



ÅRSREGNSKAPET FOR REGNSKAPSÅRET 2022 - GENERELL INFORMASJON

Enheten

Organisasjonsnummer:	997 862 856
Organisasjonsform:	Aksjeselskap
Foretaksnavn:	NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS
Forretningsadresse:	Bygg A2 Strandveien 50 1366 LYSAKER

Regnskapsår

Årsregnskapets periode:	01.01.2022 - 31.12.2022
-------------------------	-------------------------

Konsern

Morselskap i konsern:	Ja
Konsernregnskap lagt ved:	Ja

Regnskapsregler

Regler for små foretak benyttet:	Nei
Benyttet ved utarbeidelsen av årsregnskapet til selskapet:	Regnskapslovens alminnelige regler
Benyttet ved utarbeidelsen av årsregnskapet til konsernet:	-

Årsregnskapet fastsatt av kompetent organ

Bekreftet av representant for selskapet:	Petter Andreas Wulff
Dato for fastsettelse av årsregnskapet:	15.03.2023

Grunnlag for avgivelse

År 2022: Årsregnskapet er elektronisk innlevert
År 2021: Tall er hentet fra elektronisk innlevert årsregnskap fra 2022

Det er ikke krav til at årsregnskapet m.v. som sendes til Regnskapsregisteret er undertegnet. Kontrollen på at dette er utført ligger hos revisor/enhetens øverste organ. Sikkerheten ivaretas ved at innsender har rolle/rettighet for innsending av årsregnskapet via Altinn, og ved at det bekreftes at årsregnskapet er fastsatt av kompetent organ.

Brønnøysundregistrene, 12.05.2024



Resultatregnskap

Beløp i: NOK	Note	2022	2021
RESULTATREGNSKAP			
Inntekter			
Salgsinntekt		65 572	83 144
Administrasjonsinntekter	2	18 400 000	16 499 999
Sum inntekter		18 465 572	16 583 143
Kostnader			
Varekostnad		145 684	144 606
Lønnskostnad	3	11 786 112	10 852 178
Avskrivning av driftsmidler og immaterielle eiendeler	4	59 059	59 059
Annen driftskostnad	2, 3	6 580 901	5 436 118
Sum kostnader		18 571 755	16 491 961
Driftsresultat		-106 183	91 182
Finansinntekter og finanskostnader			
Inntekt på investering i datterselskap	2	40 500 000	32 800 000
Renteinntekt fra foretak i samme konsern	2	499 580	234 530
Annen renteinntekt	5	170 313	67 304
Annen finansinntekt	5	4 191 364	
Sum finansinntekter		45 361 257	33 101 834
Nedskrivning av andre finansielle anleggsmidler			267 645
Rentekostnad til foretak i samme konsern	2	97 719	45 252
Annen rentekostnad	5	49 650	38 872
Annen finanskostnad	5	448 896	2 528
Sum finanskostnader		596 265	354 296
Netto finans		44 764 992	32 747 538
Ordinært resultat før skattekostnad		44 658 808	32 838 720
Skattekostnad på resultat	6	935 965	208 908
Ordinært resultat etter skattekostnad		43 722 843	32 629 812
Årsresultat		43 722 843	32 629 812



Resultatregnskap

Beløp i: NOK	Note	2022	2021
Årsresultat etter minoritetsinteresser		43 722 843	32 629 812
Totalresultat		43 722 843	32 629 812
Overføringer og disponeringer			
Ordinært utbytte		20 000 000	10 500 000
Avsatt til annen egenkapital		23 722 843	22 129 812
Sum overføringer og disponeringer	7	43 722 843	32 629 812



Balanse

Beløp i: NOK	Note	2022	2021
BALANSE - EIENDELER			
Anleggsmidler			
Immaterielle eiendeler			
Utsatt skattefordel	6		
Varige driftsmidler			
Driftsløsøre, inventar o.a. utstyr	4	157 135	216 194
Sum varige driftsmidler	4	157 135	216 194
Finansielle anleggsmidler			
Investering i datterselskap	8	1 510 869	1 510 869
Sum finansielle anleggsmidler		1 510 869	1 510 869
Sum anleggsmidler		1 668 004	1 727 063
Omløpsmidler			
Varer			
Fordringer			
Kundefordringer	2	5 361 195	
Andre kortsiktige fordringer		308 976	158 743
Konsernfordringer	2	46 073 901	43 648 545
Sum fordringer		51 744 072	43 807 288
Bankinnskudd, kontanter og lignende			
Bankinnskudd, kontanter o.l.	9, 10	33 962 118	16 434 429
Sum bankinnskudd, kontanter og lignende		33 962 118	16 434 429
Sum omløpsmidler		85 706 190	60 241 717
SUM EIENDELER		87 374 193	61 968 779

BALANSE - EGENKAPITAL OG GJELD

Egenkapital



Balanse

Beløp i: NOK	Note	2022	2021
Innskutt egenkapital			
Aksjekapital	11	100 000	100 000
Beholdning av egne aksjer	11		
Sum innskutt egenkapital		100 000	100 000
Opptjent egenkapital			
Annen egenkapital		45 852 655	22 129 812
Sum opptjent egenkapital		45 852 655	22 129 812
Sum egenkapital	7	45 952 655	22 229 812
Gjeld			
Langsiktig gjeld			
Utsatt skatt	6	733	8 269
Sum avsetninger for forpliktelser		733	8 269
Annen langsiktig gjeld			
Sum langsiktig gjeld		733	8 269
Kortsiktig gjeld			
Leverandørgjeld	2	357 272	146 316
Betalbar skatt	6	943 501	215 081
Skyldig offentlige avgifter		1 913 846	1 951 119
Utbytte	7	20 000 000	10 500 000
Kortsiktig konserngjeld	2	17 083 061	25 909 212
Annen kortsiktig gjeld		1 123 125	1 008 971
Sum kortsiktig gjeld		41 420 805	39 730 699
Sum gjeld		41 421 538	39 738 968
SUM EGENKAPITAL OG GJELD		87 374 193	61 968 779



BankID Signing
Emil Sallnäs
2023-03-15

BankID Signing
Petter Wulff
2023-03-15

Årsregnskap 2022

Norwegian Beverage Group AS

Årsberetning
Resultatregnskap
Balanse
Kontantstrømsanalyse
Noter
Uavhengig revisors beretning

Org.nr.: 997 862 856



ÅRSBERETNING 2022 FOR NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

VIRKSOMHETENS ART

Norwegian Beverage Group AS er et holding-/administrasjonsselskap som har til intensjon å eie og utvikle selskaper som driver med salg av alkoholholdig drikke. All aktivitet i konsernet skjer fra selskapenes kontor i Bærum Kommune. Datterselskapene leier inn ressurser fra Norwegian Beverage Group AS og for dette faktureres det administrasjonstjenester.

Norwegian Beverage Group AS eier per 31.12.2022 følgende datterselskaper:

- Momentum Wines AS	100,00 %	Salg av alkoholholdig drikke.
- Silenus AS	100,00 %	Salg av alkoholholdig drikke.
- United Brands AS	100,00 %	Salg av alkoholholdig drikke.
- Exciting Wines AS	100,00 %	Salg av alkoholholdig drikke.
- Hand Picked Wines AS	100,00 %	Salg av alkoholholdig drikke.

REDEGJØRELSE FOR ÅRSREGNSKAPET OG FRAMTIDIG UTVIKLING

Styret mener at årsregnskapet gir et rettviseende bilde av Norwegian Beverage Group AS eiendeler og gjeld, finansielle stilling og resultat. Selskapets regnskap viser et resultat på NOK 43 722 843 for 2022 mot NOK 32 629 812 for 2021. Selskapet har mottatt NOK 40 500 000 i konsernbidrag fra datterselskapene i 2022.

Egenkapitalandelen er på 53,7 % per 31.12.2022 mot 52,8 per 31.12.2021.

Den likviditetsmessige stillingen ved årsskiftet og gjennom året var tilfredsstillende. De innvilgede trekkrammer og fasiliteter vurderes som tilstrekkelig tilpasset selskapets virksomhet.

Styret er tilfreds med resultatet og markedsprestasjonene som konsernet har levert i 2022, og foreslår følgende disponering av årsresultatet til morselskapet Norwegian Beverage Group AS:

Overført til annen egenkapital	23 722 843
Avsatt til utbytte	20 000 000
Totalt disponert	43 722 843

Styret kjenner ikke til noen forhold av viktighet for å bedømme selskapets stilling og resultat som ikke fremgår av regnskapet og balansen med noter. Det er heller ikke etter regnskapsårets utgang inntrådt forhold som etter styrets syn har betydning ved bedømmelse av regnskapet for morselskapet eller konsernet.

Etter styrets oppfatning er konsernets framtidsutsikter gode. Konsernet er godt posisjonert til å håndtere svingninger i markedet.

FINANSIELL RISIKO

Konsernet er eksponert for endringer i valutakurser, da særlig EUR og USD da datterselskapenes varekjøp er i utenlands valuta. Imidlertid er ca. 80% av alt EUR behov dekket gjennom terminkontrakter foretatt av mor, Viva Wine Group AB. Disse terminkontraktene er periodisert i samme måned som fastprisperioden konsernet har mot AS Vinmonopolet. Således anses denne risikoen som svært liten.

- Overordnet målsetting og strategi

Selskapets kortsiktige målsetninger er knyttet opp til selskapets budsjetter som utarbeides hvert år. Disse er knyttet opp til økonomiske resultater. På lengre sikt har selskapet hatt som målsetning å ha minimum 4% markedsandel i Norge, samtidig være blant de 10 største aktørene. Selskapet har oppnådd dette i 2022 og jobber med nye strategier og målsetninger frem mot 2026. I anledning vekst vil selskapet eksponeres ytterligere for finansiell risiko og selskapet ser nå på løsninger for å 100% valutasikre seg for hvert tertial, noe som da sammenfaller med fastpris perioden til AS Vinmonopolet.



- Markedsrisiko

Selskapet selger 97% av sine varer til AS Vinmonopolet og er således avhengig av at denne kanalen opprettholdes som et politisk verktøy for kontroll av alkoholomsetning. Selskapet anser det som svært lite sannsynlig at det politisk landskapet skal endre seg så mye at AS Vinmonopolet faller og omsetning blir flyttet til andre kanaler.

- Kredittrisiko

Konsernet selger vin til Vinmonopolet. Selskapet selger sine varer til Vectura AS som er selskapets logistikkpartner. Vectura videreselger til restauranter og til AS Vinmonopolet. Således har selskapet ikke noe kredittrisiko annet enn til Vectura AS. Vectura AS er eiet av Anora OY som er notert på den finske børsen. Selskapet har ikke gjeld. Ledelsen i selskapet opplever derfor ingen kredittrisiko.

- Likviditetsrisiko

Selskapet har i dag god likviditet og har penger i bank. I løpet av første halvår 2023 skal selskapet bytte bankforbindelse til SEB og bli del av en konsernmodell der VWG vil være garantist. Ledelsen i NBG ser derfor ingen stor sjanse for at selskapet skal ha likviditetsproblemer i fremtiden.

FORTSATT DRIFT

I samsvar med regnskapsloven § 3-3- bekreftes det at forutsetningen for fortsatt drift er til stede.

ARBEIDSMILJØ, LIKESTILLING OG DISKRIMINERING

Styret anser arbeidsmiljøet i selskapet som godt. Det er ikke iverksatt spesielle tiltak i denne forbindelse. Ansatte i virksomheten har ikke vært utsatt for ulykker eller skader i forbindelse med utførelsen av sitt arbeid. Totalt sykefravær siste år har lavt.

Norwegian Beverage Group AS har i 2022 sysselsatt totalt 12 årsverk, og styret har hatt to medlemmer. Fordelingen blant de ansatte målt i årsverk har vært 5 kvinner og 7 menn. Selskapets styre består av to menn. Det er ingen ansatte i datterselskapene og styrene der består av to menn.

Likestillingen er etter vår mening godt ivarettatt og det iverksettes derfor ikke ytterligere tiltak innen området. Selskapet arbeider for at ansatte, i arbeidsforholdet eller ved ansettelsen, behandles likt uavhengig av etnisitet, nasjonal opprinnelse, avstamming, hudfarge, språk, religion eller livssyn.

MILJØRAPPORTERING

Styret kjenner ikke til forhold bed virksomhetene som har betydelig forurensende effekt på det ytre miljø. Det er derfor heller ikke iverksatt spesielle tiltak for å forhindre eller redusere negative miljøvirkninger.

FORSIKRING FOR STYRETS MEDLEMMER OG DAGLIG LEDER

Det er ikke tegnet forsikring for styrets medlemmer og daglig leder for deres mulige ansvar overfor foretaket og tredjepersoner.

FORSKNINGS- OG UTVIKLINGSAKTIVITETER

Norwegian Beverage Group AS har ikke hatt utgifter i forbindelse med forsknings- og utviklingsaktiviteter i 2022. Samme forhold gjelder for konsernet.

Bærum, 15.03.2023

Styret i Norwegian Beverage Group AS

Petter Andreas Wulff
styreleder/daglig leder

Johan Emil Ingemar Sallnäs
styremedlem



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

RESULTATREGNSKAP

DRIFTSINNTEKTER OG DRIFTSKOSTNADER	Noter	2022	2021
Salgsinntekt		65 572	83 144
Administrasjonsinntekter	2	18 400 000	16 499 999
Sum driftsinntekter		18 465 572	16 583 143
Varekostnad		145 684	144 606
Lønnskostnad	3	11 786 112	10 852 178
Avskrivning av driftsmidler og immaterielle eiendeler	4	59 059	59 059
Annen driftskostnad	2, 3	6 580 901	5 436 118
Sum driftskostnader		18 571 755	16 491 961
Driftsresultat		-106 183	91 182
FINANSINNTEKTER OG FINANSKOSTNADER			
Inntekt på investering i datterselskap	2	40 500 000	32 800 000
Renteinntekt fra foretak i samme konsern	2	499 580	234 530
Annen renteinntekt	5	170 313	67 304
Annen finansinntekt	5	4 191 364	0
Nedskrivning av andre finansielle anleggsmidler		0	267 645
Rentekostnad til foretak i samme konsern	2	97 719	45 252
Annen rentekostnad	5	49 650	38 872
Annen finanskostnad	5	448 896	2 528
Resultat av finansposter		44 764 992	32 747 538
RESULTAT FØR SKATTEKOSTNAD		44 658 808	32 838 720
Skattekostnad på resultat	6	935 965	208 908
Resultat		43 722 843	32 629 812
Årsresultat		43 722 843	32 629 812
OVERFØRINGER			
Avsatt til utbytte		20 000 000	10 500 000
Avsatt til annen egenkapital		23 722 843	22 129 812
Sum overføringer	7	43 722 843	32 629 812



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

BALANSE 31.12.2022

EIENDELER	Noter	2022	2021
ANLEGGSMIDLER			
VARIGE DRIFTSMIDLER			
Driftsløsøre, inventar o.a. utstyr	4	157 135	216 194
Sum varige driftsmidler	4	157 135	216 194
FINANSIELLE ANLEGGSMIDLER			
Investeringer i datterselskap	8	1 510 869	1 510 869
Sum finansielle anleggsmidler		1 510 869	1 510 869
Sum anleggsmidler		1 668 004	1 727 063
OMLØPSMIDLER			
FORDRINGER			
Kundefordringer	2	5 361 195	0
Andre kortsiktige fordringer		308 976	158 743
Fordringer på konsernselskap	2	46 073 901	43 648 545
Sum fordringer		51 744 072	43 807 288
Bankinnskudd, kontanter o.l.	9, 10	33 962 118	16 434 429
Sum omløpsmidler		85 706 190	60 241 717
Sum eiendeler		87 374 193	61 968 779



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS BALANSE 31.12.2022

EGENKAPITAL OG GJELD	Noter	2022	2021
INNSKUTT EGENKAPITAL			
Aksjekapital	11	100 000	100 000
Sum innskutt egenkapital		100 000	100 000
OPPTJENT EGENKAPITAL			
Annen egenkapital		45 852 655	22 129 812
Sum opptjent egenkapital		45 852 655	22 129 812
Sum egenkapital	7	45 952 655	22 229 812
GJELD			
AVSETNING FOR FORPLIKTELSE			
Utsatt skatt	6	733	8 269
Sum avsetning for forpliktelser		733	8 269
ANNEN LANGSIKTIG GJELD			
KORTSIKTIG GJELD			
Leverandørgjeld	2	357 272	146 316
Betalbar skatt	6	943 501	215 081
Skyldig offentlige avgifter		1 913 846	1 951 119
Utbytte	7	20 000 000	10 500 000
Kortsiktig konserngjeld	2	17 083 061	25 909 212
Annen kortsiktig gjeld		1 123 125	1 008 971
Sum kortsiktig gjeld		41 420 805	39 730 699
Sum gjeld		41 421 538	39 738 968
Sum egenkapital og gjeld		87 374 193	61 968 779

Bærum, 15.03.2023
Styret i Norwegian Beverage Group AS

Petter Andreas Wulff
styreleder/daglig leder

Johan Emil Ingemar Sallnäs
styremedlem



INDIREKTE KONTANTSTRØM

NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

	Note	2022	2021
KONTANTSTRØMMER FRA OPERASJONELLE AKTIVITETER			
Resultat før skattekostnad		44 658 808	32 838 720
Periodens betalte skatt		215 081	133 898
Ordinære avskrivninger		59 059	59 059
Nedskrivning anleggsmidler		0	267 645
Endring i kundefordringer		-5 361 195	979 821
Endring i leverandørgjeld		210 957	-16 073
Endring i andre tidsavgrensningsposter		-13 165 210	-10 068 848
Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter		26 187 338	23 926 426
KONTANTSTRØMMER FRA FINANSIERINGSAKTIVITETER			
Utbetalinger av utbytte		10 500 000	24 493 710
Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter		-10 500 000	-24 493 710
Netto endring i kontanter og kontantekvivalenter		15 687 338	-567 284
Beh. av kont. og kontantekvivalenter ved per. begynnel		16 434 429	17 001 712
Beh. av kont. og kontantekvivalenter ved per. slutt		32 121 766	16 434 428



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

NOTER TIL REGNSKAPET 2022

Regnskapsprinsipper

Årsregnskapet er satt opp i samsvar med regnskapslovens bestemmelser og god regnskapsskikk.

KONSOLIDERING

Konsernregnskap er ikke utarbeidet i Norwegian Beverage Group AS da dette er utarbeidet i selskapets morselskap, jf. regnskapsloven § 3-7.

VALUTA

Transaksjoner i utenlandsk valuta omregnes til kursen på transaksjonstidspunktet. Pengeposter i utenlandsk valuta omregnes til norske kroner ved å benytte balansedagens kurs. Ikke-pengeposter som måles til historisk kurs uttrykt i utenlandsk valuta, omregnes til norske kroner ved å benytte valutakursen på transaksjonstidspunktet. Ikke-pengeposter som måles til virkelig verdi uttrykt i utenlandsk valuta, omregnes til valutakursen fastsatt på måletidspunktet. Valutakursendringer resultatføres løpende i regnskapsperioden under andre finansposter.

INNTEKTER

Inntektsføring ved salg av varer skjer på leveringstidspunktet. Tjenester inntektsføres etter hvert som de leveres. .

SKATT

Skattekostnaden i resultatregnskapet omfatter både periodens betalbare skatt og endring i utsatt skatt. Utsatt skatt er beregnet med 22 % på grunnlag av de midlertidige forskjeller som eksisterer mellom regnskapsmessige og skattemessige verdier, samt ligningsmessig underskudd til fremføring ved utgangen av regnskapsåret. Skatteøkende og skattereduserende midlertidige forskjeller som reverserer eller kan reverseres i samme periode er utlignet og nettoført. Netto utsatt skattefordel balanseføres i den grad det er sannsynlig at denne kan bli utnyttet.

KLASSIFISERING OG VURDERING AV ANLEGGSMIDLER

Anleggsmidler omfatter eiendeler bestemt til varig eie og bruk. Anleggsmidler er vurdert til anskaffelseskost, fratrasket avskrivninger og nedskrivninger. Langsiktig gjeld balanseføres til nominelt beløp på transaksjonstidspunktet.

