91	41 222	976	184
Kyrksæterøra	<b>23 740 089</b>	<b>102 388</b>	<b>21 945</b>	<b>500</b>	<b>76 446</b>	<b>3 138</b>	<b>361</b>
Lakselv	<b>30 588 612</b>	<b>130 972</b>	<b>26 267</b>	<b>553</b>	<b>96 437</b>	<b>7 061</b>	<b>653</b>
Langevåg	<b>24 412 578</b>	<b>113 902</b>	<b>16 876</b>	<b>478</b>	<b>92 540</b>	<b>3 412</b>	<b>597</b>
Larvik	<b>233 735 834</b>	<b>1 103 271</b>	<b>133 625</b>	<b>7 363</b>	<b>934 466</b>	<b>22 525</b>	<b>5 292</b>
Larvik	154 151 845	719 206	92 053	5 400	602 827	15 448	3 479
Stavern	79 583 989	384 065	41 572	1 962	331 639	7 077	1 814
Leknes	<b>66 322 010</b>	<b>289 538</b>	<b>53 479</b>	<b>1 421</b>	<b>224 087</b>	<b>8 159</b>	<b>2 391</b>
Lena	<b>51 862 920</b>	<b>219 027</b>	<b>46 867</b>	<b>1 392</b>	<b>165 522</b>	<b>4 202</b>	<b>1 044</b>
Levanger	<b>80 239 218</b>	<b>366 202</b>	<b>61 388</b>	<b>2 229</b>	<b>288 779</b>	<b>12 262</b>	<b>1 545</b>
Liertoppen	<b>132 154 702</b>	<b>617 318</b>	<b>71 880</b>	<b>3 292</b>	<b>521 967</b>	<b>16 711</b>	<b>3 469</b>
Lillehammer	<b>138 447 270</b>	<b>635 516</b>	<b>78 896</b>	<b>3 614</b>	<b>523 438</b>	<b>25 197</b>	<b>4 371</b>
Lillesand	<b>62 038 846</b>	<b>301 562</b>	<b>32 671</b>	<b>1 401</b>	<b>258 128</b>	<b>7 887</b>	<b>1 475</b>
Lillestrøm	<b>466 224 097</b>	<b>2 112 454</b>	<b>281 233</b>	<b>12 273</b>	<b>1 727 425</b>	<b>78 931</b>	<b>12 592</b>
Fetsund	39 971 092	178 622	25 856	1 072	142 392	8 211	1 091
Lillestrøm	113 980 104	501 030	66 430	3 260	413 609	14 523	3 208
Skedsmokorset	98 689 685	461 384	56 752	2 454	383 403	16 275	2 501
Strømmen	173 083 490	784 986	104 907	4 492	639 470	31 570	4 548
Sørumsand	40 499 726	186 432	27 288	996	148 552	8 353	1 244
Lom	<b>19 537 889</b>	<b>81 453</b>	<b>16 846</b>	<b>470</b>	<b>61 247</b>	<b>2 465</b>	<b>425</b>
Lonevåg	<b>15 533 752</b>	<b>70 030</b>	<b>11 979</b>	<b>260</b>	<b>55 618</b>	<b>1 787</b>	<b>385</b>
Luster	<b>8 295 472</b>	<b>35 613</b>	<b>7 308</b>	<b>170</b>	<b>27 071</b>	<b>830</b>	<b>234</b>
Lyngdal	<b>42 230 799</b>	<b>199 131</b>	<b>33 144</b>	<b>697</b>	<b>158 645</b>	<b>5 542</b>	<b>1 103</b>
Lyngen	<b>10 834 741</b>	<b>45 300</b>	<b>8 872</b>	<b>293</b>	<b>33 715</b>	<b>2 232</b>	<b>188</b>

**TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2020 i kroner og liter**

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
<b>Lødingen</b>	<b>11 941 837</b>	<b>52 562</b>	<b>10 016</b>	<b>217</b>	<b>40 883</b>	<b>1 162</b>	<b>284</b>
<b>Lørenskog</b>	<b>191 979 425</b>	<b>893 238</b>	<b>106 846</b>	<b>4 886</b>	<b>742 599</b>	<b>33 052</b>	<b>5 855</b>
Metro	127 440 041	596 934	71 113	3 154	500 852	17 740	4 075
Triaden	64 539 384	296 304	35 733	1 733	241 746	15 311	1 780
<b>Løten</b>	<b>24 962 954</b>	<b>108 390</b>	<b>22 079</b>	<b>1 095</b>	<b>81 614</b>	<b>3 178</b>	<b>426</b>
<b>Malvik</b>	<b>60 925 526</b>	<b>283 255</b>	<b>41 403</b>	<b>1 133</b>	<b>226 900</b>	<b>12 589</b>	<b>1 230</b>
<b>Mandal</b>	<b>78 045 436</b>	<b>366 464</b>	<b>50 395</b>	<b>1 717</b>	<b>305 884</b>	<b>6 770</b>	<b>1 698</b>
<b>Melhus</b>	<b>69 862 434</b>	<b>303 264</b>	<b>57 734</b>	<b>1 631</b>	<b>230 406</b>	<b>12 043</b>	<b>1 449</b>
<b>Mo i Rana</b>	<b>159 771 878</b>	<b>710 387</b>	<b>124 553</b>	<b>3 330</b>	<b>559 368</b>	<b>18 962</b>	<b>4 175</b>
<b>Molde</b>	<b>157 965 656</b>	<b>729 223</b>	<b>98 654</b>	<b>3 723</b>	<b>585 712</b>	<b>37 477</b>	<b>3 657</b>
<b>Mosjøen</b>	<b>80 622 172</b>	<b>349 150</b>	<b>66 470</b>	<b>1 390</b>	<b>270 602</b>	<b>9 096</b>	<b>1 592</b>
<b>Moss</b>	<b>319 150 242</b>	<b>1 515 150</b>	<b>186 406</b>	<b>10 091</b>	<b>1 274 337</b>	<b>37 009</b>	<b>7 308</b>
Moss	101 722 509	486 938	60 415	3 960	409 586	10 327	2 650
Rygge	217 427 733	1 028 212	125 991	6 131	864 751	26 682	4 658
<b>Myre</b>	<b>20 628 706</b>	<b>92 699</b>	<b>17 346</b>	<b>289</b>	<b>71 190</b>	<b>2 997</b>	<b>877</b>
<b>Namsos</b>	<b>96 034 311</b>	<b>413 987</b>	<b>82 992</b>	<b>2 610</b>	<b>314 058</b>	<b>11 923</b>	<b>2 404</b>
<b>Nannestad</b>	<b>28 288 961</b>	<b>131 818</b>	<b>22 144</b>	<b>730</b>	<b>104 585</b>	<b>3 662</b>	<b>696</b>
<b>Narvik</b>	<b>111 304 416</b>	<b>508 315</b>	<b>80 911</b>	<b>2 014</b>	<b>410 251</b>	<b>12 849</b>	<b>2 289</b>
<b>Nesbyen</b>	<b>24 797 551</b>	<b>110 392</b>	<b>15 982</b>	<b>534</b>	<b>91 160</b>	<b>2 149</b>	<b>568</b>
<b>Nesna</b>	<b>7 662 126</b>	<b>32 687</b>	<b>7 000</b>	<b>212</b>	<b>24 183</b>	<b>1 118</b>	<b>175</b>
<b>Nesodden</b>	<b>96 166 831</b>	<b>454 683</b>	<b>34 921</b>	<b>2 897</b>	<b>401 681</b>	<b>12 081</b>	<b>3 103</b>
<b>Nittedal</b>	<b>75 474 690</b>	<b>355 034</b>	<b>41 840</b>	<b>2 133</b>	<b>294 467</b>	<b>14 139</b>	<b>2 455</b>
<b>Nordfjardeid</b>	<b>38 091 894</b>	<b>170 582</b>	<b>27 895</b>	<b>773</b>	<b>134 472</b>	<b>6 101</b>	<b>1 340</b>
<b>Nordre Follo</b>	<b>290 227 240</b>	<b>1 346 464</b>	<b>130 454</b>	<b>8 084</b>	<b>1 152 721</b>	<b>45 629</b>	<b>9 576</b>
Kolbotn	143 436 030	673 104	55 819	3 744	584 711	23 727	5 104
Ski	146 791 210	673 360	74 635	4 340	568 010	21 902	4 472
<b>Norheimsund</b>	<b>37 013 503</b>	<b>174 768</b>	<b>21 852</b>	<b>648</b>	<b>146 052</b>	<b>4 842</b>	<b>1 375</b>
<b>Notodden</b>	<b>66 882 970</b>	<b>296 498</b>	<b>50 853</b>	<b>1 749</b>	<b>234 810</b>	<b>7 681</b>	<b>1 404</b>
<b>Nærbø</b>	<b>41 167 048</b>	<b>178 720</b>	<b>32 359</b>	<b>710</b>	<b>134 350</b>	<b>10 129</b>	<b>1 172</b>
<b>Nærøysund</b>	<b>48 078 294</b>	<b>190 208</b>	<b>51 515</b>	<b>940</b>	<b>131 479</b>	<b>4 427</b>	<b>1 847</b>
Kolvreid	18 744 424	74 089	20 358	400	50 907	1 745	679
Rørvik	29 333 870	116 118	31 156	540	80 572	2 682	1 168
<b>Odda</b>	<b>46 314 729</b>	<b>212 488</b>	<b>32 643</b>	<b>898</b>	<b>171 609</b>	<b>6 293</b>	<b>1 046</b>
<b>Oppdal</b>	<b>61 070 250</b>	<b>270 998</b>	<b>41 317</b>	<b>1 581</b>	<b>219 105</b>	<b>7 511</b>	<b>1 485</b>
<b>Orkanger</b>	<b>111 123 263</b>	<b>481 078</b>	<b>93 027</b>	<b>2 411</b>	<b>368 393</b>	<b>15 356</b>	<b>1 891</b>
<b>Oslo</b>	<b>3 922 585 714</b>	<b>16 829 565</b>	<b>1 496 380</b>	<b>101 236</b>	<b>14 492 019</b>	<b>614 522</b>	<b>125 407</b>
Aker Brygge	199 146 843	581 825	36 279	2 782	506 126	32 277	4 361
Alna	121 964 886	544 115	60 156	2 925	449 835	27 266	3 932
Briskeby	114 376 491	461 067	28 875	2 945	414 608	11 293	3 345
Bøler	74 573 246	358 856	36 384	2 283	301 801	15 094	3 294
Carl Berner	67 134 006	301 582	30 478	1 525	253 321	12 999	3 258
CC Vest	329 226 284	1 389 232	81 550	9 953	1 263 002	27 482	7 245
Frogner	128 124 124	528 060	34 540	3 243	474 071	12 309	3 897

**TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2020 i kroner og liter**

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
Grorud	77 123 071	346 341	59 948	2 274	273 643	8 559	1 915
Grünerløkka	100 450 084	436 851	38 710	2 127	376 295	15 936	3 783
Grønland Basar	93 703 296	420 439	50 142	1 957	346 950	18 277	3 114
Hasle Torg	109 879 755	503 579	41 821	2 098	427 485	27 162	5 013
Kiellandsplass	117 270 843	526 771	43 048	2 570	456 507	20 328	4 319
Lambertseter	205 831 126	952 780	73 022	5 488	841 219	25 383	7 667
Linderud	99 801 388	455 091	56 112	2 746	372 486	20 133	3 615
Majorstuen	157 993 112	694 192	50 894	4 751	616 532	18 064	3 951
Manglerud	136 646 220	634 588	59 762	3 615	547 019	20 025	4 166
Mortensrud	67 239 015	316 533	40 566	1 907	260 928	10 818	2 314
Nydalen	53 571 143	245 571	17 414	1 078	213 654	11 195	2 229
Oslo City	153 473 543	657 965	87 763	3 932	513 906	47 446	4 918
Oslo S	102 637 517	446 817	64 771	2 395	360 270	16 861	2 520
Paleet	55 382 134	242 184	22 080	1 228	207 968	8 802	2 105
Røa	132 118 488	603 239	39 674	4 828	539 217	14 928	4 592
Sandaker	140 854 263	639 284	58 223	4 043	549 245	22 871	4 903
Skøyen	223 678 567	745 340	45 326	4 278	671 125	19 491	5 120
Steen & Strøm	59 382 047	254 864	20 990	1 198	221 311	8 898	2 466
Storo	164 509 348	723 269	60 670	4 690	596 646	54 236	7 027
Stovner	83 528 991	382 558	64 677	2 489	302 784	10 478	2 130
Thereses gate	135 831 645	585 977	42 666	3 046	515 726	19 411	5 129
Tveita	129 477 277	602 810	73 665	4 765	497 402	23 038	3 940
Ullevaal Stadion	133 373 785	609 422	35 483	3 702	546 810	19 015	4 413
Valkyrien, åpnet 23. april	41 902 992	189 337	13 631	850	168 830	4 440	1 585
Vinderen	112 380 186	449 027	27 060	3 524	405 297	10 006	3 140
<b>Otta</b>	<b>32 911 373</b>	<b>144 847</b>	<b>26 172</b>	<b>819</b>	<b>111 034</b>	<b>5 835</b>	<b>987</b>
<b>Porsgrunn</b>	<b>197 237 540</b>	<b>906 636</b>	<b>126 317</b>	<b>5 995</b>	<b>749 802</b>	<b>19 726</b>	<b>4 797</b>
Down Town	125 499 724	571 078	79 513	3 921	471 220	13 102	3 322
Jernbanegata	71 737 816	335 558	46 804	2 074	278 582	6 623	1 475
<b>Rakkestad</b>	<b>25 137 700</b>	<b>113 386</b>	<b>20 991</b>	<b>762</b>	<b>87 770</b>	<b>3 018</b>	<b>845</b>
<b>Randberg</b>	<b>80 828 207</b>	<b>395 325</b>	<b>43 889</b>	<b>1 650</b>	<b>334 479</b>	<b>13 398</b>	<b>1 908</b>
<b>Raufoss</b>	<b>57 914 343</b>	<b>253 715</b>	<b>48 173</b>	<b>1 849</b>	<b>193 584</b>	<b>8 387</b>	<b>1 721</b>
<b>Rena</b>	<b>28 016 225</b>	<b>123 012</b>	<b>23 197</b>	<b>688</b>	<b>95 753</b>	<b>2 907</b>	<b>467</b>
<b>Ringebu</b>	<b>35 403 083</b>	<b>153 997</b>	<b>24 432</b>	<b>867</b>	<b>124 605</b>	<b>3 315</b>	<b>778</b>
<b>Ringsaker</b>	<b>156 494 071</b>	<b>707 098</b>	<b>120 562</b>	<b>4 838</b>	<b>561 020</b>	<b>17 443</b>	<b>3 236</b>
Brumunddal	62 710 365	289 866	49 114	1 864	232 143	5 675	1 070
Moelv	39 233 593	176 003	31 157	1 200	137 507	5 182	957
Rudshøgda	54 550 112	241 229	40 290	1 773	191 370	6 586	1 209
<b>Rissa</b>	<b>27 167 500</b>	<b>114 445</b>	<b>26 581</b>	<b>781</b>	<b>83 074</b>	<b>3 444</b>	<b>566</b>
<b>Risør</b>	<b>39 659 128</b>	<b>195 332</b>	<b>19 020</b>	<b>919</b>	<b>171 088</b>	<b>3 168</b>	<b>1 137</b>
<b>Rjukan</b>	<b>31 225 312</b>	<b>137 255</b>	<b>22 999</b>	<b>941</b>	<b>107 850</b>	<b>4 396</b>	<b>1 070</b>
<b>Rognan</b>	<b>23 372 336</b>	<b>102 181</b>	<b>20 754</b>	<b>352</b>	<b>77 746</b>	<b>2 620</b>	<b>710</b>
<b>Rødberg</b>	<b>14 349 518</b>	<b>59 655</b>	<b>11 720</b>	<b>408</b>	<b>45 984</b>	<b>1 234</b>	<b>310</b>



**TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2020 i kroner og liter**

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
<b>Røros</b>	<b>56 071 808</b>	<b>245 191</b>	<b>42 508</b>	<b>1 209</b>	<b>191 655</b>	<b>8 322</b>	<b>1 497</b>
<b>Sandane</b>	<b>21 915 868</b>	<b>97 454</b>	<b>16 328</b>	<b>344</b>	<b>76 549</b>	<b>3 568</b>	<b>666</b>
<b>Sandefjord</b>	<b>349 785 169</b>	<b>1 584 338</b>	<b>193 962</b>	<b>10 919</b>	<b>1 342 603</b>	<b>30 147</b>	<b>6 707</b>
Andebu	26 527 889	118 694	21 767	1 203	92 007	3 091	627
Sandefjord	246 721 397	1 105 452	125 116	7 212	948 501	20 006	4 617
Stokke	76 535 882	360 192	47 079	2 504	302 095	7 050	1 464
<b>Sandnes</b>	<b>389 357 911</b>	<b>1 694 490</b>	<b>192 728</b>	<b>7 815</b>	<b>1 353 866</b>	<b>131 092</b>	<b>8 989</b>
Kvadrat	225 599 890	1 014 390	107 795	3 805	787 064	110 263	5 463
Sandnes, Sentrum	163 758 021	680 099	84 933	4 009	566 802	20 829	3 526
<b>Sandnessjøen</b>	<b>55 466 504</b>	<b>243 292</b>	<b>44 814</b>	<b>1 006</b>	<b>189 100</b>	<b>6 878</b>	<b>1 494</b>
<b>Sarpsborg</b>	<b>244 637 776</b>	<b>1 134 327</b>	<b>172 519</b>	<b>7 622</b>	<b>903 013</b>	<b>46 386</b>	<b>4 788</b>
Borg Amfi	163 857 476	767 484	110 951	4 463	616 835	32 126	3 108
Storbyen	80 780 300	366 844	61 568	3 159	286 177	14 260	1 680
<b>Sauda</b>	<b>25 493 156</b>	<b>118 404</b>	<b>19 347</b>	<b>489</b>	<b>94 363</b>	<b>3 432</b>	<b>772</b>
<b>Selbu</b>	<b>16 685 788</b>	<b>68 748</b>	<b>16 202</b>	<b>489</b>	<b>49 893</b>	<b>1 835</b>	<b>329</b>
<b>Seljord</b>	<b>27 562 606</b>	<b>123 664</b>	<b>22 673</b>	<b>675</b>	<b>96 056</b>	<b>3 831</b>	<b>429</b>
<b>Setermoen</b>	<b>20 272 670</b>	<b>85 747</b>	<b>17 195</b>	<b>302</b>	<b>65 083</b>	<b>2 652</b>	<b>516</b>
<b>Sjøvegan</b>	<b>14 520 171</b>	<b>65 418</b>	<b>12 061</b>	<b>236</b>	<b>51 187</b>	<b>1 672</b>	<b>262</b>
<b>Skarnes</b>	<b>40 981 285</b>	<b>183 643</b>	<b>34 820</b>	<b>1 331</b>	<b>142 844</b>	<b>4 009</b>	<b>640</b>
<b>Skien</b>	<b>162 562 804</b>	<b>768 730</b>	<b>101 380</b>	<b>5 434</b>	<b>644 834</b>	<b>13 909</b>	<b>3 174</b>
<b>Skjervøy</b>	<b>10 202 597</b>	<b>43 760</b>	<b>8 441</b>	<b>98</b>	<b>32 592</b>	<b>2 306</b>	<b>324</b>
<b>Smøla</b>	<b>8 725 501</b>	<b>37 304</b>	<b>7 588</b>	<b>238</b>	<b>28 192</b>	<b>1 024</b>	<b>262</b>
<b>Sogndal</b>	<b>54 722 875</b>	<b>247 461</b>	<b>42 171</b>	<b>1 101</b>	<b>194 093</b>	<b>8 641</b>	<b>1 455</b>
<b>Sola</b>	<b>111 246 243</b>	<b>519 534</b>	<b>62 097</b>	<b>2 119</b>	<b>431 157</b>	<b>21 455</b>	<b>2 706</b>
<b>Sortland</b>	<b>80 347 037</b>	<b>360 154</b>	<b>62 128</b>	<b>1 430</b>	<b>281 110</b>	<b>12 785</b>	<b>2 701</b>
<b>Stange</b>	<b>49 882 648</b>	<b>223 472</b>	<b>40 498</b>	<b>1 986</b>	<b>173 967</b>	<b>5 927</b>	<b>1 094</b>
<b>Stathelle</b>	<b>95 985 024</b>	<b>453 591</b>	<b>59 507</b>	<b>2 409</b>	<b>379 436</b>	<b>10 349</b>	<b>1 888</b>
<b>Stavanger</b>	<b>609 288 660</b>	<b>2 852 513</b>	<b>287 918</b>	<b>13 620</b>	<b>2 416 915</b>	<b>116 334</b>	<b>17 726</b>
Herbarium	101 830 016	454 810	44 006	2 398	384 202	21 048	3 157
Hillevåg	163 243 430	794 287	78 813	3 470	679 251	28 308	4 445
Hinna	59 464 925	282 902	22 857	1 160	243 443	13 555	1 887
Madla	152 706 217	726 777	68 593	3 541	625 352	25 144	4 147
Verksgata	132 044 072	593 736	73 649	3 051	484 667	28 278	4 091
<b>Steigen</b>	<b>16 696 361</b>	<b>74 068</b>	<b>14 153</b>	<b>328</b>	<b>56 113</b>	<b>2 965</b>	<b>508</b>
<b>Steinkjer</b>	<b>129 488 437</b>	<b>553 068</b>	<b>113 541</b>	<b>3 038</b>	<b>419 345</b>	<b>14 774</b>	<b>2 370</b>
<b>Stjørdal</b>	<b>112 798 491</b>	<b>510 960</b>	<b>90 652</b>	<b>2 508</b>	<b>394 888</b>	<b>20 267</b>	<b>2 644</b>
<b>Stokmarknes</b>	<b>33 060 237</b>	<b>151 672</b>	<b>25 049</b>	<b>743</b>	<b>119 564</b>	<b>4 926</b>	<b>1 390</b>
<b>Stord</b>	<b>88 321 539</b>	<b>419 741</b>	<b>56 159</b>	<b>1 632</b>	<b>347 067</b>	<b>12 431</b>	<b>2 452</b>
<b>Storslett</b>	<b>34 093 643</b>	<b>144 668</b>	<b>29 847</b>	<b>514</b>	<b>107 635</b>	<b>5 667</b>	<b>1 005</b>
<b>Storsteinnes</b>	<b>22 625 732</b>	<b>96 756</b>	<b>19 927</b>	<b>281</b>	<b>71 005</b>	<b>4 875</b>	<b>668</b>
<b>Stranda</b>	<b>18 734 686</b>	<b>83 380</b>	<b>13 859</b>	<b>276</b>	<b>65 948</b>	<b>2 962</b>	<b>335</b>
<b>Stryn</b>	<b>39 103 460</b>	<b>171 265</b>	<b>27 621</b>	<b>761</b>	<b>132 962</b>	<b>8 467</b>	<b>1 454</b>
<b>Støren</b>	<b>32 388 490</b>	<b>131 926</b>	<b>31 556</b>	<b>600</b>	<b>94 749</b>	<b>4 373</b>	<b>648</b>

TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2020 i kroner og liter

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
Suldal, åpnet 26. nov	1 472 003	6 496	1 066	57	4 959	351	63
Sunnalsøra	45 540 799	199 500	35 869	1 190	154 977	6 071	1 393
Surnadal	31 724 748	134 947	27 920	834	99 775	5 165	1 253
Svolvær	68 622 255	307 508	46 760	1 134	247 925	9 651	2 037
Sykkylven	24 669 818	111 781	17 765	372	89 157	3 862	624
<b>Tromsø</b>	<b>460 242 930</b>	<b>2 077 926</b>	<b>260 432</b>	<b>8 081</b>	<b>1 697 018</b>	<b>99 161</b>	<b>13 234</b>
Langnes	218 559 661	980 616	120 544	3 606	794 589	55 891	5 986
Tromsø sentrum	123 758 014	550 430	68 417	2 686	451 423	23 968	3 936
Tromsdalen	117 925 256	546 880	71 472	1 789	451 006	19 303	3 311
<b>Trondheim</b>	<b>1 040 805 237</b>	<b>4 687 373</b>	<b>623 408</b>	<b>26 287</b>	<b>3 781 490</b>	<b>229 620</b>	<b>26 569</b>
Bankkvartalet	104 427 370	449 645	62 970	2 430	323 313	57 610	3 322
Byhaven	79 480 264	351 806	55 408	2 174	280 331	10 838	3 055
Byåsen	106 638 495	498 952	54 012	2 907	415 257	23 423	3 354
City Syd	153 495 705	699 070	108 900	3 730	550 892	32 025	3 522
Heimdal	79 550 406	364 551	60 155	2 060	287 174	13 167	1 995
Lade	180 754 850	835 257	105 206	4 740	689 808	31 440	4 063
Nedre Elvehavn	109 307 743	484 130	64 052	2 461	395 745	19 079	2 792
Valentinlyst	227 150 405	1 003 963	112 705	5 784	838 969	42 038	4 467
<b>Trysil</b>	<b>54 996 544</b>	<b>236 822</b>	<b>40 100</b>	<b>1 328</b>	<b>185 007</b>	<b>8 812</b>	<b>1 575</b>
<b>Tvedestrand</b>	<b>62 489 005</b>	<b>304 365</b>	<b>35 799</b>	<b>1 577</b>	<b>259 339</b>	<b>5 753</b>	<b>1 896</b>
<b>Tynset</b>	<b>50 207 605</b>	<b>218 805</b>	<b>43 293</b>	<b>985</b>	<b>166 250</b>	<b>7 219</b>	<b>1 058</b>
<b>Tysnes</b>	<b>10 966 490</b>	<b>50 932</b>	<b>7 943</b>	<b>214</b>	<b>41 484</b>	<b>1 107</b>	<b>185</b>
<b>Tønsberg</b>	<b>226 398 539</b>	<b>1 040 395</b>	<b>133 519</b>	<b>6 680</b>	<b>866 116</b>	<b>28 634</b>	<b>5 446</b>
Re	72 920 804	333 363	50 179	2 259	272 049	7 543	1 333
Tønsberg	153 477 736	707 032	83 339	4 421	594 067	21 090	4 114
<b>Ulefoss</b>	<b>17 109 694</b>	<b>78 724</b>	<b>14 353</b>	<b>595</b>	<b>61 912</b>	<b>1 560</b>	<b>304</b>
<b>Ullensaker</b>	<b>200 390 175</b>	<b>919 550</b>	<b>132 139</b>	<b>5 278</b>	<b>741 340</b>	<b>34 532</b>	<b>6 261</b>
Jessheim	122 607 099	563 171	80 318	3 219	455 039	20 416	4 178
Kløfta	77 783 075	356 379	51 821	2 059	286 301	14 116	2 082
<b>Ulsteinvik</b>	<b>55 924 676</b>	<b>245 972</b>	<b>41 811</b>	<b>1 111</b>	<b>191 856</b>	<b>9 246</b>	<b>1 948</b>
<b>Vadsø</b>	<b>35 608 200</b>	<b>159 182</b>	<b>26 769</b>	<b>548</b>	<b>124 114</b>	<b>6 550</b>	<b>1 201</b>
<b>Vanylven</b>	<b>6 540 783</b>	<b>29 209</b>	<b>5 860</b>	<b>222</b>	<b>22 109</b>	<b>857</b>	<b>161</b>
<b>Vardø</b>	<b>8 494 819</b>	<b>34 684</b>	<b>8 426</b>	<b>171</b>	<b>24 956</b>	<b>1 020</b>	<b>110</b>
<b>Vennesla</b>	<b>40 192 017</b>	<b>193 183</b>	<b>31 774</b>	<b>629</b>	<b>154 556</b>	<b>5 478</b>	<b>747</b>
<b>Verdal</b>	<b>60 071 201</b>	<b>260 322</b>	<b>54 501</b>	<b>1 255</b>	<b>194 590</b>	<b>8 693</b>	<b>1 282</b>
<b>Vestby</b>	<b>131 574 555</b>	<b>626 906</b>	<b>70 262</b>	<b>3 029</b>	<b>532 367</b>	<b>17 248</b>	<b>4 000</b>
Vestby	90 358 140	427 658	52 800	2 175	357 308	12 599	2 776
Son	41 216 415	199 248	17 462	854	175 059	4 649	1 224
<b>Vestnes</b>	<b>23 149 797</b>	<b>100 980</b>	<b>18 878</b>	<b>465</b>	<b>74 931</b>	<b>6 025</b>	<b>682</b>
<b>Vik i Hole</b>	<b>35 812 431</b>	<b>171 292</b>	<b>20 593</b>	<b>982</b>	<b>144 779</b>	<b>4 035</b>	<b>902</b>
<b>Vik i Sogn</b>	<b>7 858 214</b>	<b>35 650</b>	<b>6 763</b>	<b>108</b>	<b>26 173</b>	<b>2 477</b>	<b>129</b>
<b>Vikersund</b>	<b>53 596 477</b>	<b>241 322</b>	<b>41 925</b>	<b>1 734</b>	<b>190 636</b>	<b>5 752</b>	<b>1 275</b>
<b>Vinje</b>	<b>22 075 371</b>	<b>96 258</b>	<b>17 736</b>	<b>625</b>	<b>74 535</b>	<b>2 926</b>	<b>436</b>

**TABELL 6 Butikkenes omsetning i 2020 i kroner og liter**

Butikknavn	Brutto omsetning i kroner	Vareliter totalt	Brennevin <sup>1</sup>	Sterkvin <sup>2</sup>	Svakvin <sup>3</sup>	Øl <sup>4</sup>	Alkoholfritt <sup>5</sup>
Vinstra	46 415 560	198 691	38 308	1 072	153 268	4 925	1 119
Volda	35 520 815	166 450	24 034	737	133 472	6 912	1 296
Voss	86 168 628	395 476	53 629	1 812	324 246	13 362	2 427
Vågå	16 048 914	68 452	13 414	264	52 334	2 165	274
Ytre Enebakk	32 434 320	151 511	22 824	1 037	122 705	4 304	641
Ølen	23 952 347	104 789	22 096	362	79 234	2 687	410
Ørland	53 606 509	228 739	48 405	1 104	169 442	8 371	1 417
Bjugn	16 104 993	68 515	15 260	409	50 718	1 781	347
Brekstad	37 501 516	160 223	33 144	695	118 724	6 590	1 070
Ørnes	29 537 246	130 117	24 915	519	97 442	6 010	1 233
Ørsta	38 581 107	179 961	26 828	585	143 410	8 094	1 045
Øyer	50 221 105	224 409	30 638	929	185 290	6 206	1 346
Øygarden	118 992 406	554 123	79 854	2 246	454 037	15 068	2 918
Sotra	101 342 903	475 223	65 741	1 920	392 288	12 730	2 544
Sund	17 649 502	78 900	14 113	326	61 749	2 338	374
Åfjord	19 066 742	80 275	17 757	351	59 921	1 779	467
Ål	20 158 329	92 234	12 906	453	76 213	2 025	637
Ålesund	370 191 949	1 673 647	235 934	7 685	1 362 131	59 230	8 668
Brattvåg	16 849 211	73 850	14 191	287	56 735	2 276	361
Digerneset	62 862 671	292 424	43 036	1 157	238 236	8 426	1 568
Ålesund, Moa	196 089 582	887 025	117 815	4 189	723 153	37 459	4 410
Ålesund, Sentrum	94 390 485	420 348	60 892	2 051	344 008	11 068	2 329
Ålgård	63 875 261	302 317	39 768	1 222	247 841	11 832	1 653
Åndalsnes	34 178 584	154 210	25 195	794	121 177	5 705	1 339
Årdal	22 365 757	98 815	17 815	304	76 849	3 311	537
Årnes	61 653 949	276 677	47 690	1 622	219 054	6 117	2 194
Ås	210 157 361	1 004 645	104 980	5 172	855 513	32 815	6 164
Vinterbro	157 026 625	754 565	76 846	3 681	647 072	22 470	4 496
Ås	53 130 735	250 080	28 135	1 491	208 441	10 345	1 669
<b>TOTALSUM</b>	<b>25 578 048 370</b>	<b>115 525 203</b>	<b>15 071 177</b>	<b>630 845</b>	<b>95 262 827</b>	<b>3 871 780</b>	<b>688 574</b>