Varige driftsmidler balanseføres og avskrives over driftsmidlets økonomiske levetid. Vesentlige driftsmidler som består av flere betydelige komponenter med ulik levetid er dekomponert med ulik avskrivningstid for de ulike komponentene. Direkte vedlikehold av driftsmidler kostnadsføres løpende under driftskostnader, mens påkostninger eller forbedringer tillegges driftsmidlets kostpris og avskrives i takt med driftsmidlet. Varige driftsmidler nedskrives til gjenvinnbart beløp ved verdifall som forventes ikke å være forbigående. Gjenvinnbart beløp er det høyeste av netto salgsverdi og verdi i bruk. Verdi i bruk er nåverdi av fremtidige kontantstrømmer knyttet til eiendelen. Nedskrivningen reverseres når grunnlaget for nedskrivningen ikke lenger er til stede.

KLASSIFISERING OG VURDERING AV OMLØPSMIDLER

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter normalt poster som forfaller til betaling innen ett år etter balansedagen, samt poster som knytter seg til varekretsløpet. Omløpsmidler vurderes til laveste verdi av anskaffelseskost og virkelig verdi. Kortsiktig gjeld balanseføres til nominelt beløp på transaksjonstidspunktet.



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

NOTER TIL REGNSKAPET 2022

DATTERSELSKAP OG TILKNYTTET SELSKAP

Datterselskap og tilknyttede selskaper vurderes etter kostmetoden i selskapsregnskapet. Investeringen er vurdert til anskaffelseskost for aksjene med mindre nedskrivning har vært nødvendig. Det er foretatt nedskrivning til virkelig verdi når verdifall skyldes årsaker som ikke kan forventes å være forbigående og det må anses nødvendig etter god regnskapsskikk. Nedskrivninger er reversert når grunnlaget for nedskrivning ikke lenger er til stede.

Utbytte, konsernbidrag og andre utdelinger fra datterselskap er inntektsført samme år som det er avsatt i givers regnskap. Overstiger utbytte / konsernbidraget andelen av opptjent resultat etter anskaffelsestidspunktet, representerer den overskytende del tilbakebetaling av investert kapital, og utdelingene er fratrukket investeringens verdi i balansen til morselskapet.

FORDRINGER

Kundefordringer og andre fordringer oppføres til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap. Avsetning til tap gjøres på grunnlag av en individuell vurdering av de enkelte fordringene. For øvrige kundefordringer utføres en uspesifisert avsetning for å dekke forventet tap på krav.

KONTANTSTRØMOPPSTILLING

Kontantstrømoppstillingen er utarbeidet etter den indirekte metoden. Kontanter og kontantekvivalenter omfatter kontanter, bankinnskudd og andre kortsiktige, likvide plasseringer.



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

NOTER TIL REGNSKAPET 2022

Note 2 Transaksjoner og mellomværende med nærstående/konsern

TRANSAKSJONER MED NÆRSTÅENDE OG KONSERN	2022	2021
Adm. inntekter Momentum Wines AS	3 999 723	7 117 647
Adm. inntekter United Brands AS	1 235 583	1 132 353
Adm. inntekter Silenus AS	5 044 237	5 435 294
Adm. inntekter Exciting Wines AS	4 999 654	1 941 176
Adm. inntekter Hand Picked Wines AS	3 120 803	873 529
Sum administrasjonsinntekter	18 400 000	16 499 999
Konsernbidrag fra datterselskap	40 500 000	32 800 000
Renteinntekt, konsernkonto	499 580	234 530
Rentekostnad, konsernkonto	97 719	45 252
Sum	41 097 299	66 079 780
Adm. kostnader Viva Wine Group AB	401 831	104 716
FORDRINGER KONSERN OG NÆRSTÅENDE	2022	2021
United Brands AS - Konsernkonto	4 096 860	5 461 533
United Brands AS - Konsernbidrag	1 000 000	1 500 000
Momentum Wines AS - Konsernbidrag	11 000 000	18 900 000
Silenus AS - Konsernbidrag	10 300 000	10 100 000
Exciting Wines AS - Konsernkonto	1 477 041	4 696 346
Exciting Wines AS - Konsernbidrag	9 050 000	1 500 000
Hand Picked Wines AS - Konsernkonto	0	690 666
Hand Picked Wines AS - Konsernbidrag	9 150 000	800 000
Sum	46 073 901	43 648 545
INNGÅR I KUNDEFORDRINGER		
United Brands AS - Kundefordring	57 526	0
Momentum Wines AS - Kundefordring	0	1 427 356
Silenus AS - Kundefordring	1 547 026	1 154 033
Exciting Wines AS - Kundefordring	896 514	334 063
Hand Picked Wines AS - Kundefordring	2 860 129	0
Sum	5 361 195	2 915 452
INNGÅR I LEVERANDØRGJELD		
Momentum Wines AS - Leverandørgjeld	1 840 353	0
Sum	1 840 353	0
GJELD NÆRSTÅENDE	2022	2021
Momentum Wines AS - Konsernkonto	1 737 901	17 067 510
Silenus AS - Konsernkonto	6 003 698	8 841 702
Hand Picked Wines AS - Konsernkonto	7 501 109	0
Sum	15 242 708	25 909 212



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

NOTER TIL REGNSKAPET 2022

Note 3 Lønnskostnader og ytelser, godtgjørelser til daglig leder, styret og revisor

LØNNSKOSTNADER

	2022	2021
Lønninger	9 419 158	8 809 144
Arbeidsgiveravgift	1 509 493	1 408 552
Pensjonskostnader	360 099	310 663
Andre ytelser	497 362	323 819
Sum	11 786 112	10 852 178
Gjennomsnittlig antall årsverk	12	12

Selskapet er pliktig til å ha tjenstepensjonsordning etter lov om obligatorisk tjenstepensjon.
Selskapets pensjonsordninger tilfredsstiller kravene i denne lov.

YTELSER TIL LEDENDE PERSONER

	Daglig leder	
	2022	2021
Lønn	1 501 193	1 501 193
Pensjonskostnader	1	1
Annen godtgjørelse	310 145	310 145
Sum	1 811 339	1 811 339

Det er ikke gitt lån eller sikkerhetsstillelser til daglig leder, styreformann eller andre nærstående parter.

Godtgjørelse til revisor er fordelt på følgende:

	2022	2021
Lovpålagt revisjon	165 250	54 700
Andre attestasjonstjenester	0	0
Skatterådgivning	0	0
Andre tjenester utenfor revisjon	0	99 000
Sum	165 250	153 700

Beløpene er eksklusiv merverdiavgift.



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

NOTER TIL REGNSKAPET 2022

Note 4 Varige driftsmidler

	Driftsmidler	Driftsløsøre	Sum
Anskaffelseskost 01.01.2022	295 294	54 600	349 894
Tilgang driftsmidler	0	0	0
Anskaffelseskost 31.12.2022	295 294	54 600	349 894
Akkumulerte avskrivninger 31.12.2021	133 701	0	133 701
Årets avskrivning	59 059	0	59 059
Akkumulerte avskrivninger 31.12.2022	192 760	0	192 760
Bokført verdi per 31.12.2022	102 534	54 600	157 135
Årets avskrivninger	59 059	0	59 059
Økonomisk levetid	3 - 10 år	Ubegrenset	

Note 5 Poster som er slått sammen i regnskapet

Finansinntekter	2022	2021
Renter bankinnskudd	170 313	67 304
Annen finansinntekt (agio og valutasikring)	4 191 364	0
Sum finansinntekter	4 361 677	67 304
Finanskostnader	2022	2021
Annen rentekostnad	49 650	38 872
Annen finanskostnad (disagio og valutasikring)	448 896	2 235
Sum finanskostnader	498 546	41 106



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

NOTER TIL REGNSKAPET 2022

Note 6 Skatt

Årets skattekostnad	2022	2021
Resultatført skatt på ordinært resultat:		
Betalbar skatt	943 501	215 081
Endring i utsatt skatt	-7 536	-6 173
Skattekostnad ordinært resultat	935 965	208 908
Skattepliktig inntekt:		
Resultat før skatt	44 658 808	32 838 720
Permanente forskjeller	-40 404 425	-31 889 138
Endring i midlertidige forskjeller	34 258	28 058
Skattepliktig inntekt	4 288 641	977 639
Betalbar skatt i balansen:		
Betalbar skatt på årets resultat	943 501	215 081
Sum betalbar skatt i balansen	943 501	215 081
Beregning av effektiv skattesats		
Resultat før skatt	44 658 808	32 838 720
Beregnet skatt av resultat før skatt	9 824 938	7 224 518
Skatteeffekt av permanente forskjeller	21 027	-7 015 610
Sum	9 845 964	208 908
Effektiv skattesats	22,0 %	0,6 %

Skatteeffekten av midlertidige forskjeller som har gitt opphav til utsatt skatt og utsatte skattefordeler, spesifisert på typer av midlertidige forskjeller

	2022	2021	Endring
Varige driftsmidler	3 330	37 588	34 258
Sum	3 330	37 588	34 258
Grunnlag for utsatt skatt	3 330	37 588	34 258
Utsatt skatt (22 %)	733	8 269	7 537

Note 7 Egenkapital

	Aksjekapital	Annen EK	Sum
Pr 01.01.2022	100 000	22 129 812	22 229 812
Årets resultat	0	43 722 843	43 722 843
Avsatt utbytte	0	-20 000 000	-20 000 000
Pr 31.12.2022	100 000	45 852 655	45 952 655



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

NOTER TIL REGNSKAPET 2022

Note 8 Investering i datterselskap og tilknyttede selskaper

	ERVERVET	KONTOR	EIERANDEL	STEMMEANDEL
Momentum Wines AS	2012	Bærum	100,00 %	100,00 %
Silenus AS	2016	Bærum	100,00 %	100,00 %
United Brands AS	2012	Bærum	100,00 %	100,00 %
Exciting Wines AS	2016	Bærum	100,00 %	100,00 %
Hand Picked Wines AS	2016	Bærum	100,00 %	100,00 %

Investeringer i datterselskapene vurderes etter kostmetoden i selskapsregnskapet.

	ANTALL AKSJER	BALANSEFØRT VERDI	EGENKAPITAL	RESULTAT
Momentum Wines AS	100	100 000	629 790	10 640 095
Silenus AS	150 000	439 801	629 790	10 334 458
United Brands AS	1 000	675 233	920 928	944 816
Exciting Wines AS	500	222 346	699 944	9 049 037
Hand Picked Wines AS	60	73 489	692 881	9 166 256
Sum		1 510 869	3 573 333	40 134 662

Note 9 Bankinnskudd

Innestående midler på skattetrekkskonto (bundne midler) er på kr. 581 364.

Note 10 Pantstillelser, garantier o.l.

Selskapets har ingen fordringer med forfall senere enn ett år.

Selskapets bankkonti inngår i konsernkontosystemet som Norwegian Beverage Group AS har etablert i Nordea. Pr 31.12.2022 var konsernets totale trekkrettighet på NOK 5 000 000.

Konsernkonto utgjør pr. 31.12.2022 NOK 33 265 696. Ingen av trekkrettighetene er benyttet.

PANTSATTE EIENDELER VEDRØRENDE KONSERNKONTOORDNING	2022	2021
Kundefordringer, pål. MNOK 9,0	5 361 195	0
Varelager, pål. MNOK 9,0	0	0
Driftstilbehør, pål. MNOK 9,0	157 135	216 194
Sum bokført verdi pantsatte eiendeler	5 518 330	216 194

	2022	2021
Garantiforpliktelser Strandveien 50 AS	464 000	464 000
Garantiforpliktelser konsernkonto døtre	620 000	620 000



NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS

NOTER TIL REGNSKAPET 2022

Note 11 Aksjonærer

AKSJEKAPITALEN I NORWEGIAN BEVERAGE GROUP AS PR. 31.12 BESTÅR AV:

	Antall	Pålydende	Bokført
Ordinære aksjer	1 000	100,0	100 000
Sum	1 000		100 000

EIERSTRUKTUR

De største aksjonærene i % pr. 31.12 var:

	Ordinære	Eierandel	Stemmeandel
Viva Wine Group AB	890	89,0	89,0
Green Harvest Invest AS	100	10,0	10,0
Fine Wine Invest AS	10	1,0	1,0
Totalt antall aksjer	1 000	100,0	100,0

AKSJER OG OPSJONER EIET AV MEDLEMMER I STYRET OG DAGLIG LEDER:

Navn	Verv	Ordinære
Petter Andreas Wulff	styreleder/daglig leder	100
Johan Emil Ingemar Sallnäs	styremedlem	233
Totalt antall aksjer		333



Statsautoriserte revisorer
Ernst & Young AS

Dronning Eufemias gate 6a, 0191 Oslo
Postboks 1156 Sentrum, 0107 Oslo

Foretaksregisteret: NO 976 389 387 MVA
Tlf: +47 24 00 24 00

www.ey.no
Medlemmer av Den norske Revisorforening

UAVHENGIG REVISORS BERETNING

Til generalforsamlingen i Norwegian Beverage Group AS

Konklusjon

Vi har revidert årsregnskapet for Norwegian Beverage Group AS som består av balanse per 31. desember 2022, resultatregnskap og kontantstrømoppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen og noter til årsregnskapet, herunder et sammendrag av viktige regnskapsprinsipper.

Etter vår mening oppfyller årsregnskapet gjeldende lovkrav og gir et rettviseende bilde av selskapets finansielle stilling per 31. desember 2022 og av dets resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

Grunnlag for konklusjon

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

Andre forhold

Årsregnskapet for perioden som ble avsluttet 31. desember 2021 ble revidert av en annen revisor som ga uttrykk for en ikke-modifisert konklusjon om årsregnskapet den 21. januar 2022.

Øvrig informasjon

Øvrig informasjon omfatter informasjon i selskapets årsrapport bortsett fra årsregnskapet og den tilhørende revisjonsberetningen. Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for den øvrige informasjonen. Vår konklusjon om revisjonen av årsregnskapet dekker ikke den øvrige informasjonen, og vi attesterer ikke den øvrige informasjonen.

I forbindelse med revisjonen av årsregnskapet er det vår oppgave å lese den øvrige informasjonen med det formål å vurdere om årsberetningen inneholder de opplysninger som skal gis i henhold til gjeldende lovkrav og hvorvidt det foreligger vesentlig inkonsistens mellom den øvrige informasjonen og årsregnskapet eller 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 eller ikke inneholder de opplysninger som skal gis i henhold til gjeldende lovkrav, er vi pålagt å rapportere det.

Vi har ingenting å rapportere i så henseende, og vi mener at årsberetningen er konsistent med årsregnskapet og inneholder de opplysninger som skal gis i henhold til gjeldende lovkrav.

Ledelsens ansvar for årsregnskapet

Ledelsen er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge. Ledelsen er også ansvarlig for slik intern kontroll som den finner nødvendig for å kunne utarbeide et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller feil.



Building a better
working world

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 med mindre ledelsen enten har til hensikt å avvikle selskapet eller virksomheten, eller ikke har noe annet realistisk alternativ.

Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet

Vårt mål er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller feil, og å avgi en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. Betryggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon. Feilinformasjon kan skyldes misligheter eller feil og er å anse som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke de økonomiske beslutningene som brukerne foretar på grunnlag av årsregnskapet.

Som del av en revisjon i samsvar med ISA-ene, utøver vi profesjonelt skjønn og utviser profesjonell skepsis gjennom hele revisjonen. I tillegg:

- identifiserer og vurderer vi risikoen for vesentlig feilinformasjon i årsregnskapet, enten det skyldes misligheter eller feil. Vi utformer og gjennomfører revisjonshandlinger for å håndtere slike risikoer, og innhenter revisjonsbevis som er tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon. Risikoen for at vesentlig feilinformasjon som følge av misligheter ikke blir avdekket, er høyere enn for feilinformasjon som skyldes feil, siden misligheter kan innebære samarbeid, forfalskning, bevisste utelatelser, uriktige fremstillinger eller overstyring av intern kontroll.
- opparbeider vi oss en forståelse av den interne kontrollen som er relevant for revisjonen, for å utforme revisjonshandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke for å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av selskapets interne kontroll.
- evaluerer vi om de anvendte regnskapsprinsippene er hensiktsmessige og om regnskapsestimaterne og tilhørende noteopplysninger utarbeidet av ledelsen er rimelige.
- konkluderer vi på om ledelsens bruk av fortsatt drift-forutsetningen er hensiktsmessig, og, basert på innhentede revisjonsbevis, hvorvidt det foreligger vesentlig usikkerhet knyttet til hendelser eller forhold som kan skape betydelig tvil om selskapets evne til fortsatt drift. Dersom vi konkluderer med at det eksisterer vesentlig usikkerhet, kreves det at vi i revisjonsberetningen henleder oppmerksomheten på tilleggsopplysningene i årsregnskapet, eller, dersom slike tilleggsopplysninger ikke er tilstrekkelige, at vi modifiserer vår konklusjon. Våre konklusjoner er basert på revisjonsbevis innhentet frem til datoen for revisjonsberetningen. Etterfølgende hendelser eller forhold kan imidlertid medføre at selskapet ikke kan fortsette driften.
- evaluerer vi den samlede presentasjonen, strukturen og innholdet i årsregnskapet, inkludert tilleggsopplysningene, og hvorvidt årsregnskapet gir uttrykk for de underliggende transaksjonene og hendelsene på en måte som gir et rettviseende bilde.

Vi kommuniserer med styret blant annet om det planlagte omfanget av og tidspunktet for revisjonsarbeidet og eventuelle vesentlige funn i revisjonen, herunder vesentlige svakheter i den interne kontrollen som vi avdekker gjennom revisjonen.

Oslo, 23. mars 2023
ERNST & YOUNG AS

Revisjonsberetningen er signert elektronisk

Håvard Norstrøm
statsautorisert revisor

Uavhengig revisors beretning - Norwegian Beverage Group AS 2022

A member firm of Ernst & Young Global Limited

Penneo document key: 834C4-0EY0W-L0DAW-HOEM-ZGLOK-WFN4Y



PENNEO

Signaturene i dette dokumentet er juridisk bindende. Dokument signert med "Penneo"™ - sikker digital signatur.
De signerende parter sin identitet er registrert, og er listet nedenfor.

"Med min signatur bekrefter jeg alle datoer og innholdet i dette dokument."

Håvard Norstrøm

Statsautorisert revisor

Serienummer: 9578-5997-4-227067

IP: 81.167.xxx.xxx

2023-03-23 21:17:49 UTC



Penneo Dokumentnøkkel: 834C4-0EY0W-L0D4W-140EM-ZGL0K-WFN4Y

Dokumentet er signert digitalt, med **Penneo.com**. Alle digitale signatur-data i dokumentet er sikret og validert av den datamaskin-utregnede hash-verdien av det opprinnelige dokument. Dokumentet er låst og tids-stemplet med et sertifikat fra en betrodd tredjepart. All kryptografisk bevis er integrert i denne PDF, for fremtidig validering (hvis nødvendig).

Hvordan bekrefter at dette dokumentet er originalen?

Dokumentet er beskyttet av ett Adobe CDS sertifikat. Når du åpner dokumentet i

Adobe Reader, skal du kunne se at dokumentet er sertifisert av **Penneo e-signature service <penneo@penneo.com>**. Dette garanterer at innholdet i dokumentet ikke har blitt endret.

Det er lett å kontrollere de kryptografiske beviser som er lokalisert inne i dokumentet, med Penneo validator - <https://penneo.com/validator>



**ANNUAL &
SUSTAINABILITY
REPORT 2022**





We are the leading wine group in Sweden, with a strong position in the Nordic region and on the European e-commerce market for wine.



MARKET OVERVIEW AND BUSINESS SEGMENTS
PAGES 26-41



SUSTAINABILITY
PAGES 42-65

1 – INTRODUCTION	6	6 – RISKS & GOVERNANCE	66
This is Viva Wine Group	8	Risk management	68
The year in review	10	Sustainable governance	70
The share and shareholders	12	Board of Directors & Management	74
CEO statement	14	Corporate Governance Report	
Goals & Outcomes			
2 – VISION & STRATEGY	18	7 – ANNUAL REPORT	82
Our vision, strategy & business model	20	Directors' report	85
Our entrepreneurship	22	Financial notes	93
Our guiding principles		Signatures of the Board of Directors	125
		Auditor's report	126
3 – MARKET OVERVIEW	26	Sustainability notes	130
The Swedish & Nordic market	28	Key performance indicators and share data	134
E-commerce market in Europe	30	GRI Index	136
Trends		Auditor's sustainability report assurance	138
4 – BUSINESS SEGMENTS	34		
Sweden	36		
Nordics	38		
Viva eCom			
5 – SUSTAINABILITY	42		
Director of Sustainability statement	44		
Accounting policies and framework	46		
Sustainable strategy	48		
Sustainable farming	52		
Sustainable production	56		
Sustainable transports & packaging	60		
Sustainable workplace	62		
Sustainable consumption			

Pages 82-125 comprise the annual Report audited by Ernst & Young. The auditor's report can be found on page 126. The statutory sustainability report can be found on pages 42-65, 66-69 and 130-133 and has been prepared in accordance with GRI Standards 2021. The GRI Index can be found on pages 136-137. The auditor's review report, which includes the opinion on the statutory sustainability report, is on page 138.