TABELL 7a Grossistenes markedsandel 2020, totalt salg, 1000 liter

Grossist	2020	Andel
Arcus Wine Brands	6 651	5,8 %
Einar A Engelstad AS	3 904	3,4 %
Robert Prizelius AS	3 731	3,2 %
Fondberg AS	3 673	3,2 %
Arcus Norway AS	3 617	3,1 %
Treasury Wine Estates Norway AS	3 046	2,6 %
Symposium Wines AS	3 012	2,6 %
Concha y Toro Norway AS	2 789	2,4 %
Excellars AS	2 708	2,3 %
Grape Company AS	2 606	2,3 %
Pernod Ricard Norway AS	2 605	2,3 %
Stenberg & Blom AS	2 575	2,2 %
VCT Norway AS	2 547	2,2 %
Winery AS	2 460	2,1 %
Moestue Grape Selections AS	2 428	2,1 %
Andre grossister	67 176	58,1 %
<b>TOTALT</b>	<b>115 528</b>	<b>100,0 %</b>

TABELL 7b Grossistenes markedsandel 2020, brennevin<sup>1</sup>, 1000 liter

Grossist	2020	Andel
Arcus Norway AS	3 572	23,7 %
Diageo Norway AS	2 073	13,8 %
Pernod Ricard Norway AS	1 262	8,4 %
Robert Prizelius AS	1 214	8,1 %
Altia Norway AS	1 104	7,3 %
Oplandske Spritfabrik ANS	987	6,6 %
Bacardi Norge AS	553	3,7 %
Edrington Norway AS	547	3,6 %
Interbev AS	348	2,3 %
Bache-Gabrielsen Norge AS	310	2,1 %
Interbrands Spirits Norway AS	271	1,8 %
Engelstad Spirits AS	247	1,6 %
Distillium AS	209	1,4 %
Wiig Spirits AS	197	1,3 %
Just Drinks AS	188	1,2 %
Andre grossister	1 990	13,2 %
<b>TOTALT</b>	<b>15 071</b>	<b>100,0 %</b>

**TABELL 7c** Grossistenes markedsandel 2020, svakvin<sup>3</sup>, 1000 liter

Grossist	2020	Andel
Arcus Wine Brands	6 651	7,0 %
Einar A Engelstad AS	3 890	4,1 %
Fondberg AS	3 583	3,8 %
Treasury Wine Estates Norway AS	3 045	3,2 %
Symposium Wines AS	3 000	3,1 %
Concha y Toro Norway AS	2 789	2,9 %
Excellars AS	2 653	2,8 %
Grape Company AS	2 606	2,7 %
VCT Norway AS	2 547	2,7 %
Robert Prizelius AS	2 478	2,6 %
Winery AS	2 460	2,6 %
Stenberg & Blom AS	2 435	2,6 %
Moestue Grape Selections AS	2 384	2,5 %
Interbrands Norway AS	2 340	2,5 %
Best Cellars AS	2 075	2,2 %
Andre grossister	50 330	52,8 %
<b>TOTALT</b>	<b>95 265</b>	<b>100,0 %</b>

# Nøkkeltall

Salg i 1 000 liter	2020	2019	2018	2017
Svakvin	95 265	67 163	66 985	65 744
Sterkvin	631	478	480	500
Brennevin	15 071	11 409	11 222	11 208
Øl *)	3 872	2 948	2 767	3 228
Alkoholfritt *)	689	596	552	
*) Tidligere definert som «øvrige produkter»				
<b>SUM</b>	<b>115 528</b>	<b>82 594</b>	<b>82 006</b>	<b>80 680</b>
<b>Inntekter og resultat millioner kroner</b>				
Brutto salgsinntekter	25 710,4	17 879,8	16 785,8	16 573,0
Driftsinntekter	20 579,6	14 320,6	13 444,4	13 269,4
Driftsresultat	706,2	577,7	147,2	179,2
Resultat før skatt	735,2	601,4	167,1	199,4
<b>Kapital</b>				
Total kapital i millioner kroner	5 016,6	3 512,5	3 695,9	3 791,6
Egenkapital i millioner kroner	857,0	944,4	796,1	828,6
Egenkapitalandel i prosent	17,1	26,9	21,5	21,9
<b>Lønnsomhet i prosent</b>				
Bruttomargin <sup>1)</sup>	12,7	12,8	12,6	12,7
Resultatgrad <sup>2)</sup>	3,6	4,2	1,2	1,5
Totalkapitalrentabilitet <sup>3)</sup>	17,2	16,8	4,5	5,4
Egenkapitalrentabilitet <sup>4)</sup>	93,3	69,1	24,8	30,9
<b>Likviditet</b>				
Likviditetsgrad i prosent <sup>5)</sup>	139,4	149,8	159,1	151,6
Arbeidskapital i millioner kroner <sup>6)</sup>		1 027,9	1 175,8	1 119,7
<b>Personale</b>				
Antall fast ansatte pr. 31.12.	1 943	1 862	1 815	1 812
Herav: Heltidsansatte	710	658	662	666
Deltidsansatte	1 236	1 204	1 153	1 146
Antall årsverk	1 233	1 158	1 143	1 152
<b>Antall butikker pr. 31.12.</b>	<b>337</b>	<b>333</b>	<b>323</b>	<b>315</b>

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

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

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

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

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

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



# Key figures

Sales (1,000 liter)	2020	2019	2018	2017
Table wine	95 265	67 163	66 985	65 744
Fortified wine	631	478	480	500
Spirits	15 071	11 409	11 222	11 208
Beer *)	3 872	2 948	2 767	3 228
alcohol-free *)	689	596	552	
*) Formerly defined as "other products"				
<b>TOTAL</b>	<b>115 528</b>	<b>82 594</b>	<b>82 006</b>	<b>80 680</b>
<b>Revenue and results (NOK mill)</b>				
Gross sales revenue (incl VAT)	25 710,4	17 879,8	16 785,8	16 573,0
Operating revenues	20 579,6	14 320,6	13 444,4	13 269,4
Operating profit	706,2	577,7	147,2	179,2
Net profit before tax	735,2	601,4	167,1	199,4
<b>Capital</b>				
Assets (NOK mill)	5 016,6	3 512,5	3 695,9	3 791,6
Shareholder's equity (NOK mill)	857,0	944,4	796,1	828,6
Equity to assets ratio (%)	17,1	26,9	21,5	21,9
<b>Profitability (%)</b>				
Gross profit ratio <sup>1</sup>	12,7	12,8	12,6	12,7
Operating margin <sup>2</sup>	3,6	4,2	1,2	1,5
Return on assets <sup>3</sup>	17,2	16,8	4,5	5,4
Return on shareholder's equity <sup>4</sup>	93,3	69,1	24,8	30,9
<b>Liquidity</b>				
Current ratio <sup>5</sup>	139,4	149,8	159,1	151,6
Working capital (NOK mill) <sup>6</sup>		1 027,9	1 175,8	1 119,7
<b>Employees</b>				
Total permanent employees at Dec 31	1 943	1 862	1 815	1 812
Of which: Full time	710	658	662	666
Part time	1 236	1 204	1 153	1 146
Equivalent full time employees	1 233	1 158	1 143	1 152
<b>Retail outlets at Dec 31</b>				
	<b>337</b>	<b>333</b>	<b>323</b>	<b>315</b>

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

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

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

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

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

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



# 2020 Highlights



**115,5 million litres**

Sales volume increased by 40 % in 2020 from the year before. The sales increase from the year is historic and is due to restrictions that effects cross-border trade, tax-free sales and a reduction in nightlife and restaurant visits. It is also gratifying to see that sales of quality wines increase, even though the majority of the increase in sales is bag-in-box wine.