This is an unofficial translation of the original Swedish text. In the event of any discrepancy between the English translation and the Swedish original, the Swedish version shall govern.

Production: Korp Kommunikation AB
Design: Formgärda AB



I

Introduction

Viva Wine Group is a group of entrepreneurial companies with a passion for wine, business development, sustainability and profitable growth.





→ INTRODUCTION

This is Viva Wine Group

Viva Wine Group is a group of entrepreneurial companies with a passion for wine and business development. We develop, market and sell both our own and other brands with a focus on the Nordic region and European e-commerce.

OUR OFFERING

The Viva Wine Group product portfolio includes everything from award-winning consumer favourites to recognised prestige brands. We offer affordable, quality wines from around the world and develop wines of all styles and flavours. We also offer wines from a large number of world-leading partner producers. We care about how our products are made and are particularly proud of our commitment to sustainability.

OUR MARKET

Viva Wine Group is the leading wine supplier in the Nordic monopoly markets. We are also growing in Europe, where we focus on e-commerce sales to consumers in an increasing number of countries, including Germany, Switzerland, Austria, the Czech Republic, France and the Netherlands.

INTRODUCTION ←

Our sales markets

The origin of our beverages

Our production

The wine we offer is produced by more than 200 producers in more than 15 countries on five continents. Producers range from large corporate wine groups to member-owned co-operatives and small family producers.

Our business model

– Viva Way

Our entrepreneurial subsidiaries are at the heart of our business. Their combined knowledge of the market, the consumer and production has made us the leading player in wine in the Nordic monopoly markets and one of the leading wine online retailers in Europe.

The key to our success is our wine expertise, our decentralised business model, Viva Way, and our common platform for knowledge sharing and administration. This model and platform provides the subsidiaries with economies of scale and efficient management while maintaining a degree of freedom for the entrepreneurs. We also have a shared product development process that ensures responsiveness to trends and consumer preferences and enables a short path from idea to market.

Market segment breakdown

Segment	Share
Sweden	62%
No.dics	18%
Viva eCom	20%

Data for full-year 2022

Viva Wine Group is the market leader in wine in the Nordic monopoly markets

Country	Market share 2022 (monopoly, litres of wine)
Sweden	26%
Finland	17%
Norway	5%

Market position 2022 (monopoly, litres of wine)

Rank	Country	Market share 2022 (monopoly, litres of wine)
1	Sweden	26%
3	Finland	17%
6	Norway	5%

Sustainability in Viva Wine Group

Our commitment to sustainable development is a given. Sustainability is crucial for our planet, agriculture and the future of our business. We are convinced that caring for people and the environment is also good for business, especially in the long run.

- We have a sustainable workplace in which we promote innovation and development.
- We aim to achieve sustainable cultivation and production and require all of our producers to comply with the amfori BSCI Industry's Climate Code of Conduct.
- We aim to achieve sustainable packaging and transport and are a driving force behind the Swedish Beverage Initiative.
- We are pioneers and market leaders in organic and ethically certified wine.
- We promote moderate and responsible marketing, sale and consumption of alcohol.

6. VIVA WINE GROUP 2022

7. VIVA WINE GROUP 2022

12.05.2024 kl 14:23

Brønnøysundregistrene

Side 26 av 166

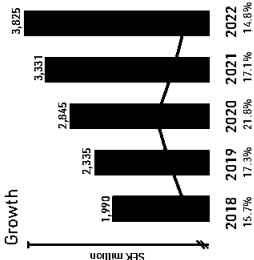


The year in review

2022 was yet another eventful year in the market. Our agile business model has enabled us to quickly adapt our operations in response to new market conditions.

A turbulent year has come to an end. In 2022, Viva Wine Group has had to address issues such as a shortage of input goods, supply chain challenges, a weaker SEK and NOK and a decline in consumer sentiment. Despite lower sales, Viva Wine Group gained market share in all three Nordic countries. At the same time, we continued to invest in our e-commerce business. With steps towards a common organisation, a common warehouse and three sales platforms, we are ready to continue our expansion in Europe.

Net sales per year, SEK million



14.8% 9.8%

Net sales growth Adjusted EBITA-margin

278

Net profit for the year, SEK million

Financial performance	2018	2019	2020	2021	2022
Net sales, SEK million	1,990	2,335	2,845	3,331	3,825
Gross margin, %	17.1	17.5	18.8	23.7	23.0
EBITA, SEK million	138	165	291	564	433
EBITA margin, %	6.9	7.1	10.2	16.9	11.3
EBITA margin, adjusted, %	6.9	7.1	10.3	12.0	9.8
Operating profit, SEK million	137	156	281	521	310
Operating margin, %	6.9	6.7	9.9	15.6	8.1
Net debt, SEK million	104	176	133	545	491
Net profit for the year, SEK million	123	133	219	465	278
Equity ratio, %	20.4	20.3	28.3	45.5	47.7
Average number of employees	61	118	130	240	333

Divestment of warehouse property streamlines e-commerce operations

In September 2022, a warehouse property in Butzbach, Germany, was divested as part of the strategy to streamline our European e-commerce and concentrate operations in a single location. The selling price exceeded the book value of the asset. The proceeds of the transaction will be used to strengthen the Company's balance sheet and finance new growth opportunities.

Acquisition of Vinklubben – Sweden's largest online community for wine

In April, the acquisition of Mybaste Food & Beverage AB ("Vinklubben") was finalised. With an online community of 1.6 million members, Vinklubben is a leader in performance-based wine marketing. Vinklubben is a strategically important acquisition and further strengthens Viva Wine Group's relationship with Swedish consumers.

Expanded Board and management team

During the year, Viva Wine Group made several important changes in both the Board and the management team. In March, Group management was expanded with the appointment of Anna Möller as Viva Wine Group's Chief Operating Officer Nordics and Christian Fricke as Managing Director Viva eCom. During the annual general meeting in May, Lars Jüngel, CEO of Bergendahl & Son, was elected as an ordinary Board member of the Company.

Leading player in sustainability

Viva Wine Group is one of the leading sustainability players in the Swedish and Nordic wine industry. As a result of the Group's comprehensive sustainability work, the company has been nominated for the Swedish Environmental Strategy Award 2022.

Sustainability (Sweden)	2018	2019	2020	2021	2022
Sales, million litres	45.26	48.36	56.37	56.66	54.23
Emissions tonnes CO ₂ eq, direct emissions from own activities (Scope 1)	45.69*	32.32	38.48	36.14	37.60
Emissions tonnes CO ₂ eq, indirect emissions from own activities (Scope 2 – Market based approach)	4.34	5.36	5.38	5.69	4.59
Emissions tonnes CO ₂ eq, indirect emissions supply chain (Scope 3)	16,988*	16,910*	18,687	17,969	16,708
Emissions kg CO ₂ eq per litre sold	0.38	0.35	0.33	0.32	0.31
Percentage of climate-efficient packaging, %	69	70	72	73	75
Share of certified organic/ethical volume, %	41	48	49	49	48
Percentage of producers that have confirmed the amfori BSCI Code of Conduct, %	100	100	100	100	100
Percentage of volume audited for sustainability from at-risk countries, %	45.76	47.25	50.01	39.06	64.70
Staff turnover, %	10.6	3.5	8.6	14.7	14.3
Absence due to illness, %	2.96	2.72	2.18	1.31	2.48

*Data has been updated due to improved data quality



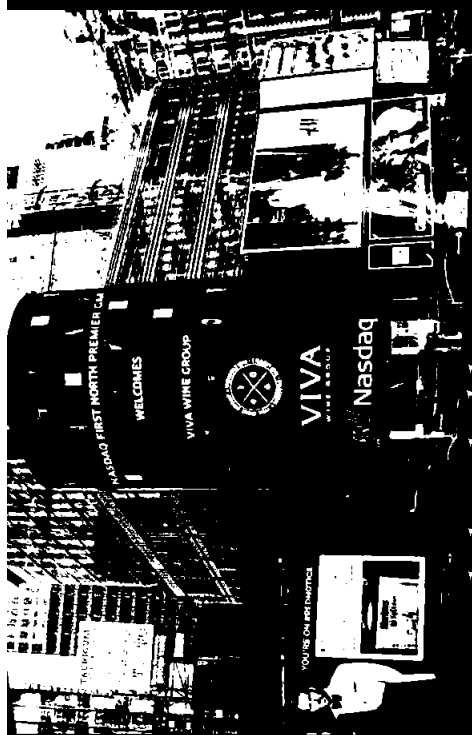
48% Share of volume certified organic and/or ethical



75% Share of volume in climate-efficient packaging



65% Share of volume from risk countries audited for social and environmental risks



The share and shareholders

The Viva Wine Group share has been listed on Nasdaq First North Premier Growth Market since 14 December 2021. The stock's ticker symbol is VVV. The market capitalisation of Viva Wine Group at year-end was SEK 3,977 million, divided over 88,831,884 shares, with a closing price of SEK 45 per share on 31 December 2022.

OWNERSHIP

The three founders, who are also members of the management team, own a large portion of the shares. At year-end, there were 6,825 registered shareholders, with institutional owners representing 15.2% of the total number of shares and private owners representing 84.8%. Foreign shareholders owned 12.75% of shares. The ten largest shareholders accounted for 90.25% of the total number of shares in the company.

SHARE PERFORMANCE AND MARKET CAPITALISATION

Viva Wine Group was listed on 14 December 2021 on First North Premier Growth Market and 2022 was the first full year the share was traded. The closing price for the year was SEK 45. Viva Wine Group's market capitalisation at year-end was SEK 3,977 (5,284) million.

DIVIDEND POLICY

Viva Wine Group intends to use generated cash flow for dividends to shareholders after considering long-term financial stability, growth opportunities and strategic initiatives. Taking these considerations into account, Viva Wine Group intends to distribute 50%–70% of the annual profit attributable to the shareholders of the Parent Company as dividends.

INCENTIVE PROGRAMME BOARD OF DIRECTORS AND MANAGEMENT TEAM

At an extraordinary general meeting held on 5 December 2021, a resolution was passed to issue warrants as part of the introduction of a series 2021:3 incentive programme for the management and series 2021:4 for the Board of Directors. Series 2021:3 comprises 411,352 warrants and series 2021:4 comprises 232,560 warrants. For both series, the warrants may be utilised during the 15-day period beginning immediately following the day after the publication of the Company's interim report for the fourth quarter of 2024, although not later than from 1 March 2025 to 15 March 2025. The exercise price for the warrants for both series 2021:3 and 2021:4 will correspond to SEK 63.70. The terms of the warrants contain customary conversion provisions and valuation was carried out according to Black-Scholes. If all warrants in the incentive programmes are utilised for the subscription of new shares, the share capital in the Company will increase by approximately SEK 5,367.60, corresponding to approximately 0.73% of the Company's share capital.

Five reasons to own shares in Viva Wine Group

- 1 Nordic market leader**
Market leading position in the stable Nordic monopoly markets
- 2 Great potential in e-commerce**
Strong and profitable position in the large and attractive European E-commerce market
- 3 Profitable organic growth**
History of combining attractive growth and profitability
- 4 Successful acquisitions**
Proven strategy for driving growth and consolidation through acquisitions
- 5 Industry pioneer in sustainability**
Pioneers and industry leaders in organic and ethically certified wine and low climate impact from transport and packaging

Trend for the year

In 2022, the Viva Wine Group share had a stable trend despite the market situation that has weighed down the Swedish and international stock market since February 2022.

The share price fluctuated between SEK 43 and 62 during the year, with a peak of SEK 62 in January 2022. The listing price December 2021 was 49 SEK.

Source: Holdings

OWNER	SHARE	SHARE OF CAPITAL	SHARE OF VOTES	LAND
Late Harvest Holding 1971 AB	23,273,482	26.2%	26.2%	Sweden
Vin & Vind AB	23,273,482	26.2%	26.2%	Sweden
Legendum Capital AB	9,405,889	10.6%	10.6%	Sweden
Bergendahl & Son Aktiefond	6,942,857	7.8%	7.8%	Sweden
Svalder	4,188,370	4.7%	4.7%	Sweden
Capital Group	4,081,433	4.6%	4.6%	The US
Erk Sellen	3,859,133	4.3%	4.3%	Sweden
Amico AB	3,149,160	3.5%	3.5%	Sweden
Danica Pension	1,172,891	1.3%	1.3%	Denmark
Varma Mutual Pension Insurance Company	825,000	0.9%	0.9%	Finland
Total 10 largest owners	80,171,897	90.3%	90.3%	
Other shareholders	8,659,987	9.7%	9.7%	
TOTAL NUMBER OF SHARES	88,831,884	100%	100%	

Distribution of ownership



15% Institutional



12% Foreign shareholders

CHANGES IN SHARE CAPITAL		NUMBER OF SHARES		SHARE CAPITAL	
Reg. (year)	Event	Change	Total	Change	Total
2018	Formation	50,000	50,000	50,000	50,000
2019	Split (1:100)	4,950,000	5,000,000	–	50,000
2021	Bonus issue	–	–	450,000	500,000
2021	Split (1:12)	55,000,000	60,000,000	–	–
2021	New share issue	4,342,089	64,342,089	36,184	536,184
2021	New share issue, listing	24,489,795	88,831,884	204,083	740,266

10 VIVA WINE GROUP 2022

VIVA WINE GROUP 2022 11



→ INTRODUCTION

AWORD FROM THE CEO

Strengthened despite a challenging world

The past year was truly tumultuous. At the beginning of the year, we had our hands full becoming established as a listed company, integrating our acquisition of Vivanco and continuing to develop our market-leading position in the Nordic region. Then Russia invaded Ukraine and we experienced a historically challenging year with skyrocketing fuel and raw material prices, material shortages, volatile currencies and a sharp decline in consumer sentiment.

I am incredibly proud of how we managed to overcome all these historic challenges together, while staying focused on our goals. We closed 2022 with revenue growth, including acquisitions, of 14.8% and profitability of 9.4%.

A PERFECT STORM OF GLOBAL CHALLENGES

In 2022, we experienced a perfect storm of input shortages, logistics bottlenecks, a record weak SEK, deteriorating market sentiment and a return to pre-pandemic purchasing patterns. We noticed a clear break in the trend during the year, with customer demand shifting to products in slightly lower price ranges.

STRENGTHENED POSITION IN THE NORDIC REGION

We have built up a strong position in the Nordic monopoly markets through organic growth and successful acquisitions, and at the same time we see good opportunities for synergies in areas such as product development. We therefore strengthened the organisation with a new COO with a clear mission to optimise our operations in the Nordic region. The effects are already becoming apparent. While sales decreased in all Nordic markets in 2022, we managed to increase our market share in all three countries and made several joint product launches. As part of our effort to strengthen our marketing outreach, we acquired Sweden's largest online community for wine, Vinklubben.

E-COMMERCE PLATFORM ESTABLISHED

The European e-commerce market greatly benefited from the pandemic in 2020-2021 and the decline in

sales in 2022 was therefore expected. Our strength is a broad product portfolio in different price ranges and we have seen a clear increase in sales of our competitively priced wholly owned brands.

The work to streamline our already profitable e-commerce business is now almost complete and by summer, we will have established an even more cost-efficient e-commerce business with one warehouse, one team and three customer segmented platforms.

CONTINUED AMBITIOUS SUSTAINABILITY AGENDA

Our goal of being the most sustainable player in our industry remains unchanged and we aim to achieve a 50% reduction in climate impact per litre of wine sold by 2030.

Once the pandemic restrictions were lifted, we were able to revisit our producers and resume our follow-ups and sustainability audits. It is gratifying to see how our producers are inspired by our sustainability work and note a strong desire to promote sustainable production. As a result of our sustainability work, we were nominated for the 2022 Swedish Environmental Strategy Award.

CONFIDENCE FOR 2023

This year was an excellent demonstration of the effectiveness of our business model. We quickly adapted to new customer behaviours and preferences and were able to offer the market the products that were in demand. We established an efficient organisation that we believe will give us good results, both organically and through acquisitions. There are still challenges, but we approach 2023 with confidence.

“

I am proud and grateful that we have reached this point together.

Emil Sallmén, CEO, Viva Wine Group



14.8% Net sales growth Group 2022

9.2% Net sales growth Sweden and the Nordic region 2022

59.3% Net sales growth eCom 2022



Linn Gäfvert
CFO
Viva Wine Group

Stable growth and profitability despite deteriorating consumer sentiment, cost increases and volatile currencies

Net sales increased by SEK 493 million, corresponding to a growth rate of 14.8%. Viva eCom and Norwegian Beverage Group, the 2021 acquisitions in the Nordics segment, accounted for the majority and increased net sales by SEK 288 million, primarily through the acquisition of Vicampo. Adjusted EBITA increased by 6% to SEK 377 million. The adjusted EBITA margin ended up at 10% for 2022.

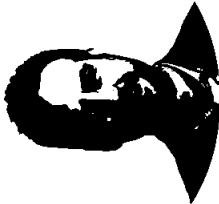
Financial targets	Explanation	Target	Outcome 2022
Organic growth in monopoly markets	For the Sweden and Nordics segments, the average annual organic growth will be at least 4% in the medium term.	4% medium term	2.1%
Organic growth e-commerce	For the E-commerce segment, average annual organic growth is to total at least 10–15% over the medium term.	10–15% medium term	-21%
Adjusted EBITA-margin	The adjusted EBITA margin is to be 10–12% over the medium term.	10–12% medium term	10%
Indebtedness	Net debt in relation to EBITDA is not to exceed a multiple of 2.5. However, net debt in relation to EBITDA may exceed a multiple of 2.5 temporarily, for example in conjunction with acquisitions.	2.5 x medium term	1.1 x
Dividend	Taking into account long-term financial stability, possible opportunities and strategic initiatives, 50–70% of the profit for the year will be distributed to the shareholders of the Parent Company.	50–70%	54%

Goals & Outcomes

At Viva Wine Group, the entrepreneurial spirit and drive of all our employees is our greatest asset. We are a value-driven company that focuses on business development, people and the environment. Our guiding principles are at the foundation of everything we do.

Key performance indicators - sustainability*	Explanation	Goals 2023	Goals 2030	Outcome 2022
Share of sustainability-certified volume	Share of total sales volume certified organic and/or ethical	50%	67%	48%
Share of volume audited for sustainability	Share of volume from at-risk country approved in independent sustainability audit	67%	100%	65%
Share of climate-efficient packaging	Share of volume sold in climate-smart packaging	75%	90%	75%
CO ₂ eq/liter	Climate impact of transport and packaging per litre of wine	0.30 kg	0.17 kg	0.31 kg

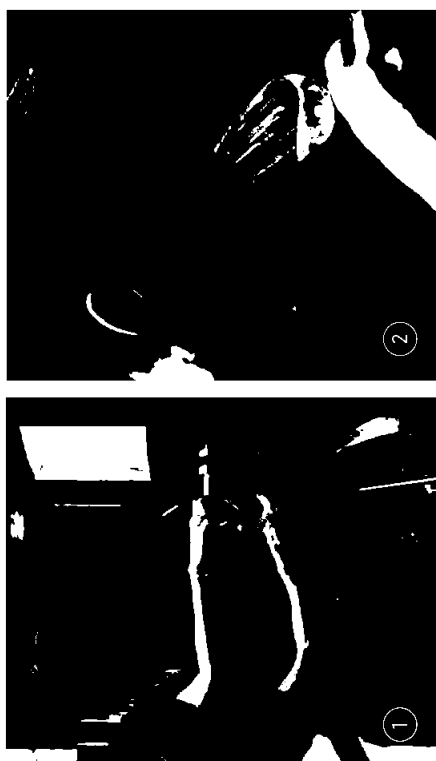
*Key performance indicators and targets apply to the Swedish operation and its supply chain.