**2 585 329**

Customers showed their ID without being asked in our stores. In total, we checked the age of almost 4.5 million customers, which is 10.4% of all customer interactions in 2020.

**Six auctions**

6 211 Auctions  
99 % of items sold



**1st place on the Norwegian Customer Barometer (BI)**

Winner of (BI's) Norwegian Customer Barometer 2020 - for the first time in the history of the Norwegian Customer Barometer a retail company escapes with the first place.



**1st place on Kantar TNS Reputation Ranking**

Vinmonopolet came in 1st place for the eighth year in a row, with a 90 points score. We fall slightly in measurement, by 6 points from the previous year.



**337**  
Stores



**468**  
Wholesalers



66 % Women, 34 % Men

**1 943**  
Employees



**15 years**  
AVERAGE TENURE



SALES REVENUE  
**20 569**  
NOK millions



**13 902**  
NUMBER OF TIMES MENTIONED  
IN MEDIA 2020



**76 %**  
INCREASE IN SALE OF  
RECYCABLE PRODUCTS



**51 %**  
INCREASE FROM 2019  
ON ONLINE ORDERS

**Attensi learning  
platform for employees:**

**1 632**  
UNIQUE PLAYERS IN THE PLATFORM

**91 971**  
AMOUNT OF TIME PLAYED



**31,5 %**  
OF WINE BOTTLES SOLD IN GLAS HAD  
ENVIRONMENTALLY SMART PACKAGING



**We gave  
NOK 14,2 million**  
CONTRUBTION PAID TO THE  
NORWEGIAN RETAILER'S ENVIRONMENTAL  
FUND FROM SALES OF OUR PLASTIC BAGS  
(50 ØRE PER BAG)



**Shared 3rd place  
- IPSOS survey - Large  
Norwegian Companies**

With 85% its our second best ranking on this survey ever.



**41 kurs**  
NUMBER OF COURSES

**1 004**  
NUMBER OF PARTICIPANTS



We completed 65 courses on  
decent work conditions for were held for  
producers and importers in Chile, Italy,  
South Africa, Norway, Central America  
and internationally.



NOK **42,9** mill.  
STORE CHECKOUTS



**27 264**  
PRODUCTS AVAILABLE  
FROM 88 COUNTRIES



**118,5 %**  
ONLINE ORDERS INCREASE  
FROM 2019



**16 %**  
SALES INCREASE FROM ALCOHOL-  
FREE PRODUCTS FROM 2019





CHATEAU d'ISSAN  
MARGAUX  
2012

CHATEAU  
LÉOVILLE BARTON  
ST-JULIEN-MEDOC  
2012

LA FLEUR-PETRUS  
POMEROL  
2012

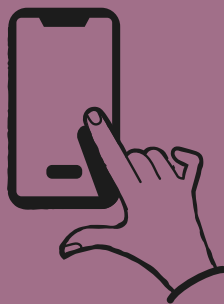
DUCH  
LOU  
2012

CHATEAU  
PICHON BARON  
2012

**Del 10**

---

# **GRI-Indeks**





OBLIGATORISKE INDIKATORER				
Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
102-1	Organisasjonsnavn	AS Vinmonopolet		
102-2	Aktiviteter, merkevarer, produkter og tjenester	Vinmonopolets rolle i samfunnet	s. 8–10	
102-3	Selskapets hovedkontor	Dronning Eufemias gate 11, 0150 OSLO Postboks 6953 St. Olavs plass, 0130 OSLO		
102-4	Plassering av driftssteder, leverandører og produsenter	Vinhandel i verdensklasse Her finner du oss	s. 10, 11, 15	
102-5	Eierskap og juridisk informasjon	Vinmonopolet er et norsk aksjeselskap eid av staten ved Helse- og omsorgsdepartementet.		
102-6	Markeder med tilstedeværelse	Her finner du oss	s. 11	
102-7	Selskapets størrelse	2020 i korte trekk	s. 6–7	
102-8	Informasjon om ansatte og andre arbeidstakere	God og inkluderende arbeidsplass	s. 65–70	Tallene er hentet inn fra HR-systemet UWB Milestone. Systemet gir kun tall på ansatte (inkl. vikarer og engasjement), ikke innleide, ekstrahjelpere eller ansatte i permisjon. Vi har heller ikke mulighet til å ta ut informasjon fordelt på fast eller midlertidig kontrakt.
102-9	Leverandørkjede	Anstendig arbeid i leverandørkjeden	s. 59–64	
102-10	Vesentlige endringer i størrelse, struktur, eierskap eller leverandørkjede	Viktige hendelser i 2020	s. 12–21	
102-11	Forsiktighetsprinsipp eller -tilnærming	Vi følger amforis Code of Conduct, som bl.a. har referanser til UN Global Compact. Prinsipp 7 i Global Compact omhandler aktsomhetsprinsippet		<a href="https://www.amfori.org/content/code-conduct">amfori.org/content/code-conduct</a>
102-12	Eksterne tiltak	amfori Code of Conduct, Stronger Together		
102-13	Medlemsskap av foreninger	amfori, Stronger Together, Handelens Miljøfond, Emballasjeforeningen, Stiftelsen Miljøfyrtårn, Sirkelglass, Grønn punkt		
102-14	Erklæring fra øverste beslutningstaker	Adm.dir. har ordet	s. 4–5	
102-16	Verdier, prinsipper, standarder, normer for adferd	Vinmonopolets rolle i samfunnet	s. 8–10	
102-18	Styringsstruktur	Organisasjonskart Ledergruppen Styret	s. 72 s. 73 s. 79	
102-40	Liste over interessentgrupper	Våre interessenter	s. 30	
102-41	Tariffavtaler	Fagforeninger i Vinmonopolet	s. 70	Alle ansatte er dekket av tariffavtaler og kollektive forhandlinger
102-42	Identifisering og valg av interessenter	Våre interessenter	s. 30	