Mikael Sundström
Sustainability Director
Viva Wine Group

Sustainability is good for business

For us, sustainability is top of mind throughout our business, from grape to glass. Sustainability is crucial for our planet, agriculture and the future of our business. We know that caring for people and the environment is good for business, especially in the long run. We aim to be the most sustainable player in our industry and we hope to inspire competitors and partners to follow our example. Our goal is to achieve a 50% reduction in climate impact per litre of wine sold by 2030!



1. The wine is tasted before bottling to ensure it has the right style and quality. 2. Careful assessment before bottling. 3. The bottling process is monitored to ensure maximum efficiency and quality. 4. Bottles are washed and filled with wine before being sealed, packed and sent by train to stores in the Nordic countries.



Viva Wine Group shall be the leading wine group in Europe with a leading position both in the Nordic monopoly markets and in the European e-commerce market for wine.

OUR GOAL

STRATEGIES – HOW WE WILL ACHIEVE OUR VISION

UNIQUE OFFERING

We have a strong brand portfolio with wholly owned brands, exclusive brands and partner brands, with products for all tastes in all price ranges. We want to offer products that our customers want. That's why our product development starts with the customer. By analysing data, trends and the market, we constantly develop our offer to always match current consumer preferences.

LEADER IN SUSTAINABILITY

Consideration for people and the environment is integral to our business and the engine of our growth. Sustainability is top of mind throughout our business, from producer to consumer. We want to be pioneers and a role model in developing a sustainable wine industry. We support good working conditions in cultivation and production, focus on organic farming to promote biodiversity, and invest in innovative and climate-efficient transport arrangements and packaging solutions. Last but not least, we want our products to be enjoyed responsibly.

PROFITABLE GROWTH

Viva Wine Group works for continued growth in existing markets in the Nordic region and Europe, including through product development and complementary strategic acquisitions. At the same time, we are expanding our e-commerce business into new countries. With a common platform for knowledge sharing, analysis of data and customer preferences, logistics, sustainability and finance, we create synergies and profitability in the business, both in the Nordic region and in our European e-commerce business.

OUR BUSINESS MODEL – VIVA WAY

At Viva Wine Group, we want to offer wines that consumers want. This is why we place great emphasis on analysing consumer preferences when we develop our wines. Entrepreneurs play a key role in business development and are given a high degree of freedom in our decentralised organisation. Our common platform allows room for innovation. We call this business model the Viva Way.

Vision, strategy and business model

We are proud of our profitable growth journey – and we are committed to becoming even better. Our goal is to become the leading wine group in Europe, with a leading position both in the Nordic region and in the European e-commerce market for wine. Our unique business model, Viva Way, provides the foundation.

The embryo of Viva Wine Group started in Sweden, and within a few years became the leading wine supplier on the Swedish market. Over the years, we have established a strong position in all Nordic monopoly markets, becoming the leading wine supplier in the Nordic region, while making significant investments in European wine e-commerce, based in Germany. Our goal is to become the leading wine group in Europe with a leading position both in the Nordic region and in the European wine e-commerce market.

Since its inception, we have multiplied our sales, both through organic growth and acquisitions, while maintaining a high level of profitability. Our success is based on being close to our customers and consumers, a strong focus on sustainability and profitable growth – and our unique business model: Viva Way.



Viva Way – our business model

Viva Wine Group is a unique wine company. Rather than relying solely on a traditional sourcing process, over the years we have developed an innovative, efficient and agile business process where we work with partner producers to select and develop wines that customers demand.

At Viva Wine Group, we work faster than more traditional companies in the industry. Instead of just reactively buying and selling what we like, we use market analysis and consumer trends to find out what customers want, and also proactively develop wines based on the results.

RUN THEIR OWN BUSINESSES

Our employees practice an agile approach, leveraging their customer and market expertise. They run their businesses in co-operation and competition with the other entrepreneurs of the Group. The Group provides an administrative platform that simplifies the work of the subsidiaries while creating synergies and economies of scale.

RELEVANT BRANDS

By working closely with our amazing producers, a thorough understanding of the market and consumer insight, our entrepreneurs keep the brands relevant and accessible to consumers. This is how we always offer wines that consumers want.

Our strong local roots, our sustainability work throughout the value chain and our global reach give us a unique position in the market. We call this business model the Viva Way.

VIVA WAY

DECENTRALISED ORGANISATION

Our decentralised organisation provides a high degree of freedom to the entrepreneurs and employees who run the individual subsidiaries. We have created a model in which we share know-how and consumer insights, while being spurred on by each other's successes.

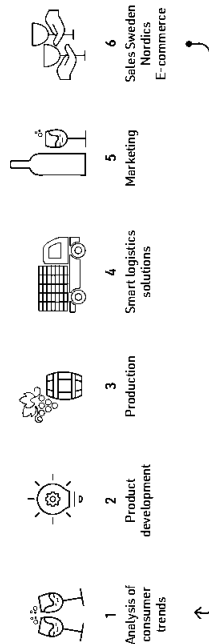
OUR COMMON PLATFORM

Viva Wine Group is more than a collection of companies – the whole is greater than the sum of its parts. A common platform streamlines administration, finance and logistics. In this way, we create economies of scale, improved conditions for profitability and leave room for innovation.

OUR UNIQUE BUSINESS PROCESS

We have a unique process for meeting consumer demand, with rapid steps from idea to action. The process always begins with an analysis of consumer preferences. We work closely with our producers to select and develop new products. With smart logistics solutions and data-driven marketing, we create an efficient flow from producer to consumer.

OUR BUSINESS PROCESS



1

ANALYSIS OF CONSUMER TRENDS

Trends are constantly changing, as are consumer preferences. Through careful analysis of sales statistics and direct consumer feedback through our social media platforms and customer clubs, we get a unique picture of how consumers perceive our brands and products. We base our product development on customer and consumer feedback and preferences.

2

PRODUCT DEVELOPMENT BASED ON CONSUMER TRENDS

The product development process begins with an analysis of market and consumer trends to identify new opportunities. Next is a test phase, followed by an overall assessment to decide whether or not to launch the product. This decision is usually made at a decentralised level, by the entrepreneurs at the individual subsidiaries.

3

PRODUCTION IN CLOSE CO-OPERATION WITH PRODUCER

The wine we offer is made by our fantastic producers all over the world. Producers range from large corporate wine groups to member-owned co-operatives and small family producers. Producers actively contribute to the development of new products and brands. Our strong and long-term partnerships with producers have helped us to build a sustainability-based product portfolio that offers great variety and high quality.

4

TRANSPORT WITH SMART LOGISTICS SOLUTIONS

We are continually on the lookout for smart, efficient and reliable logistics solutions with minimal environmental impact. Where possible, we shift transports from trucks to trains and ships. Logistics are further enhanced at our central bottling plant in France, as well as our main warehouses in Mainz, Stockholm, Oslo and Turku, which deliver to customers and consumers in our main markets.

5

DATA-DRIVEN MARKETING

Our marketing, both in the Nordic region and our European e-commerce, is largely data-driven, optimised and customised. Our platforms within Viva eCom have different product offerings and marketing strategies aimed at their respective customer groups. In the Nordic region, our wine clubs are an important channel for communicating our products along with appropriate pairings with food and consumption occasions.

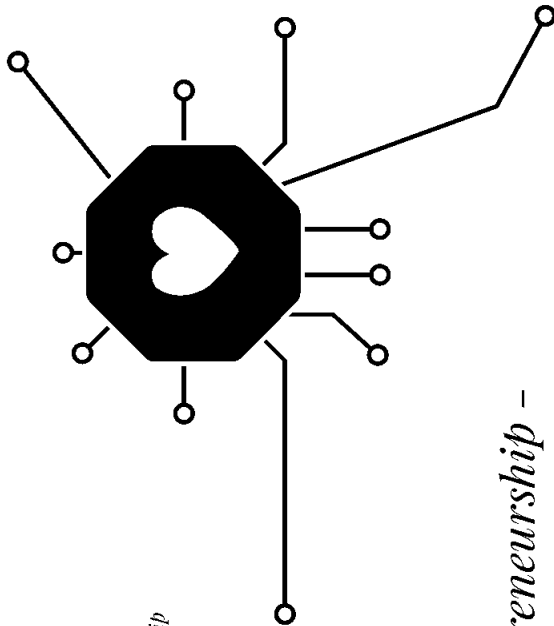
6

MULTI-CHANNEL SALES

A large part of the Group's sales are made through the fixed-product ranges of the state-owned sales monopolies in the Nordics, as well as offerings from their on-demand range. With its three segmented platforms, our European e-commerce is our other important sales channel, which is growing in several European markets and has great potential for expansion in the future.



We build our
growth through
entrepreneurship



Entrepreneurship – the heart of our business

Viva Wine Group is an agile, sustainable and values-driven company with entrepreneurship in its blood. The entrepreneurial spirit of our talented employees is our greatest asset. They drive our business and profitable growth. Our guiding principles underpin everything we do.

OUR GUIDING PRINCIPLES



PASSION AND RELIABILITY
We invest in our producers and build long-term partnerships. It is only together with them that we can develop the best wine.



VALUE-DRIVEN ENTREPRENEURSHIP
We ensure that entrepreneurs retain their autonomy, and the ability to grow. We are guided by a clear compass of ethics and responsibility in relation to all of our stakeholders.



COMPETITION AND COOPERATION
Our companies will be encouraged to become even better through healthy internal competition. At the same time, a group-wide platform contributes to administrative efficiency, market-leading sustainability and economies of scale.



INNOVATION AND TRADITION
We think innovatively, but cherish tradition. We listen to our customers and their preferences, but never compromise on quality.



OWNER-DRIVEN AND INCLUSIVE
Everyone should feel involved. Every employee should feel important and everyone's contribution makes a difference.

Nordic monopoly markets and profitable in European wine e-commerce with strong growth potential. Our decentralised corporate structure provides a creative environment in which innovation, sustainability and an entrepreneurial spirit permeate work with our products. We create value through the producer relationships, product and market knowledge of our employees.

PUTTING PEOPLE AND THE ENVIRONMENT AT THE CORE
Viva Wine Group is a values-driven company that puts people and the environment first. It is important to us that all our employees share our values and work according to our guiding principles.

Viva Wine Group is based on entrepreneurship. Since its inception, Viva Wine Group has grown organically and acquired and developed several companies, each with a unique position in their respective markets. The founders often remain partners and continue to be involved in operational activities. In addition, entrepreneurial employees in existing operations have been given opportunities to start their own businesses within the Group. These entrepreneurs and their teams drive our business and growth.

A CREATIVE ENVIRONMENT THAT FOSTERS INNOVATION
The wine expertise, producer relationships and collective market and consumer knowledge of our entrepreneurial employees have driven our development to become the largest wine player in the



3

Markets

Viva Wine Group is the market leader in the Nordic monopoly markets and has a strong position in the European e-commerce market for wine.



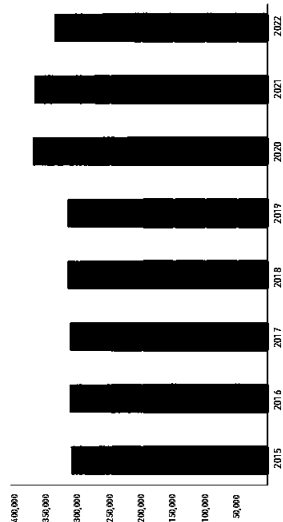


The Swedish and Nordic market

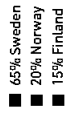
Viva Wine Group has a strong base in Sweden, Norway and Finland, which are divided into the Swedish and Nordic segments, respectively. These countries all have a legislated monopoly market for alcohol sales, which is an approved exemption from EU competition law and is justified, in part, on public health grounds.

The Swedish Systembolaget, Norwegian Vinmonopolet and Finnish Alko all have exclusive rights to sell alcohol. The Nordic monopoly market offers serious industry players an equal and competitively neutral sales channel, as well as stable and secure growth conditions. The Nordic monopolies are also tasked with educating the public about the risks of alcohol consumption and providing good service and knowledge about alcohol. To achieve their goals for the responsible sale of alcohol, the Nordic alcohol monopolies attach great importance to good service and consumer care and are therefore adapting to demand, for example by offering home delivery.

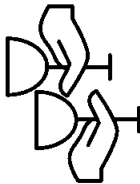
NORDIC MONOPOLY MARKET
Value of wines sold in Nordic
monopoly markets



Percentage of the Nordic
monopoly market in 2022
(wines sold, value)



Each country's share of total wine
sales in the Nordic region
Source: Alko, Systembolaget and
Vinmonopolet 2022



There are two entry channels
for wine in the Nordic monopoly
market.

1. Bidding process and fixed-product range – a structured process that can culminate in the product becoming part of the monopoly's fixed-product range; criteria are based on factors such as broader societal trends, consumer demand and sustainability requirements.

2. On-demand range – an alternative where the supplier can offer any products to consumers for ordering. Products with adequate sales in the on-demand range may become part of the fixed-product range in stores.

Competitive situation in the Nordic monopoly market

The ongoing consolidation in the Nordic wine market has resulted in a concentrated market situation with few major players. Five actors account for approximately half of the volume of wine sold in the Nordic monopoly market. The remainder of the market consists of a number of medium-sized and smaller players who together account for a significant portion of wine sales.



Sweden

Systembolaget was founded in 1955 as Nya Systemaktiebolaget through the consolidation of 41 local state-owned liquor stores into one nationwide company. Systembolaget has about 448 stores, about 800 beverage suppliers and sales of SEK 36.7 billion. As part of Sweden's attitude of responsibility toward the sale of alcohol, there is, for example, a regulation stating that advertising is permitted only for products under 15% ABV. At Systembolaget in Sweden, the supplier sets the price. In addition to the supplier price, there are various mark-ups and taxes such as Systembolaget's own mark-ups, mark-ups for packaging, alcohol tax and VAT.

CAGR 2015-2022 1.2%
Source: Alko, Systembolaget and
Vinmonopolet 2022

Norway

Vinmonopolet in Norway was established as a private company under state control in 1922. The private owners were eventually bought out, and in 1939 Vinmonopolet became a fully state-owned company. Vinmonopolet has about 337 stores, about 468 beverage suppliers and sales of NOK 20.6 billion. In Norway, there is a ban on advertising alcoholic beverages, which covers both Vinmonopolet and individual suppliers of alcohol. At Vinmonopolet in Norway, the suppliers also largely govern the pricing of wine and other types of alcoholic beverages.

Finland

In Finland, Alko has a monopoly fixed by law on the retail sale of alcoholic beverages over 5.5% ABV. Alko has approximately 364 stores, about 780 beverage suppliers and SALES of EUR 1.3 billion. Finland has a regulation that restricts alcohol operators from marketing products with more than 22% alcohol by volume. At Alko in Finland, the final consumer price is based on a "back door" price that excludes alcohol tax and mark-ups for recycling. This means that the supplier provides a price on the product that initially includes both alcohol tax and mark-ups for recycling.



→ MARKET

The European e-commerce market for wine has undergone strong growth in recent years and there is still great potential in the market going forward.

E-commerce market in Europe

The European e-commerce market for wine has undergone strong growth in recent years and there is still great potential in the market going forward.

Historically, the share of wine sold online has been low compared with, for example, electronics and clothing, but this has increased in recent years from 3.8% in 2015 to 6.5% in 2020 in Western Europe. Volume-based e-commerce sales for the Western European market accelerated further during the coronavirus pandemic, with growth of over 43% in 2020. This growth was largely driven by lockdowns and government restrictions, which benefited e-commerce, and when these were fully lifted in 2022, growth retreated by around 20% and volumes normalised, albeit at slightly higher levels, compared with the pre-pandemic period.

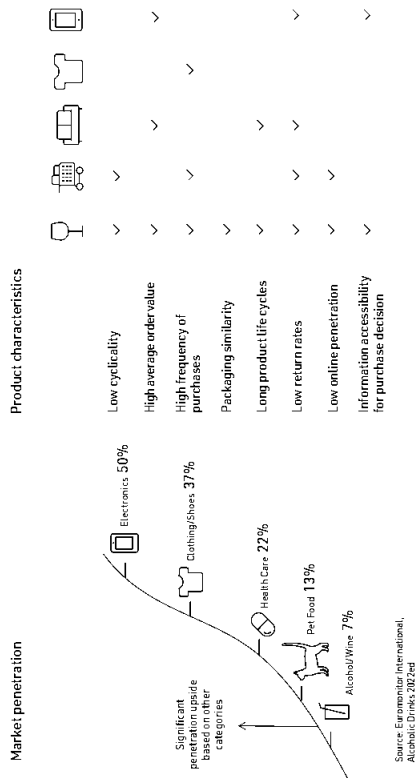
FRAGMENTED LANDSCAPE FOR ONLINE WINE

The market for online wine sales is currently very fragmented with many players operating in different channels and through different business models.

The differences lie mainly in the extent to which brand refinement is carried out in each channel.

- B2C (business to consumer) – traditional e-commerce where e-merchants buy products from third-party operators and sell them to consumers. Since the product range is rarely unique, margins are lower as consumers are able to compare prices between e-retailers.
- Marketplaces – do not own the products being sold, but merely act as a platform on which third-party operators are connected to consumers and can therefore often have very large product ranges.
- D2C (direct to consumer) – e-commerce where only own-brand products are sold. Sales do not include third-party products. This leads to higher margins, but requires smart marketing strategies to build product and brand awareness among consumers.

E-COMMERCE MARKET IN EUROPE



Why is wine well suited for e-commerce?

LOW CYCLICALITY

Wine can be characterised as a non-cyclical commodity with stable sales, regardless of the economy, and large inventories do not accumulate when market conditions deteriorate.

HIGH AVERAGE ORDER VALUE

The order value for online wine is relatively high and ancillary costs such as shipping represent a relatively low proportion of the total order value.

HIGH REGULARITY OF PURCHASE

Products such as wine, which are purchased on a regular basis, are well suited to e-commerce as these purchases are associated with less need for physical evaluation before purchasing.

HOMOGENEOUS PRODUCT DESIGN

Wine bottles and boxes are homogeneous in design, which simplifies transport logistics and minimises excess space, making shipping more cost effective and environmentally efficient.

LONG PRODUCT LIFE CYCLES

Products, like wine, with long life cycles do not carry the same risk as clothing, for example, as they are less likely to go out of style or wear out.

LOW RETURN RATES

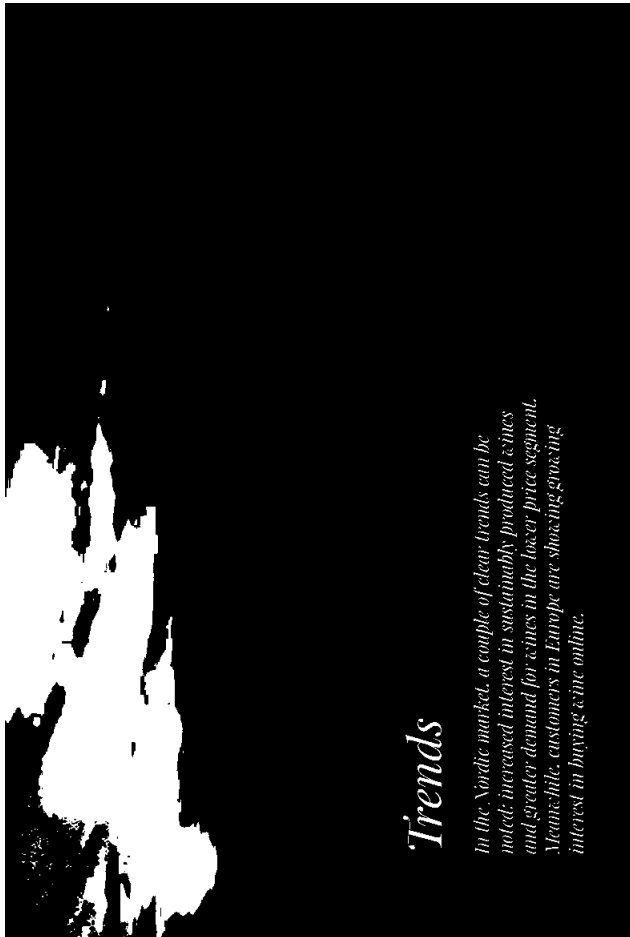
Wine has low return rates compared with other online purchases. Returns increase climate impact and administrative costs, while also adding shipping costs and logistical complexity.

LOW ONLINE PENETRATION RATE

Wine has a low online penetration rate, which creates opportunities for e-retailers to generate future growth as online penetration increases.

INFORMATION ACCESSIBILITY FOR PURCHASE DECISIONS

Consumers are given ample opportunity to obtain information about the producer and the product before making purchasing decisions.



Trends

In the Nordic market, a couple of clear trends can be noted: increased interest in sustainably produced wines and greater demand for wines in the lower price segment. Meanwhile, customers in Europe are showing growing interest in buying wine online.

1 Growing interest in sustainably grown and produced wines

The shift towards the organic wine segment in recent years has been complemented by increased interest in sustainably grown and produced wines offered in climate efficient packaging. The trend is most evident in Sweden, where consumer awareness of social and environmental issues has significantly increased. Public interest in wine has increased and consumers are becoming more knowledgeable, based on new consumer influences and increased interest in the origin, growing conditions, production and climate impact of wines.

CLIMATE-SMART PRODUCTS

The Nordic state sales monopolies have accommodated and actively encouraged consumer interest in sustainably grown and produced wines in lightweight, climate-efficient packaging. They have done so by greatly increasing the number of calls for bids, the requirements for production conditions and the climate performance of packaging, as well as through labelling and information campaigns that have enhanced the visibility of these products in stores and online.



ENVIRONMENT AND SUSTAINABILITY

In turn, the increased environmental and social awareness of the state sales monopolies and of Nordic consumers has a positive impact on the rest of the value chain. The increased awareness of the sales monopolies matches new generations of producers, whose values and ambitious concern for the environment are driving changes towards more sustainable cultivation and production, as well as the introduction of climate-efficient packaging and transport.

2

Market climate boosts low-cost wines

In 2022, the market situation became more uncertain, with consumer sentiment affected by the war in Ukraine, supply chain challenges and especially inflation. The previous premunisation trend levelled off and the trend shifted towards wines in the lower price ranges, both in the state monopoly stores in the Nordic region and in European e-commerce. This has been particularly evident in Germany. Despite the market climate, wine suppliers with broader product mixes have fared well and even shown good growth, especially in low-price segments.



3

Strong trends expected to drive e-commerce growth in Europe

The proportion of the population that can be called "digital natives" is increasing. Their willingness to shop online will reinforce the shift to e-commerce for many product categories. As they get older, more affluent and reach an age where wine consumption is increasing, this will help to increase online penetration of wine.

A growing interest among consumers in food and wine pairing is also a driver, as these purchases are more planned and therefore lend themselves to ordering. Wine is a product where consumers often seek information before buying, for which purpose the digital channel is well suited. Digital media simplify the availability of information and the option to communicate with the buyer. The unique customer experience and customisable online offer, as well as the advantages of e-commerce for wine, such as customer reviews, detailed information and convenient home delivery, help keep customers shopping online.





Giertz
VINCENOT

largest wine importer in Sweden with wines from all over the world. Pioneer in organic and ethical wine, and the leader in Italian Prosecco.

WINE TEAM GLOBAL

of organic wines. Passionate developer of wholly owned brands. Focus on wines from Italy, France and the U.S.

CHRIS WINE & SPIRITS

...experienced importer of quality
...vinces for consumers and
...restaurants and well-known
...spirits brands from United Drinks.

CONIC WINES

Diversified portfolio with large portion of wholly owned brands in innovative packaging. Most are ethically and organically certified.



importer with a wide range of affordable quality wines - from everyday to super premium - from reputable partner producers. Leader in wines from South Africa.



specialising in premium and super-premium wines from small-scale producers from around the world.

#1
Market position

54%
>500

Market share	Listings	Partner brands
Volume		

Sweden

We are the leading supplier of wine and have a market share of 26%. The Swedish market is our largest market and accounted for 62% of net sales in 2022.

In recent decades, wine has become increasingly popular among Swedish consumers. Wine is currently the most popular alcoholic beverage, accounting for 45% of alcohol sales at Systembolaget. Of the total consumption of alcohol by Swedes, more than 76% comes from Systembolaget. The remainder comes mainly from restaurants, travel agents and grocery stores (beer with a maximum alcohol content of 3.5%).

OUR PRODUCTS

In Sweden, V&S Wine Group sells over 54 million litres of wine annually. We have a large portfolio of winfully owned and partner brands and own almost of the Sweden's favourite wines. The share of winfully owned brands has gradually grown and now accounts for 46%. Our portfolio consists of wines in all price ranges and styles from all over the world. We have six subsid ares operating in the Swedish market and each company develops its own product portfolio in healthy internal competition. Some of our companies occupy more of a niche, such as Trylfries/nel, which clearly focuses on premium wines from a number of selected growers and producers.

OUR CUSTOMERS

We sell the majority of our wines through the state-owned sales monopoly Systembolaget. Ultimately, the consumer determines the assortment at Systembolaget. Systembolaget has a fixed-product offering and an on-demand range. The selection for the fixed-product range is mainly done through bid processes, with several selection parameters where consumer preferences are important. If demand for a particular product falls, distribution is reduced and if it is too low, it is removed from the fixed-product range. The on-demand range is based on demand from consumers, who can order products that are not on the shelves. If there is sufficient demand, the product is added to the fixed-product range.

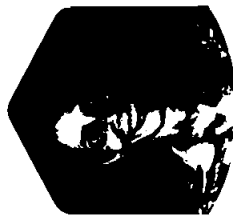
Developments in 2022

2022 was characterised by deteriorating consumer sentiment due to war in Europe, increased fuel prices and higher interest costs. Nevertheless, our sales remained stable. In total, our sales in 2022 increased by 2.8% to SEK 2,354 million, corresponding to 54 million litres of wine.

Focus moving forward

We have an ambitious goal to continue our growth journey in Sweden. We will follow our successful strategy by continuing to listen and understand our consumers' preferences and ensure that they have access to the wines they want. Our consumer sites play a central role in this effort, and with the recent acquisition of Vin&Vino, we are strongly positioned for continued growth.

Sweden	2018	2019	2020	2021	2022
Sales volume	45.3	48.4	56.4	55.6	54.2
Sales	SEK million	1,975	2,268	2,350	2,354
EBITA, adjusted	SEK million	118	151	241	211
EBITA margin, adjusted	%	6.7	7.8	10.6	9.0
Average number of employees	number	50	56	67	76
					91



Anastasia de Re

Increased awareness about environmental impact of wine

Awareness of the environmental performance of wines has greatly increased among customers and consumers, with new labels emerging to best guide consumers in their purchasing decisions. Viva Wine Group is today the global market leader in organic wines and also has the most products that meet Systembolaget's new Sustainable Choice label and its strict requirements for traceability, good growing conditions and climate-efficient packaging. We continue to gain market share and during the year we have mainly seen growth in our low-price wine segment. We aim to further strengthen our position in Sustainable Choice, which we see as a growing segment for the future.

FOCUS ON SUSTAINABILITY AND CHANGING MARKET SENTIMENT

In Sweden, we see two clear trends: sustainability and introducing market sentiment. In 2022, Systemabotag launched the new "Halbtatt Val" (Sustainable Choice) label. The label is given to products where the producer is willing to show full traceability down to farm level, where cultivation and production are environmentally certified, including good working conditions for employees, and the wine is sold in climate-efficient canteen packaging. Visa Wine Group currently has a large number of wines that meet the Sustainable Choice criteria and we are the market leader in this new segment at Systemabotag, in terms of both volume and number of brands. During the year, the market situation and consumer sentiment changed, partly due to the war in Ukraine. Market pressures including large price increases in energy, transport and packaging prices have resulted in price increases at all levels. At the same time, we are strongly positioned to meet the market needs with our broad portfolio of wines in all price



CISA

CISA GROUP

Cisa Group is a leader in new product launches in Finland and competes as the fastest growing alcohol importer for first place among Finnish wine importers. Cisa Group also owns Finland's largest wine and food club, with over two hundred thousand members.

Finland

#3	3.9%	12%
Market position	Net sales growth	Wholly owned brands
16.8%	>240	88%
Market share	Listings	Partner brands

NORWEGIAN BEVERAGE GROUP

NORWEGIAN BEVERAGE GROUP

Norwegian Beverage Group is rapidly growing in the profitable Norwegian market and imports wine, beer and spirits from all over the world with sales to Vinmonopolet, hotels and restaurants.

Norway

#6	366*%	26%
Market position	Net sales growth	Wholly owned brands
5.3%	>50	74%
Market share	Listings	Partner brands

*Our Norwegian company transitioned from interest company to daughter company November 2021

Nordics

The Nordic segment consists of Finland and Norway. In Finland, we are the third largest player through the Cisa Group with a market share of 16.8%. In Norway, we are the sixth largest wine importer through Norwegian Beverage Group with a market share of 5.3% at year-end.

MARKET

The Nordic monopoly wine market has grown in sales by about 2% annually from 2015 to 2019. Between 2019 and 2021, growth in volume increased by 30 per cent, largely due to the impact of the pandemic. In 2022, sales began to return to 2020 pre-pandemic volumes. The general market development in the Nordic wine market has been negatively affected by changes and uncertainties in the outside world. Consumers have gradually returned to pre-pandemic spending patterns and consumer sentiment has been negatively affected by wartime anxiety, inflation and increased living costs. Nevertheless, our Nordic operations are growing. In Finland, our market share increased by 0.9 percentage points and in Norway by 0.8 percentage points in 2022.

OUR PRODUCTS

In Finland and Norway, Viva Wine Group's total sales in volume amounted to approximately 12 million litres in 2022. Our portfolio consists of both wholly owned brands and partner brands. The share of wholly owned brands is just under 12% in Finland and 24% in

Norway. We have a good mix of products from different parts of the world in most price ranges. We continue to increase our market share in both Finland and Norway as demand for our products steadily grows.

OUR CUSTOMERS

We sell most of our wines through the state monopolies Alko and Vinmonopolet. A smaller portion is sold through restaurants. The Finnish monopoly Alko has a similar process as the Swedish Systembolaget for introducing new products with a fixed-product range and an on-demand range. Demand determines whether the products then remain in the fixed-product range, or if other products take their place in the fixed-product range through the on-demand range.

In Finland, we operate what is by far the largest wine and food customer club, Rosa Vini & Ruoka, with over 200,000 members. This is a very important channel for promotion of our products.

In Norway, Vinmonopolet's procurement process is relatively detailed and often with clearly specified

Nordics

	2018	2019	2020	2021	2022
Sales volume	million litres				
Sales	178	242	353	426	679
EBIT, adjusted	SEK million	14	23	46	53
EBIT, adjusted	%	7.8	9.3	12.9	13.7
Average number of employees	number	11	12	15	28

Developments in 2022

In total, our sales in the Nordic market in 2022 increased by 59% to SEK 659 million. In Finland in 2022, we had a total of over 240 listings in the fixed-product range and more than 429 listings in the on-demand range. In Norway in 2022, we had a total of over 59 listings in the fixed-product range and more than 281 listings in the on-demand range.

Focus moving forward

We aim to increase our market share in both Finland and Norway. In the Finnish market, our goal is to outpace market growth and to challenge our competitors for the position of market leader. In Norway, where marketing opportunities are extremely limited, the focus will therefore be on long-term growth, both organically and through acquisitions.



Risto Suonio
CEO Cisa Group Oy

Our wine club is unique

One of our strengths in the Finnish market is our food and wine club Rosa Vini & Ruoka. It is the largest customer club of its kind in Finland and an important channel for us to reach our end customers.



Petter Wulff
CEO Norwegian Beverage Group

Understanding of the market

The Norwegian market does not allow marketing of wine. It is therefore extremely important to have a good understanding of the monopoly's requirements and purchasing processes in order to successfully launch new products.



Wine in Black

Wine in Black is aimed at wine enthusiasts in the premium segment. Customers are introduced to an exciting new wine every day. The range varies greatly – from unknown winemakers to recognised prestige brands.

weinfürst

Weinfürst customers are price-conscious and want good quality at a competitive price. Weinfürst makes it easy to buy good affordable wines online. Weinfürst is our brand for launches in new markets such as the Czech republic, Slovakia and Italy. Our offer consists almost exclusively of well-known brands through a pure DAC model.

VICAMPO

Vicampo is one of the leading online wine players in Germany, Austria and Switzerland. Customers are offered wines in all price ranges with over 15,000 wines, mainly our winery owned brands or exclusive products, distributed directly from our warehouse.

Weinfürst and Vicampo are both part of Vivante.de GmbH, which was acquired in 2021.

Viva eCom

Viva eCom is our key sales channel in the European market. In 2022, we successfully integrated critical functions from our three e-commerce brands and took steps towards a common warehouse. By centralising several functions, we enable future synergy and efficiency gains within Viva eCom.

Viva eCom is our second largest segment and accounted for 20% of Viva Wine Group's net sales during the year. Viva Wine Group is one of the leading wine e-retailers in Europe.

MARKET

The e-commerce market for wine was characterised by a temporary downturn during the year. The post-covid effect, low consumer sentiment and inflation are just some of the challenges faced by wine e-retailers. Consumers tend to return to the buying patterns that were predominant before the pandemic and general consumer sentiment is low. Increased demand for wine in lower price ranges is a direct result of these trends. Viva eCom has been well positioned to deal with the change in the market, mainly through our diversified wine portfolio targeting different price segments. During the year, we saw strong demand for our products in the low-price segment with good growth for the low-price concept Weinfürst.

Smaller players in the fragmented European e-commerce market have struggled in the current market environment. For Viva Wine Group, this presents exciting opportunities for future acquisitions that can add value to Viva eCom's offering. We are actively seeking acquisition candidates who can fit into our organisational structure and business model.

OUR PLATFORMS

We are expanding our business across Europe from our logistics platform and commercial base in Germany. Our agile and pragmatic approach to internationalisation is the key to our success at Viva eCom. All our products are shipped from a centralised warehouse in Germany, minimising any logistical costs.

We offer products in all price classes and carry a wide range of premium brands, as well as our own affordable products. Over 75% of our sales are either wholly owned brands or exclusive products only available through our platforms.

OUR CUSTOMERS

We have over 451,000 active customers in eight countries across much of Europe. We communicate with our customers through our platforms and newsletters. By analysing customer behaviour, we increase our accuracy and adapt our offers. The unique online customer experience creates strong customer loyalty, which is reflected in a high proportion of sales from repeat customers, over 80%.

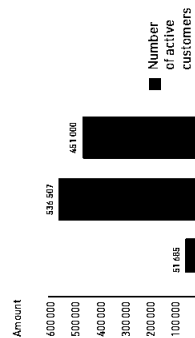
Developments in 2022

In 2022, we integrated Wine in Black, Vicampo and Weinfürst by centralising key functions within Viva eCom. This centralisation has created synergies between the platforms and a more efficient organisation, where a dedicated team works horizontally with all brands. During the year, we saw particularly strong growth for our low-price concept Weinfürst. Sales for Viva eCom amounted to SEK 775 million in 2022. The number of active customers decreased this year, but sales from repeat customers increased to more than 80%.

Focus moving forward

With clearly niched platforms and a strong portfolio of wine brands across all price segments, we will continue to leverage our agile capabilities for further expansion and growth in Europe. In parallel with organic growth, the goal is to identify acquisition candidates that can contribute to our long-term growth strategy. The current state of the market offers exciting opportunities for additional value-creating acquisitions. Another milestone is the opening of our new highly automated warehouse, which is under construction in Germany.

eCom		2019	2020	2021	2022
Sales volume	million litres	0.5	0.7	4.5	8.3
Sales	SEK million	92	137	486	775
EBITDA, adjusted	SEK million	-12	-5	33	78
EBITDA margin, adjusted	%	-12.5	-3.5	6.8	10.1
Average number of employees	number	29	24	130	206



Number of active customers

Christian Fricke
MD Viva eCOM Group

Strong platform for growth

The online wine market in Europe is still in its infancy and we see great potential. With our most recent acquisitions, we have created a strong platform for both organic and acquired growth. Our goal is to become Europe's leading player in wine e-commerce.



5

Sustainability

At Viva Wine Group, sustainability is top of mind throughout our business, from grape to glass. Sustainability is essential for the planet and our future. We are convinced that caring for people and the environment is good for business, especially in the long run.



A WORD FROM THE DIRECTOR OF SUSTAINABILITY

Sustainability as a driving force

At Viva Wine Group, sustainability is top of mind throughout our business – from grape to glass. We want to be the most sustainable player in our industry and our goal is to offer consumers wine with the lowest environmental impact in the industry. As part of the effort to achieve this aim, in 2022 we adopted a new target in line with the research: 'to achieve a 50% reduction in climate impact per litre of wine sold by 2030!'

A CHALLENGING BUT SUCCESSFUL YEAR

Despite the global disruptions in society caused by the pandemic and wars, our sustainability performance continued to improve in 2022. Among other things, we succeeded in further increasing our measured climate efficiency, especially regarding transports and packaging. We reduced our total emissions from transports and packaging by an additional 2% per litre of wine sold during the year. Despite the challenging wine market, we at Viva Winz Group have continued to successfully fulfil our part in ensuring the fulfilment of our success story.

STAYING THE COURSE & LAYING THE FOUNDATION

We are laying the foundation for implementing our goals and working methods on our Nordic and European e-commerce business. We are also laying the groundwork to operate in accordance with the Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) and TCFD-aligned standards, such as the Task Force on Nature-related Financial Disclosures (TNFD) and the Task Force on Pollution-related Financial Disclosures (TPFD). We are also laying the groundwork to implement the European Union's Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). We do so by analysing double materiality and deploying innovative software systems to digitalise, automate and streamline our group-wide sustainability reporting, analysis and governance. Our new systems allow us to see in real time the climate performance of our products, both in total and per litre sold. It also allows our buyers and logisticians to easily run simulations to quickly see the effects of transport and packaging choices. We see that this advanced management of sustainability data will make a strong contribution to the business development of our subsidiaries and our common success.

ENSURING FUTURE SUCCESS

We are well aware of the impact of climate change

42 VIVA WINE GROUP 2022

on wine growing and production conditions and are working with our supply chain partners to adapt and strengthen the resilience of our producer and grower climate. We are also working to reduce our overall climate impact so as not to contribute to increased problems. We are well prepared for stricter legislation and welcome increased expectations and demands from customers and consumers. The Nordic sales monopolies have committed to reducing their total CO2 emissions by 50% by 2030. Viva Wine Group is a critical part of their value chain, and we are confident that we will support them in reaching their goals by implementing our own ambitious sustainability targets.

RAISE AMBITION & INSPIRE THE INDUSTRY

We are working science-based to fulfil the Paris Agreement of a maximum 1.5 degree global temperature increase and achieve climate neutrality by 2050. We are committed to achieving a 50% reduction in CO2 emissions per litre of wine sold by 2030, with the aim of achieving net climate impact by 2050. We set, measure and monitor targets and develop new innovative software systems with our partners. We are introducing a carbon budget for all companies and allowing the inherent entrepreneurial power of subsidiaries to act as a contributing engine in our overall Group-wide governance.

We are a leader in the Nordic wine sector in climate-efficient packaging. Currently, more than 74% of our products sold in Sweden are in lightweight climate-efficient packaging, which has 60–90% lower climate impact than regular glass bottles. Our goal is to offer 90% of our sales volume in climate-efficient packaging by 2030.

“

Our vision and goal is to
be the most sustainable in
our industry.