**OBLIGATORISKE INDIKATORER**

Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
102-43	Tilnærming til interessentengasjement	Våre interessenter Interessentdialog	s. 30 s. 31	
102-44	Nøkkelemner og bekymringer tatt opp	Interessentdialog	s. 31	
102-45	Enheter som inngår i konsernregnskapet	Regnskap	s. 80–89	
102-46	Rapportinnhold og avgrensninger	Om denne rapporten	s. 3	
102-47	Liste over materielle temaer	Vesentlighetsanalyse	s. 32	
102-48	Gjentakelse av informasjon	Utregning av klimafotavtrykk for energi på side 54 er endret fra Miljøfyrtårns miljørapport som kilde i 2019 rapport, til strømløseverandørens varedeklarasjon som benytter Europeisk mix.		
102-49	Endringer i rapportering	Om denne rapporten	s. 3	
102-50	Rapporteringsperiode	2020		
102-51	Dato for siste rapport	25.05.20		
102-52	Rapporteringscyklus	Årlig		
102-53	Kontaktpunkt for spørsmål angående rapporten	kommunikasjon@vinmonopolet.no		
102-54	Rapportering i samsvar med GRI Standards	Om denne rapporten	s. 3	
102-55	GRI-indeks	GRI-indeks	s. 119– 123	
102-56	Ekstern revisjon	PwC – Revisors beretning	s. 90–93	

# GRI-indeks

VALGFRIE INDIKATORER – VESENTLIGE TEMAER				
Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
<b>Begrense skadevirkninger av alkohol</b>				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Begrense skadevirkningene av alkohol	s. 34	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Begrense skadevirkningene av alkohol	s. 34	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Begrense skadevirkningene av alkohol	s. 34	
Egendef. Indikator	Vi selger alkohol med ansvar	Vi selger alkohol med ansvar	s. 34–35	
Egendef. Indikator	Vi legger til rette for et ansvarlig alkoholkonsum	Vi legger til rette for et ansvarlig alkoholkonsum	s. 36–37	
<b>Produktsikkerhet</b>				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Produktsikkerhet	s. 40	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Produktsikkerhet	s. 40	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Produktsikkerhet	s. 40	
416-1	Vurdering av helse- og sikkerhetspåvirkning fra våre varer og tjenester	Trygge produkter Utfordringer	s. 41	
416-2	Brudd på regler og standarder for helse og sikkerhet for våre produkter og tjenester	Arbeid med produktsikkerhet i 2020 Rapporterte hendelser av reklamasjoner	s. 42	
<b>God Forretningsetikk</b>				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – God forretningsetikk	s. 44	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – God forretningsetikk	s. 44	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – God forretningsetikk	s. 44	
205-3	Bekreftede korrupsjonshendelser og iverksatte tiltak	0		
206-1	Juridiske reaksjoner på antikompetitiv adferd, mistillit og monopolpraksis	Klager	s. 46	
<b>Bærekraftig forbrukeradferd</b>				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Bærekraftig forbrukeradferd	s. 48	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Bærekraftig forbrukeradferd	s. 48	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Bærekraftig forbrukeradferd	s. 48	
Egendef. Indikator	Kundenes tilbakemeldinger på kundeservice, informasjon og produktvalg	Kommer i rapport for 2021	s. 48	
<b>Smarte miljø- og klimaløsninger</b>				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Smarte miljø- og klimaløsninger	s. 50	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Smarte miljø- og klimaløsninger	s. 50	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Smarte miljø- og klimaløsninger	s. 50	
301-1	Materialer brukt (målt i vekt eller volum)	Klimaregnskap Emballasje	s. 56–58 s. 53	Kun mulig for oss å rapportere på 301-1 a).

**VALGFRIE INDIKATORER – VESENTLIGE TEMAER**

Nr.	Tittel	Svar	Sidetall	Kommentarer
302-2	Energiforbruk innad i organisasjonen	Graf over «energiforbruk per m2- butikker»	s. 54	
302-3	Energi-intensitet	Klimaregnskap	s. 56–58	
302-4	Reduksjon av energiforbruk	Klimaregnskap	s. 56–58	
305-1	Direkte klimagassutslipp (scope 1)	Klimaregnskap	s. 56–58	
305-2	Indirekte klimagassutslipp (scope 2)	Klimaregnskap	s. 56–58	
305-3	Andre indirekte klimagassutslipp (scope 3)	Klimaregnskap	s. 56–58	
305-5	Reduksjon av klimagassutslipp	Oppsummering klimaregnskap 2020	s. 58	
306-2	Avfallsmengde, fordelt på avfallsfraksjon og disponering av avfall	Klimaregnskap	s. 56–58	
<b>Anstendig arbeid i leverandørkjeden</b>				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – Anstendig arbeid i leverandørkjeden	s. 60	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – Anstendig arbeid i leverandørkjeden	s. 60	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – Anstendig arbeid i leverandørkjeden	s. 60	
403-7	Forebygging og redusering av helse- og sikkerhetspåvirkninger på arbeidsplass direkte knyttet til forretningsforhold/ leverandørkjeden	"Water, rest & shade" – vårt program innen romindustrien i Latin-Amerika	s. 63	
414-2	Negativ sosial påvirkning i leverandørkjeden og iverksatte tiltak	Oppfølging i 2020 Kurs og opplæring	s. 62–63	
FP2	Prosentandel av innkjøpt volum som er verifisert i samsvar med troverdige, internasjonalt anerkjente ansvarlige produksjonsstandarder	Sertifisert etisk	s. 63	
<b>God og inkluderende arbeidsplass</b>				
103-1	Forklaring og avgrensning av temaet	Innledning – God og inkluderende arbeidsplass	s. 66	
103-2	Ledelsens tilnærming	Innledning – God og inkluderende arbeidsplass	s. 66	
103-3	Evaluering av temaet	Innledning – God og inkluderende arbeidsplass	s. 66	
401-1	Nyansettelser og utskifting av personalet	Tabeller om nyansettelser og turnover	s. 70	
404-1	Gjennomsnittlig antall timer organisert opplæring per år per ansatt	Kompetanse og medarbeiderutvikling	s. 66–67	
404-2	Programmer for kompetanseutvikling og støtte til omstilling	Kompetanse og medarbeiderutvikling	s. 66–67	
405-1	Mangfold i styringsorganer og blant ansatte	Statistikk for antall ansatte, styret og ledere Inkludering og mangfold	s. 68	





Har du spørsmål om denne rapporten, eller bærekraft generelt i Vinmonopolet,  
kontakt oss på [kommunikasjon@vinmonopolet.no](mailto:kommunikasjon@vinmonopolet.no)

**A/S VINMONOPOLET**