*Mikael Sundström
Director of Sustainability,
Communications and
Investor Relations*

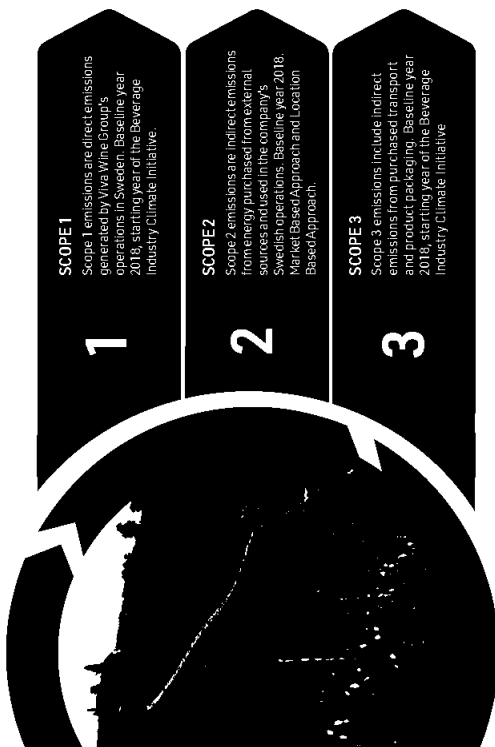
SHARE OF ORGANIC AND/OR ETHICAL CERTIFIED WINE OF TOTAL VOLUME OF WINE

	2020	2021	2022
49%	49%	49%	48%

SHARE OF VOLUME OF WINE IN CLIMATE-EFFICIENT PACKAGING

Category	2019	2020	2021
Total climate impact per litre of wine	0.33	0.32	0.31
Climate impact per litre of wine from transport	0.12	0.13	0.12
Climate impact per litre of wine from packaging	0.21	0.19	0.19

VIYA WINE GROUP 2022 43



Accounting policies and framework

This report is Viva Wine Group's integrated Annual and Sustainability Report, in which the sustainability section is prepared in accordance with Global Reporting Initiative (GRI) Standards.

SCOPE OF REPORTING

The Sustainability section of the 2022 Annual Report contains comprehensive and material information on the economic, social and environmental impact of Viva Wine Group's operations between 1 January 2022 and 31 December 2022. The report is prepared in accordance with the GRI Standards 2021. Sustainability data are limited to operations in Sweden and the goods sold on the Swedish market. Financial data refer to the Group as a whole. The integrated Annual and Sustainability Report is published on the Company's website once every calendar year. The previous Sustainability Report for 2021 was published on 27 April 2022.

ENVIRONMENTAL DATA

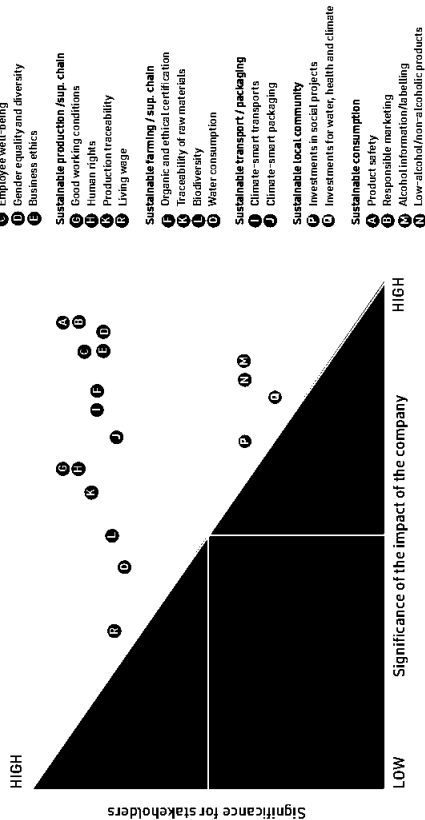
Viva Wine Group's reported environmental data cover its Swedish operations, the environmental impact of transporting goods to the Swedish market and the environmental impact of the packaging of these goods. The report also describes the environmental initiatives of

selected producers and other parts of the supply chain. Climate-warming emissions are calculated and reported in accordance with the GHG Protocol, only CO₂ gases are included. In addition to reporting direct greenhouse gas emissions (Scope 1) and indirect greenhouse gas emissions (Scope 2), we also calculate and report large parts of the indirect emissions of our operations that are outside the direct control of our business (Scope 3). We do so because the significant majority of our environmental and climate impact occurs in the supply chain. All emission factors come from open sources. The majority of the emission factors come from authorities such as the Swedish Environmental Protection Agency and the Swedish Transport Administration, while a smaller part comes from product-specific reports. The IPCC AR5 is the source of the Global Warming Potential (GWP). All greenhouse gas emissions data contain inherent uncertainties due to incomplete scientific knowledge.

SOCIAL DATA

The social data reported by Viva Wine Group include information about wages and absence due to illness for employees in the Swedish operations. Reported staff data refer to the average of the previous year. We also monitor implementation of the anti-BSCI Code and Guidelines in the supply chain and provide descriptions of initiatives to promote sustainable local communities in producer countries.

MATERIALITY ANALYSIS



STAKEHOLDER DIALOGUE

The views of our stakeholders are our main drivers for prioritising and further developing our business and corporate responsibility. We want our actions to meet and preferably exceed the expectations of our stakeholders, while balancing them against what is within our control and then prioritising them based on business benefit. We check in regularly with key stakeholders, and in preparation for the GRI adaptation of our 2020 Sustainability Report and our updated materiality analysis, we arranged to have a comprehensive and systematic stakeholder dialogue with structured interviews conducted by Enact Sustainable Strategies. The results of the stakeholder dialogue form the basis for the information and data reported in this integrated Annual and Sustainability Report.

OUR KEY STAKEHOLDERS

We have divided our key stakeholders into ten main groups: Shareholders, Employees, Producers, Suppliers, Carriers, Customers, Consumers, Politicians, Decision makers and Authorities, NGOs, Media. We have regular dialogue with all of our key stakeholders, usually through trainings, workshops, meetings, trade fairs and events, surveys, audits and reporting - such as this integrated Annual and Sustainability Report.

KEY SUSTAINABILITY ISSUES

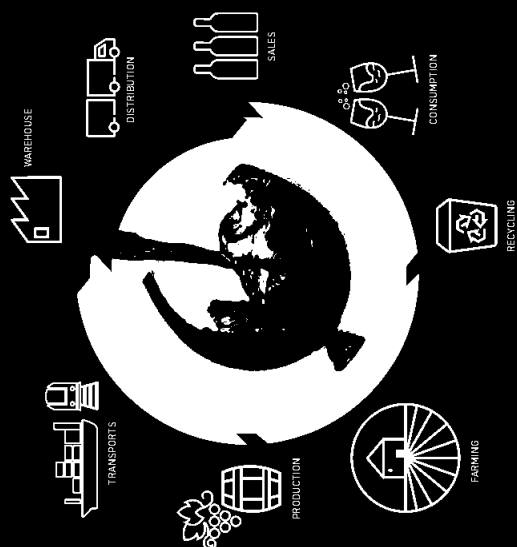
Based on our stakeholders' expectations and concerns, as well as the impact of our business and control over this impact, a number of overarching areas as and related sustainability issues have been identified as material. Our sustainability work focuses on these overarching areas and issues, which we target, implement, measure

and report. It is important to point out that we are not the owners of the vast majority of production and farming, which takes place in our supply chain. However, as buyers and partners, we do have the opportunity to exert influence through our purchasing requirements, including the Code of Conduct.

- Sustainable workplace with a focus on health, equal opportunity and diversity.
- Sustainable production with a focus on working conditions and human rights.
- Sustainable farming with a focus on biodiversity, fertiliser use and water consumption.
- Sustainable transport and packaging with a focus on climate, packaging materials and recycling issues.
- Sustainable consumption with a focus on responsible marketing, alcohol information and moderation.

OTHER SUSTAINABILITY ISSUES

Some issues have been judged, on balance, to be less important in the structured dialogue with key stakeholders. At Viva Wine Group, we have chosen to work and report on these areas as well, since we consider them to be of importance to the business where we have some opportunity to indirectly influence their development. We feel that sustainable local communities, especially among producers in countries with socioeconomic challenges, are crucial to development and long-term functional viticulture. We therefore have a chapter on Sustainable Communities, focusing on our work to promote fair trade and investment in social projects to create better living conditions and prospects in vulnerable areas.



*A sustainable approach
— from grape to glass*

At Vista Wine Group, we want to promote sustainable development, from grape to glass. Sustainability is crucial for our planet, agriculture and the future of our business. We know that caring for people and the environment is good for business, especially in the long run.

A SUSTAINABLE VISION

Our vision is to be the most sustainable player in our industry and we hope to inspire competitors and partners to follow our example. We achieve this by focusing on a sustainable supply chain, a sustainable transport chain and a sustainable customer and consumer offering.

A SUSTAINABLE GOAL

Our goal is to offer consumers wine with the lowest environmental impact in the industry. As part of the effort to achieve this aim, in 2022 we adopted a new target in line with the scientific community: to achieve a 50% reduction in climate impact per litre of wine by 2030. As a result, we are also developing a new roadmap for transport, packaging, cultivation and production.

A SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN

At VIVA Wine Group, we aim to achieve the highest possible quality, at every stage. This applies to not only the contents of the bottle but also packaging and transportation. At our producers, we promote decent working conditions and environmental considerations. We train, set requirements according to amlon BSCI and follow up. We engage in constant dialogue and cooperate with local and global organisations.

A SUSTAINABLE TRANSPORT CHAIN

We co-distribute and create innovative circular solutions with our transport partners to minimise our climate impact. Most of the goods are transported by ship and rail, while trucks are only used in exceptional cases.

A SUSTAINABLE OFFERING

Our range spans many wine styles and origins and we are pioneers and market leaders in organic and ethically certified wines. We offer most of our wine in lightweight, climate-efficient packaging and are investing heavily in new packaging solutions.

SUSTAINABLE CONSUMPTION

We promote responsible consumption of our products and unique social gathering places. We want our activities to contribute to a sustainable planet and to quality of life.

FOCUS AREAS AND PRIORITIES

Focus areas	Target	Global goal	Results 2020	Results 2021	Results 2022	Goal 2023	Goal 2030
Sustainable farming and production	Share of producers with an approved code of conduct	Goal 8	100%	100%	100%	100%	100%
	Share of volume added local sustainability	Goals 8, 12, 13, 15	50%	39%*	65%	67%	100%
	Share of volume certified organic and/or ethical	Goals 12, 15	49%	49%	48%	50%	75%
Sustainable transport and packaging	Share of climate-efficient packaging	Goals 12, 13	72%	73%	75%	75%	90%
	Climate Impact CO ₂ eq/tire from transport	Goal 13	0.13 kg	0.13 kg	0.12 kg	0.11 kg	0.06 kg
	Climate Impact CO ₂ eq/tire from packaging	Goal 13	0.21 kg	0.19 kg	0.19 kg	0.19 kg	0.11 kg
Sustainable workplace	Climate Impact CO ₂ eq/tire total	Goal 13	0.33 kg	0.32 kg	0.31 kg	0.30 kg	0.17 kg
	Absence due to illness	Goals 5, 8	2.18%	1.31%	2.48%	2.0%	2.0%
Sustainable consumption	Warning text on advertisements	Goal 3	100%	100%	100%	100%	100%

The COVID-19 pandemic prevented planned on-site sustainability audits for producers

Our **7** elected N global goals

Global Goals

At the 2015 UN Summit, 17 goals were agreed, setting out the direction for work by all Member States until 2030.

GOAL 3: HEALTH AND WELL-BEING
We develop and sell alcoholic beverages and want them to be consumed in a way that provides pleasure and well-being. We promote moderation, both in marketing and through financial support for health promotion projects.

GOAL 5: GENDER EQUALITY AND WORKPLACE SAFETY
We take responsibility on the ground in Sweden, in our own organisation. We want

workplace where everyone is given the opportunity to reach their full potential. The gender distribution in management positions should be equal and reflect the composition of the company as a whole.

GOAL 6: CLEAN WATER AND SANITATION
Water is in short supply in many places around the world, which is why we encourage producers to implement smart irrigation systems.
Read more 48-49

GOAL 8: DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

ECONOMIC GROWTH
For us it is important that
workers in the fields and
vineyards have good working
conditions. That is why we are
part of the amphora BSCI and
regularly visit our producers.

GOAL 12: RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION
We promote organic and ethical farming and invest in climate-smart and recyclable packaging to thereby promote effective use of natural resources.

GOAL 13: COMBAT CLIMATE CHANGE Farming, transports and packaging all affect the climate. If we don't succeed in curbing global warming, it will become increasingly difficult to grow grapes for good wine. *Read more 50-51*

GOAL 15: LIFE ON LAND

GOAL 13: LIFE ON LAND
Farming can both deplete and enhance biodiversity. We are dedicated to ensuring that wine is cultivated in a way that has as little impact on the ecosystem as possible.



HEALTHY FOR EMPLOYEES
Organic farming without chemical pesticides not only benefits biodiversity, it is also healthier for workers in the vineyard.



NATURAL FARMING
Organic farming prohibits the use of unnatural chemical pesticides. Instead, weeds and pests are kept away naturally.



KIND PRODUCTION
Organic production means less use of sulphur in winemaking.



Caroline Strindmar
SUSTAINABILITY MANAGER
VIVA WINE GROUP

Success for organic wines

We are proud to offer quality wine with a very low environmental impact. In organic farming, there are more restrictions on fertilisers and pesticides than in conventional farming. In recent years, the demand for organic wines has steadily increased. Viva Wine Group has been a leader in this trend.

Sustainable farming

For us at Viva Wine Group, sustainable farming means safeguarding the soil, water and biodiversity in the vineyard. We do this by optimising production methods based on local conditions and working to reduce chemical use, as well as energy and water consumption.

ORGANIC FARMING AND WINE MAKING

For a wine to be labelled and sold as organic, both the farming and winemaking processes must be organic. This means that the grapes are grown without artificial fertilisers, chemical herbicides or pesticides. Organic farming uses nature's own pest control methods, such as ladybirds. The excipients used in vinification are also organic. In addition, the use of sulphur and copper are also restricted. To be certified, organic farming methods must be used for at least three consecutive years.

BIODIVERSITY

The natural methods of organic farming promote biodiversity and provide a rich variety of plants, which

also benefits the wildlife on the farm, reduces the impact on groundwater and ensures that vineyard workers are not exposed to herbicides while at work.

EFFICIENT WATER USE

The vine is a hardy plant, with deep roots, which means limited water requirements. The amount of water also affects the quality of the wine and watering is therefore often strictly regulated. Watering is usually done using smart drip irrigation systems that do not give the vines more water than they really need, and reduce the risk of water evaporation.

CERTIFICATION MAKES A DIFFERENCE

Organic farming is time consuming, which can affect the price to the consumer. At the same time, it contributes to rich, diverse and productive ecosystems, preserves biodiversity and reduces the amount of poisons in nature. However, there are other ways to contribute to sustainable farming besides organic farming, and many winegrowers are working systematically to reduce their environmental impact without being certified organic.

We are convinced that by increasing biodiversity, we create ecosystems that are healthier, more resilient to climate change and consistently produce better quality wines.

Vineyard Wine Group

CASE YEALANDS WINE GROUP

The Crossings

The Yealands Wine Group, which produces New Zealand's The Crossings brand, has been working on sustainability since 2008 and is making great efforts to promote biodiversity. Its Yealands Biodiversity Plan provides for restoration and protection of sensitive nature in the area, both within and beyond the vineyards, over the next thirty years. Yealands has worked with landscape architects, regional authorities and local residents to find the right measures for its plan, which includes wetlands and waterways, as well as coastal and mountainous areas at risk of erosion.

MEASURES IN THE VINEYARD

Cover crops and wild flowers are being planted within the vineyard. Plants are chosen based on their ability to prevent nutrient drainage and soil erosion, while contributing to a better and healthier soil structure. The flowers attract beneficial insects that keep pests away from the wine.

RESTORE WETLANDS AND WATERWAYS

Large areas that are not optimal for viticulture are being restored to their former function. One vineyard has restored its original waterways. In total, over 250 hectares of original vegetation and wetlands have been restored by planting native shrubs and plants. Wetlands contribute to biodiversity by providing habitats for birds and beneficial insects, capturing excess water, sequestering carbon dioxide, filtering nutrients and preventing erosion.



Impact of climate change on growing conditions

For Viva Wine Group, the consequences of climate change are already a reality. We are therefore systematically investing in both mitigation and prevention measures to reduce and respond to them. Producers and growers report volatile and unstable weather conditions, but also more far-reaching effects where geographical areas are permanently affected.

IMPACT OF CLIMATE CHANGE ON VITICULTURE

Warmer temperatures and drier climates have a direct impact on wine quality, as these conditions increase the sugar content of grapes. This in turn increases the alcohol content, which means there are already examples of producers being forced to de-alcoholise their wines.

Unstable weather conditions can affect when budding occurs and in recent years harvesting has had to start earlier than expected in many locations. Extreme weather events occur more frequently, such as hail, high winds and driving rain, which damage or destroy plants and fruit. Climate change also causes vegetation zones to shift over time, and with them vineyards, which producers need to take into account when planning for the future.

ACTIONS BY PRODUCERS AND GROWERS

Facing these challenges is nothing new for many winemakers and growers. Many are reviewing the composition of grape varieties and investing in switching to more resistant varieties. In some cases, old varieties are being reintroduced, while in others, new varieties are being developed with specifically desirable characteristics. Producers are also working to make nature more resilient to climate change by restoring areas around the vineyard that previously created higher species diversity, absorbed water and reduced soil erosion. In some places, vines are pruned in new ways, so that the foliage forms a protective canopy against sun, weather and wind.

More and more producers are getting involved in trying to minimise their climate impact and slow down the trend. They measure their climate impact, set climate targets and follow up through measures such as installing solar panels, energy efficient technologies, water-saving and recycling systems, and reducing the use of artificial fertilisers.

SCIENTIFIC TARGETS

We work systematically to reduce our impact and that of the beverage industry. We are working in accordance with science to fulfil the Paris Agreement of a maximum 1.5 degree global temperature increase and achieve climate neutrality by 2050. We are committed to achieving a 50% reduction in CO2 emissions per litre of wine sold by 2030, with the aim of achieving net zero climate impact by 2050. We set, measure and monitor targets and develop new innovative software systems with partners.

MITIGATION AND ADAPTATION

We encourage our producers' efforts to reduce their climate impact through solar panels, energy-efficient technologies, water-saving systems and growing without artificial fertilisers. We also welcome producers' ambitions to experiment with more drought-tolerant grape varieties, establish vineyards in new locations and restore areas that have proved less suitable for viticulture, in order to improve the resilience of the remaining parts of the vineyard.

CASE GRUBER RÖSCHITZ

Bergh

On behalf of our subsidiary Wine Team, the family business Gruber Röschitz, which produces the Bergh brand, has developed completely climate-neutral products. The total climate impact of the product and the implemented measures have been carefully calculated in this effort.

THIRD-PARTY AUDIT RESULTS

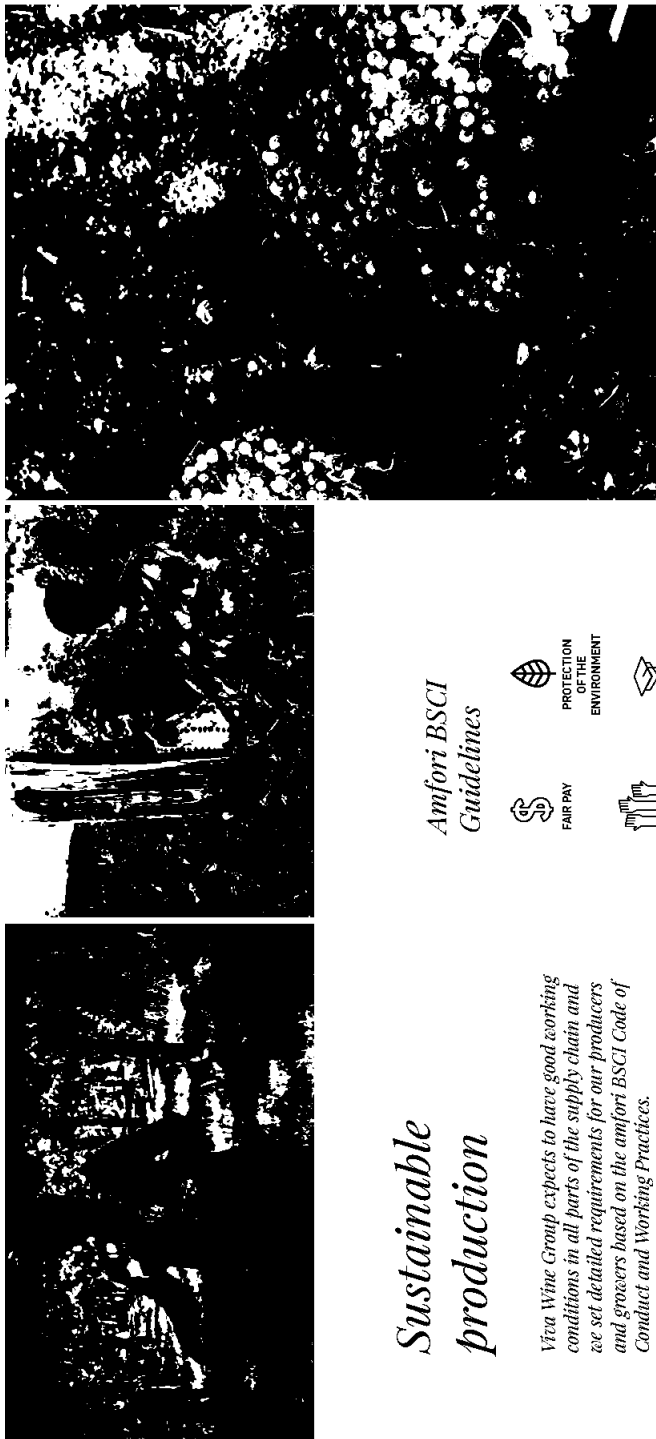
The calculations included climate impacts from all stages: cultivation and production, packaging and transport, as well as consumer behaviour, and were carried out in accordance with the Greenhouse Gas Protocol - The Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard. The study was conducted by the consultancy Zero Mission and was third-party audited by the audit firm Ernst & Young.

CLIMATE-NEUTRAL PRODUCTS

The result was three climate-neutral products and increased knowledge about which part of each product's value chain has the most climate impact and how this can be addressed. The carbon footprint of the products was extremely low as a result of organic farming, rail transport and lightweight glass. The remaining climate impact was offset through investments in certified carbon offsets. The producer Gruber Röschitz was inspired by the project and is now planning further climate measures, such as installing solar panels, replacing diesel with HVO and completely eliminating artificial cleaning agents in the winery.

"In comparison with other studies on wines carried out in recent years, the Ludwig Bergh product line is in the lower range of measured carbon footprints. This can be attributed to the brand's already established environmental profile and the measures it has taken for areas with a high climate impact."

Zero Mission



Sustainable production

Viva Wine Group expects to have good working conditions in all parts of the supply chain and we set detailed requirements for our producers and growers based on the amfori BSCI Code of Conduct and Working Practices.

AMFORI BSCI

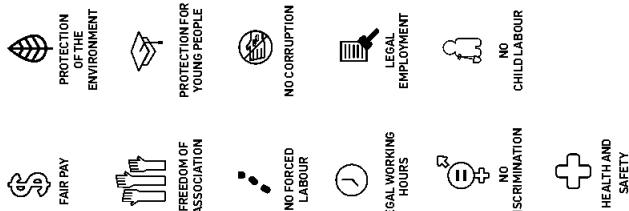
amfori BSCI is an international initiative based on the UN Declaration of Human Rights and ILO Conventions. It presumes that all workers should have the right to decent working hours, proper pay and the opportunity to organise. Discrimination is not permitted, and the health and safety of workers must be respected. Naturally, all forms of child and forced labour are forbidden.

HUMAN RIGHTS DUE DILIGENCE

We regularly monitor the sustainability performance of producers. Viva Wine Group is a member of amfori in order to be able to act on or prevent any risk of non-compliance with the amfori BSCI guidelines, by being able to commission and carry out independent audits. We have a particular focus on our 76 producers in risk countries (Argentina, Bulgaria, Chile, Moldova, Italy and South Africa). Each year, producers and products with increased social and environmental risks are identified, and a prioritisation and timetable is formulated for further controls.

Checks are carried out by independent audit firms. Each audit lasts two to five days, during which the producer's operations and the working conditions of the employees are examined in detail. In accordance with amfori BSCI's cascading principle of respecting human rights throughout the supply chain, the producer's largest growers are also included in the audit and scrutinised according to the same criteria.

Amfori BSCI Guidelines



SUSTAINABILITY ←

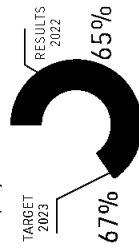
PRODUCERS IN RISK COUNTRY*

76 100%

Total number of producers 2022
Percentage that certified compliance with the Amfori BSCI code of conduct

VOLUME IN RISK COUNTRY*

Share of volume where labour conditions and human rights have been independently audited by a third party



*At risk countries have been identified as Argentina, Bulgaria, Chile, Italy, Moldova, South Africa. There may be particular challenges related to human rights in these countries, such as equal treatment, health and safety, working hours and pay.

In the event of any deviations, we help the producer put together action plans in order to address the problems over the coming months. The results of these efforts are subsequently reviewed again with a new site visit. If after a follow-up audit the producer has not addressed the shortcomings, the partnership may be terminated, which did not occur in 2022.

ACT ON ABUSES

The Viva Wine Group is committed to early detection and action on signals of potential wrongdoing from employees, as well as from producers, agents, customers and other business partners. We recommend contacting someone in a position of authority or a union representative in the first instance, but in cases where anonymity is desirable, we have an external reporting tool in collaboration with Lantero whistleblowing system. This tool is available to all Viva Wine Group employees, as well as to our partners.

SUSTAINABILITY DIALOGUE WITH PRODUCERS

For our business to be sustainable at all stages of the chain and an integral part of our business, it is essential

to maintain a continuous dialogue with producers on sustainability issues. The Nordic monopolies' focus on sustainable product lines reinforces the need to develop products with more sustainable packaging, credible certifications and traceability at all stages. Therefore, in 2022, Viva Wine Group developed a tool for dialogue that all employees, regardless of their position, can use in meetings with producers and growers. The tool contains information on sustainability, suggested questions or possible observations where the answers can give an indication of the producer's sustainability performance. The answers can be documented and personal comments can be recorded for possible follow-up or reminders for the next meeting.

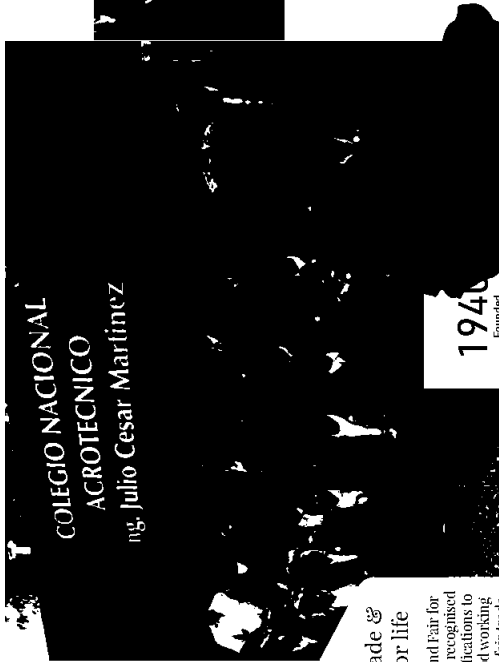
WHISTLEBLOWING SYSTEM

We are committed to sustainable workplaces and good working conditions throughout our supply chain. To support this, we use a whistleblowing system in cooperation with Lantero. The system is being rolled out at the production level. No incidents were reported in 2022.





Fairtrade & Fair for life
Fairtrade and Fair for Life are two recognised global certifications to ensure good working conditions, fair trade and sustainable communities.



COLEGIO NACIONAL ACRO TECNICO
Ing. Julio Cesar Martinez



1940
Founded

500
Families

2006
Fair Trade certification

Sustainable local community

Viva Wine Group has far-reaching partnerships with key producers and together we have developed several certified products and projects.

FINANCIAL SECURITY

With Fairtrade and Fair for Life certification, winemakers receive a guaranteed minimum price for their grapes and a guaranteed buyer of the harvest each year. They also have access to loans and credit, free technical assistance and advice, insurance in case of production losses and a premium per kilo of grapes sold. For every litre of certified wine sold, a sum goes directly back to the local community, often hundreds of thousands of Swedish kronor per year. The producer and the growers' employees jointly decide how to invest this money.

SOCIAL SUSTAINABILITY

The Fairtrade and Fair for Life certifications fund several projects through the premium. Since 2010 alone, our sales of certified products have contributed nearly SEK 20 million in Argentina, Bulgaria and South Africa.

CASE ECOLOGICA

La Rioja

COOPERATIVE WITH TRADITION

The La Rioja wine cooperative is located in northwestern Argentina. The cooperative was founded in 1940 and since then four generations and several hundred families have been involved in growing grapes for Ecologica. Most are small-scale producers with less than 2-3 hectares of land per family.

Since its certification in 2006, La Rioja has implemented over 30 projects funded by the Fairtrade premium. The largest project is a technical agricultural high school built in 2010 in the small village of Tiliuqui with funding from COOP in the UK and the Viva company Gieritz Vinimport in Sweden. Since its opening, the school has grown from around 30 students to over 600 and is the first technical high school to be built in the province of La Rioja. It is also one of the largest Fairtrade-funded projects in the world. The latest addition is a health centre that will provide healthcare to around 10,000 people in the region.

CASE LEVA

Vinex Slavyantsi

Bulgaria's winemaking tradition dates back thousands of years. Vinex Slavyantsi, which produces the Leva wines, is located in the eastern part of the Rose Valley, a region with a long history of growing and producing wine. With its mild winters and cool summers, the region is well suited for wine growing. However, the social and economic situation for ethnic minorities is very difficult in Bulgaria, especially for the Roma population and the area around Vinex Slavyantsi is home to many people of Roma background.

LEVA PROMOTES INTEGRATION

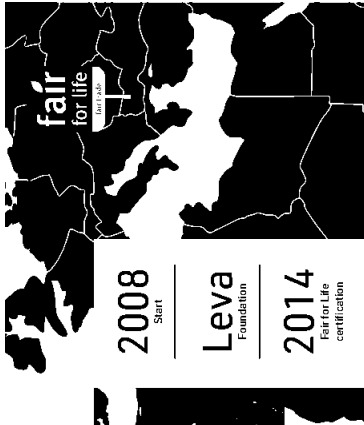
In 2008, the Viva company Gieritz Vinimport and Vinex Slavyantsi, together with representatives of the Roma population, set up a foundation to improve living conditions and future opportunities in the neighbourhood. Known as the LEVA Foundation, since 2008 Gieritz Vinimport has contributed more than SEK 8 million.

CASE FOOT OF AFRICA

Kleine Zalze

KLEINE ZALZE TRAINING PROGRAM

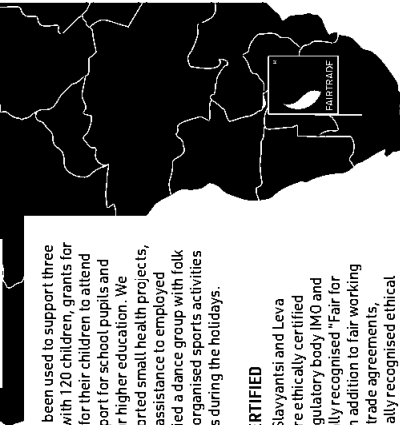
Kleine Zalze and the Viva company Winemarket have set up an education fund that aims to finance higher education for vineyard workers and their families. Each year, three to four individuals are given the opportunity to obtain a university degree or equivalent. The aim is to create role models in the local community while providing the wine industry with access to more highly trained staff in the long term. Kleine Zalze sees the power of people's dreams as enormous. Through the scholarship, they help workers in the winery, vineyard and surrounding villages realise their full potential while serving as inspiring role models for others.



2008
Start

Leva
Foundation

2014
Fair for Life certification



FAIRTRADE

The money has been used to support three kindergartens with 120 children, grants for families to pay for their children to attend preschool, support for school pupils and scholarships for higher education. We have also supported small health projects, provided legal assistance to employed workers, supplied a dance group with folk costumes, and organised sports activities and school trips during the holidays.

ETHICALLY CERTIFIED

In 2014, Vinex Slavyantsi and Leva Foundation were ethically certified by the Swiss regulatory body IMO and its internationally recognised "Fair for Life" scheme. In addition to fair working conditions and trade agreements, this internationally recognised ethical certification for fair trade also includes requirements for a good environment, both in and around the vineyard.

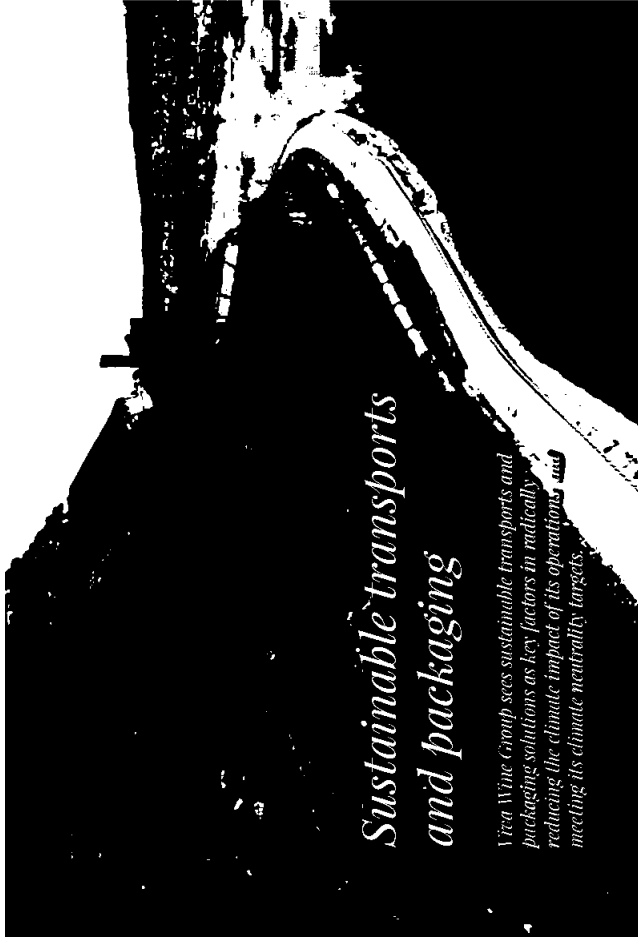
CASE HOPE

Du Toitskloof

THE TRAVELLING LIBRARY

The Travelling Library, a purpose-built mobile library, hit the road in South Africa's Breede-kloof in 2022. Du Toitskloof and Viva company Iconic Vines have made a commitment to offer the children of vineyard workers the opportunity to visualise their potential and future dreams by funding and enabling the library. Many schools in the region do not have access to computers or books, and many children are unable to access public libraries. The solution is for the library to come to them. It offers computers with desk space, printed books, e-books, tablets, learning toys and games. A dedicated librarian is always at hand. The bus visits nine schools at least once every two weeks, reaching over 1,400 children.





Sustainable transports and packaging

Viva Wine Group sees sustainable transports and packaging solutions as key factors in radically reducing the climate impact of its operations and meeting its climate neutrality targets.

We know that shipping, warehousing and packaging have a significant environmental impact and together with our partners we strive to constantly develop smart solutions and innovative projects.

OPTIMISED LOGISTICS

Together with our partners, our logisticians create efficient co-distribution solutions with good reliability, minimal environmental impact and maximum fill rate. We have successfully switched most of our transport within Europe to Sweden from trucks to trains. For longer distances, ships are used. Our choice to switch from trucks to trains and ships has radically reduced emissions. Some products are transported long distances in tanks, after which the wine is bottled or boxed in Denmark or France. This reduces transport weight and thus the climate impact. Once in Sweden, our warehouse partner has a train terminal, which means that our products roll by train all the way into the warehouse, where they are unloaded using electric forklifts.

SMART PACKAGING

Packaging is one of the areas of the business with the greatest climate impact because of its weight, the manufacturing process and its potential recyclability. In collaboration with suppliers and customers, we therefore prioritise climate-smart packaging, i.e. bag-in-box, tetra, lightweight glass and PET. We already offer 75% of our volumes in climate-smart packaging.

WORLD-LEADING RECYCLING

We take active producer responsibility in Sweden for the recycling of our products through the financing and development of Svensk Glasåtervinning (SGÅ) and Förpacknings- och Tjänstensamlingen (FTT). Together with other industry participants, we have helped to build the Swedish and Nordic glass and paper recycling systems into world leaders.

BEVERAGE INDUSTRY CLIMATE INITIATIVE

The joint framework for the Swedish beverage industry, DIK, was initiated in 2017 by Systembolaget, the Swedish Brewers Association (Sveriges Bryggerier) and the Swedish Wine and Spirits Suppliers Association (Sprit & Vinleverantörersföreningen, SVL). Viva Wine Group companies have been involved from the outset, driving the collaboration forward with a third-party audited calculation tool and common goals.

EFFICIENT E-COMMERCE

We work systematically to reduce our carbon footprint in our non-Nordic e-commerce. Low return rates and partnerships with delivery companies that run exclusively on renewable fuels help to reduce climate impact. Studies also show that e-commerce itself can reduce climate impact compared with consumers going to the store for their purchases.

SUSTAINABILITY ←

Glass recycling
93 per cent of glass collected in Sweden is turned into new bottles.



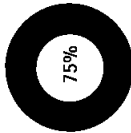
Efficient logistics and climate-smart warehousing
Most of our transports in Europe are by train, and the wine is shipped by rail all the way to our Swedish warehouse in Jordbro.



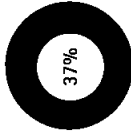
Joint venture
Leading players in the beverage industry work together to reduce climate impact.



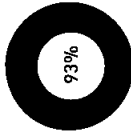
SHARE OF VOLUME IN CLIMATE-SMART PACKAGING



SHARE OF VOLUME IN LIGHTWEIGHT GLASS OF TOTAL GLASS

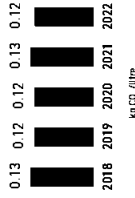


RECYCLING RATE GLASS



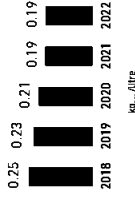
EMISSIONS 2022

Climate impact, transport



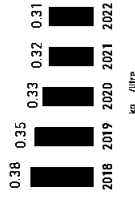
EMISSIONS 2022

Climate impact, packaging



EMISSIONS 2022

Climate impact, total



IN EUROPE,

the majority of transport are by train instead of by truck



OUTSIDE EUROPE

shipping is by sea



THE CLIMATE IMPACT OF TRAINS IS

about 75% lower than that of trucks for comparable routes in Europe



CLIMATE-COMPENSATED FREIGHT





Climate budget and climate compensation

We use climate budgets as a policy tool in our Swedish business and to offset emissions from the transport chain and the climate impact of heavy glass packaging. Our investments are made in partnership with recognised organisations to reduce climate impact globally and create social benefits locally. Social added value such as health and gender equality are at the core.



Solvatten 2018-2022

8,937 →
Entities

56,214
Saved trees

62,559 →
Estimated
tonnes of CO₂

3,750,859
m³ of clean water

SOLVATTEN® Innovative water treatment solution

- Heated water in 2-4 hours
- Yields about 6,000 litres per year
- Indicator shows when the water is clean
- Used several times a day
- Easy to use and to carry
- No batteries, spare parts or chemicals needed
- Has a long life span, 7-10 years

INNOVATIVE WATER TREATMENT SOLUTION

Solvatten

Solvatten is an innovative water treatment solution that contributes to improved health, increased gender equality and reduced climate impact. The award-winning invention was developed by a Swedish family business and is used in several villages in Kenya in co-operation with International Aid Services.

The solar water device is filled with water from nearby streams. When placed in the sun, a process is activated that purifies the water from harmful bacteria and microorganisms and makes it safe to drink. The water is heated at the same time, making cooking, washing and personal hygiene more convenient. At the same time, the need for fuel such as wood or pellets is reduced. With less wood needed, more trees are left standing to bind soil, thereby preventing desertification, while sequestering carbon dioxide, all of which benefit the climate.

Climate compensation

The basis of our work to combat climate change is to reduce the climate impact from our own operations and our supply chain as much as possible. We do this by making climate-smart choices and efficiency improvements. Remaining impact from our own operations as well as climate impact from our transports we compensate for. In order to make transports to Sweden climate neutral, the remaining climate impact is compensated for through investments in Solvatten. Solvatten is an innovative water purification solution that contributes to improved health, increased gender equality and reduced climate impact. We always invest more than our actual emissions.

Climate investments

Viva Wine Group companies are developing several different climate projects with key producers. Investments in recent years have included the installation of solar panels, solar-powered water pumps and composting machines. The purpose of the investments is twofold: to reduce the climate impact at the production stage and to make producers self-sufficient and less dependent on purchased energy and electricity. Ultimately, the ambition is for producers to be able to produce a net surplus that can be sold back to the grid.

Climate budget

For our Swedish subsidiaries, a climate budget is calculated each year based on the previous year's climate impact and the targets set for 2030. The climate budget indicates the total climate investment the company must make in order for the impact of its operations from transports and heavy packaging to be climate neutral. The more climate-efficient the organisation, the less that has to be spent from the budget on climate investments, and the more that can be invested elsewhere, or paid out as profit. Climate budgeting has become a powerful tool to help guide companies to reduce their impact.



Sustainable workplace

Our employees, along with our producers, are Viva Wine Group's greatest asset. We bring together curious, committed, creative and knowledgeable people with a passion for beverages and entrepreneurship.

GOOD LEADERSHIP

For us at Viva Wine Group, it is important that everyone strives to be a good role model. Humanistic and value-driven leadership is therefore a hallmark of the business. The aim is to help both employees and the organisation to develop and grow. Together we create an open, fast-paced and inclusive work environment.

CONSTANT DEVELOPMENT

We are committed to ensuring that all employees develop and reach their full potential. Further training is offered on an ongoing basis and internal mobility is encouraged. Our staff grow and develop with the company, and are given the opportunity to take on new roles with wider responsibilities.

DIVERSITY IS AN ASSET

We hire based on merit and believe that people with different backgrounds, interests and personalities contribute to an innovative and progressive business. We consider internal and external differences to

be an asset, and we believe that an equitable and equal workplace benefits both the individual and the organisation. We also endeavour to achieve an even distribution in terms of gender and age, both among employees in general and among those with personnel responsibilities or other management positions.

INVESTMENTS IN PERSONNEL

We value our employees and surveys show that we offer above-average pay in the industry. In 2022, the total wage payment in Sweden was SEK 57 million. In addition to the basic salary, bonuses are paid for good performance and achievement of targets. We offer all employees in Sweden a generous wellness allowance and voluntary health insurance. On top of that employees are offered parental leave, preferential parental allowance and consultation on pensions and insurances. We regularly offer mandatory courses on alcohol culture and addiction issues. Employees have the right to organise and bargain collectively, but in 2022 none of the employees in the Swedish operations were covered by a collective agreement.

GOOD BUSINESS PRACTICE

We consider ethics and good business practice to be fundamental, as summarised in our anti-corruption policy. We will demonstrate good conduct and ethical judgment in all business relationships with employees, suppliers, customers and other stakeholders.

DISTRIBUTION OF EMPLOYEES 2022 (SWEDEN SEGMENT)

AGE DISTRIBUTION

- 18% are younger than 30
- 70% are between 30 and 50
- 12% are older than 50



GENDER DISTRIBUTION

- 35% men
- 65% women



AGE DISTRIBUTION OF THE BOARD AND MANAGEMENT

- 0% are younger than 30
- 42% are between 30 and 50
- 58% are older than 50



GENDER DISTRIBUTION OF THE BOARD AND MANAGEMENT

- 67% men
- 33% women



ANTI-CORRUPTION

In accordance with our values, guidelines and the anti-bribe BSCI, we do not accept corruption in any form - neither bribery, extortion, abuse of power, or the like. Our employees may not give or receive bribes, or gifts that could be perceived as bribes. If an employee has doubts about a gift or a benefit, they should ask their supervisor for an opinion. We ensure that employees, agents and representatives are aware of, and follow, the guidelines in Systembolaget's policy for contacts between suppliers and Systembolaget staff. This policy aims to provide equal conditions for all suppliers of alcoholic beverages to become established on the Swedish market. We also follow the rules of the Swedish Wine and Spirits Suppliers Association (SVL) for member companies' conduct in relationships with customers and each other. Briefly, they focus on not taking unfair advantage of competitors.



We are committed to early detection and action on signals of potential wrongdoing from employees, producers and others. For those who wish to remain anonymous, we have an external reporting tool in cooperation with the Lanterio whistleblowing system.

Read more on lanterio.se

WHISTLEBLOWING SYSTEM

We are committed to sustainable workplaces and good working conditions in our supply chain. To support this, we use a whistleblowing system in cooperation with Lanterio. No incidents on corruption, discrimination or other violations were reported in 2022. There were also no violations of the law that resulted in fines or other sanctions.



There are many issues associated with alcohol consumption, for which reason we want to spread information and create dialogue, as we are doing with the Drinkwise initiative. Read more at drinkwise.se

Responsible consumption

At Viva Wine Group, we care about how our products are produced as well as how they are consumed. Alcoholic beverages are part of our dining culture and, for many, part of a complete dining experience.

However, we are aware that alcohol consumed inappropriately can cause problems for individuals, their families and society at large. We therefore promote moderate and responsible consumption.

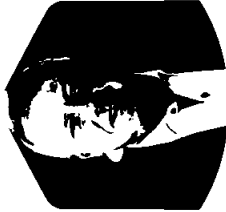
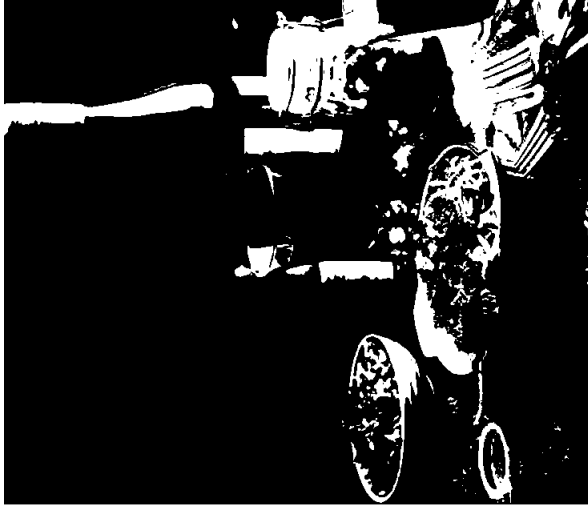
CONTROLLED SALES

Viva Wine Group safeguards this Nordic model with controlled sales and responsible marketing. In Sweden, Finland and Norway, there is a strong desire to protect public health, for which reason alcohol is sold in shops through the state-owned companies Systembolaget, Alko and Vinmonopolet. The Nordic monopolies ensure controlled sales, equal treatment of origin and a breadth and depth of choice that is in many ways unparalleled in the world.

SELF-REGULATION

Sweden and the Nordic countries have imposed many restrictions on communication and marketing related to alcohol. Viva Wine Group's companies are careful

62 VIVA WINE GROUP 2022



Patrik Stare
CEO CHRIS WINE & SPIRITS AB

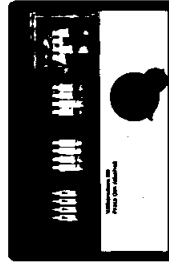
Responsible consumption

The proactive efforts of the Swedish Wine and Spirits Suppliers Association (SVL), with common guidelines and self-regulatory mechanisms, have had a major impact on the increased accountability of the Swedish alcohol industry, thereby setting an international example.

The educational initiative Prata Om Alkohol (Talking About Alcohol) was started by companies within the Swedish Wine and Spirits Suppliers Association (SVL) and since 2010 the initiative has been run in collaboration with the Swedish Brewers Association. The Talk About Alcohol method is a conversation-based training programme that teaches young people to resist social pressure, raises their self-esteem and helps them to understand their own responsibility. All materials are free of charge and adapted for use in schools. A three-year scientific study conducted by Karolinska Institutet evaluated the Talk About Alcohol method and the results showed that students who completed the course had less risky drinking behaviour than comparable students who did not take the course.

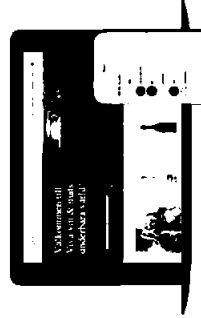
CUSTOMER CLUBS

We believe that wine should mainly be consumed in combination with a good meal. This is the essence of our Swedish, Nordic and European customer clubs. Viva Vin & Maltklubb (Viva Wine and Food Club) is our largest customer club in Sweden and sends recipes and drink tips to interested consumers once a week. For consumers who want selected premium wines from small-scale vineyards and iconic producers, we have the Tryffelsvinet customer club. In Finland, our customer club is called Rosa. Viva Vin & Maltklubb and Rosa are both available by email, as well as on Facebook and Instagram and focus on culinary pleasures and knowledge about beverages.



Talk about alcohol with young people at school

Material adapted for schools. Free of charge. Focus on teaching young people to resist social pressure, raise self-esteem and understand their own responsibilities.



Viva Wine & Food Club

Every week we write about food and wine. Read more at vivanor.se

VIVA WINE GROUP 2022 63



6

Risks and governance

Effective risk management needs to be integrated into strategies and business models, and governance must ensure that it reaches everyone.





RISKS & GOVERNANCE ←



Linn Gälvert
CFO VIVA WINE GROUP
Stronger through good governance

Good governance, clear guidelines and a high level of risk awareness strengthen and protect our operations and continued expansion. Effective risk management needs to be integrated into strategies and business models, and governance must ensure that it reaches everyone.

Risks and governance

Good governance and control reduces risk and safeguards value in growing businesses. Effective risk management needs to be integrated into strategies and business models, and governance must ensure that it reaches everyone.

RISKS AND RISK MANAGEMENT

Viva Wine Group's risk management aims to support the realisation of the Group's strategy, continuity, risk identification and means to reduce the likelihood and impact of internal and external risks. Viva Wine Group's risk management is carried out in accordance with the COSO framework. The Group's risk management policy has been approved by the Viva Wine Group's Board of Directors.

RISK POLICY

The Risk Management Policy describes the objectives, principles and responsibilities of Viva Wine Group's risk management and reporting. Risks are managed by the relevant business and operational area and are evaluated annually by the Group's management team. The results are monitored by the Board of Directors.

RISK CATEGORIES

We categorise risks into six general classes: strategic risks, financial risks, operational risks, legal risks

and sustainability risks. Management and the Board assess these key risks and actions aimed at reducing the likelihood of their occurrence each year. Risks are evaluated based on the probability of occurrence and the consequences of their possible occurrence. The relevant time period for assessment is a 3-5 year horizon. In addition to risks within this short time frame, we also monitor and address longer-term sustainability risks, including the impact of climate change on viticulture and developments in the wine industry.

SIGNIFICANT RISKS

Our main risks are linked to financial, political and regulatory factors. The alcohol market is regulated and taxed. Predictability, equivalence and consistency in regulation and taxation are prerequisites for a well-functioning market. As with all international trade, there is also a significant currency risk, where the volatile SEK in particular can have a significant impact on our earnings. There are also significant seasonal variations in the consumption of alcoholic beverages that affect Viva Wine Group's net sales and cash flow during the year. Most of the revenue is generated in the second, third and fourth quarters. Between years, there may be differences between the first and second quarters depending on whether Easter falls in March or April.

Risk area	Risk factors	Significant risks	Risk management
Financial risks Currency, interest rate, liquidity and credit-related risks	Macroeconomic factors	Currency changes Volatile and weak SEK against EUR and USD	Currency hedging
Strategic risks Sector-specific risks that may hinder the realisation of the vision and the achievement of the set goals	Political and regulatory factors	Increased excise duties and changes to rules on accessibility and marketing	Dialogue and cooperation through relevant industry associations
Operational risks Risks related to the effective management of resources such as internal processes, systems and employees	Organisational factors	Redundant and inefficient governance	Maintaining local governance and entrepreneurship within a Group framework
Regulatory compliance risks Risk of financial and legal penalties related to own and others' compliance with laws and regulations	Legal factors	Trademark infringement Corruption in the supply chain	Trademark protection Anti-corruption and whistleblowing systems
Security risks Risks linked to farming, production and finished product	Quality factors	Product safety	Quality controls at producer, importer and retailer levels
Sustainability risks Risks related to growing conditions and the supply chain	Supply and quality factors	Climate change affecting conditions for quality, farming and production	Industry-wide climate work and climate adaptation of cultivation and production.



Management approach

Developing wine sustainably requires the know-how and commitment of several participants in a complex value chain, from cultivation and production, to transport, marketing and sales. Clear governance and responsiveness to key stakeholders have proven to be a recipe for success.

KEY STAKEHOLDERS

Our customers and consumers, together with our producers and growers, are our most important stakeholders. Most important among them all are the Nordic retail monopolies, i.e. Swedish Systembolaget, Finnish Alko and Norwegian Vinmonopolet. Other important customers are wholesalers and restaurants. Organisations such as KRAV, Fairtrade and Fair for Life are also important as we are committed to organic and ethical production.

DIALOGUE AND COOPERATION

There is much that we can contribute on our own, but we can make the biggest difference when we work with others. The more of us who want to achieve the same thing, and make a concerted effort, the faster we will achieve large-scale change for the benefit of people and the environment. The Beverage Industry Climate Initiative is an example in Sweden of the positive force created when suppliers and customers decide to work together.

MATERIAL IMPACT

Conditions for growing and producing wine are affected by external factors, not least climate change. Growing, producing, bottling and transporting wine also has an impact on the environment. These factors include water use, biodiversity and climate impact. Consumption in and of itself can also be problematic. Inappropriately consumed alcohol can lead to medical and social problems. For individuals, families and society at large, we are committed to informing consumer about the risks and invest heavily in projects that promote responsibility and moderation.

CONTINUOUS IMPROVEMENTS

Viva Wine Group's companies are all strongly entrepreneurial, where action is more important than words. We focus on continuous improvement in collaboration with our partners in the value chain, getting better month by month, quarter by quarter and year by year.

ORGANISATION AND STRUCTURE

Sustainability management at Viva Wine Group is based on the Board of Directors and its Audit Committee, the Group-wide sustainability policy and the Group-wide sustainability targets. Sustainability issues are managed strategically and operationally by the management team, of which the Group's Sustainability Director is a member. At Group level, there is a Group-wide sustainability department that leads, supports and follows up the subsidiaries' sustainability work, where each subsidiary has the opportunity to develop its own sustainability goals in line with the Group-wide goals.

SUPPORT AND FOLLOW-UP

In addition to a Group-wide policy and objectives, the Group's subsidiaries are supported by a Group-wide administrative platform. The platform includes templates, systems and process support.

REPORTING AND AUDITING

The Group's sustainability work is summarised in an annual sustainability report that is published together with the Group's annual report. The Group's sustainability report is prepared in accordance with the GRI standards. Reported data for 2022 covers the Swedish operation and its value chain, including the environmental impact of transport and packaging and working conditions in cultivation and production. The annual sustainability report and its compliance with the GRI standards is reviewed by the Group's auditors.

**BOARD MEMBER, CHAIRMAN OF THE
AUDIT COMMITTEE**

Sustainability high on the agenda

Sustainability is one of Viva Wine Group's key strategic success factors and is monitored quarterly by the Audit Committee and the Board of Directors. Together with the Management Team, the Group's sustainability department and the subsidiaries' sustainability coordinators the foundation is laid for further progress. Once a year the Group's sustainability goals and results are presented and discussed by employees on a dedicated Sustainability Day.



ANDERS MOBERG

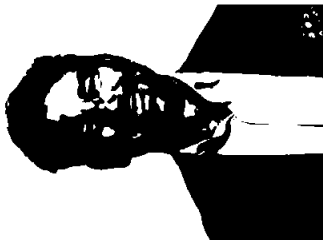
Chairman of the board
Elected: 2021

Born: 1950
Gender: Male

Education: Commercial Upper Secondary School (siv. Handelshøgskolen)
Selection of other assignments: Chairman of the Board of Egnax Group AB and ITAB AB, Board member Citygross AB, Bioconcept A/S, INKAT Foundation, IMAS Foundation, KEA Foundation.

Selection of previous assignments: Former CEO of the KEA Group, Deputy CEO of HomeDepot, CEO of Abild and then CEO of the Majid Al Futtaim group in Dubai. Board member of Bergendahl Food AB, Bergendahl & Son AB, Zetadisply AB.

Independent: Yes, in relation to the shareholders, the company and the management.
Holdings in the Company (including related parties): Owns 205,000 shares and 58,140 warrants.



LARS LJUNGÅLV

Board member, member of the Audit Committee
Elected: 2022

Born: 1969
Gender: Male

Education: Degree of Master of Science in Business and Economics from Lund University.
Selection of other assignments: Board member of Egnimax AB, Ikano Bank AB and Amehem AB.

Selection of previous assignments: Chairman of Lund University and Intersport Sverige AB. Many years of experience in leading positions in retail, banking and finance.

Independent: Yes, in relation to owners, the Company and management.
Holdings in the Company (including related parties): Owns 200,000 shares.



HELEN FASTH GILLSTEDT

Board member, Chairman of the Audit Committee
Elected: 2021

Born: 1962
Gender: Female

Education: Master of Science in Business and Economics, Stockholm School of Economics and Judgea at Stockholm University/Stockholm Resilience Center

Selection of other assignments: Board member Storytel AB, Munter's Group AB, PowerCell AB, Surtiro AB, Handelsbanken Fonder AB and their representative in nomination committees.

Selection of previous assignments: Board member Sanhall AB, Humana AB, AcadiaMedia AB, Lindorff A/S, Intrum AB.

Independent: Yes, in relation to owners, the Company and management.
Holdings in the company (including related parties): Owns 5,000 shares and 58,140 warrants.



MIKAEL ARU

Board member, member of the Audit Committee
Elected: 2021

Born: 1953
Gender: Male

Education: Master of Science in Business and Economics, Linköping University
Selection of other assignments: Chairman of the Board of Egnax Group AB, Board member of Egnax AB, Egnax AB, Sjöterafabrik, Bröderna Björjeson Bill AB, Dr Per Håkansson Stillelse and Gorthon Stiftelsen.

Selection of previous assignments: CEO of Procordia Food in Sweden, and senior positions in Kraft Foods and Nestlé.

Independent: Yes, in relation to owners, the Company and management.
Holdings in the Company (including related parties): Owns 10,200 shares and 58,140 warrants.



ANNE THORSTVEDTS JØBERG

Board member, member of the Remuneration Committee
Elected: 2021

Born: 1965
Gender: Female

Education: Master of Science in Business and Economics, Gothenburg School of Economics, University of Gothenburg
Selection of other assignments: Board member Clas Ohlson.

Selection of previous assignments: Global Vice President Marketing, Insights & Analytics, Electrolux as well as leading international positions in Marketing, Consumer & Analytics, Strategy, Organisational Development at Mondelez International, Kraft Foods, Procter & Gamble.

Independent: Yes, in relation to owners, the Company and management.
Holdings in the Company (including related parties): Owns 15,000 shares and 58,140 warrants.



JOHN WISTEDT

Board member
Elected: 2018

Born: 1980
Gender: Male

Education: Master of Science in Business and Economics, Uppsala University, Master International Wine & Spirits Burgundy Business School, Executive Education, Harvard Business School
Selection of other assignments: VD Wine Team Global AB, Deputy board member of Spirit & Vinleverandörsföreningen.

Independent: No, represents majority shareholder, the company and management.
Holdings in the Company (including related parties): Indirectly, through Legendum Capital AB, holds 9,065,889 shares and no warrants in the Company.

Board of Directors

The Board of Directors is responsible for the governance and performance of the Group and ensures the appropriate management of its activities. The Board approves the Group's strategy, financial targets, budget, major investments and risk management principles. The Board of Directors appoints and dismisses the company's CEO. The composition of the Board reflects the objective of a skilled, competent, experienced and efficient Board.

The Board consists of six members, two women and four men. The Board has assessed that five directors are independent of the Company and the Company's major shareholders.



EMIL SALTNÅS
CEO Viva Wine Group
Born: 1971
Gender: Male
Education: Master of Science in Business and Economics, Uppsala University
Prior experience: CEO and Partner Giertz Vinimport, Executive positions at Dogab.
Holdings in the Company (including related parties): Indirectly, through Late Harvest Wine Holding 1971 AS, holds 23,223,482 shares and no warrants in the Company.



CHRISTIAN FRICKE
Managing Director Viva eCom
Born: 1979
Nationality: German
Gender: Male
Education: Master Business Administration Leipzig Graduate School of Management (Berlin), CEO BauerKcal Mettle (Hamburg/Sydney)
Prior experience: CEO Wine in Black GmbH (Berlin), CEO BauerKcal Mettle (Hamburg/Sydney)
Holdings in the Company (including related parties): Christian Fricke does not own any shares or warrants in the company



LINN GÄFVERT
CFO Viva Wine Group
Born: 1981
Gender: Female
Education: Master of Science in Business and Business Law, School of Economics and Business Management, Lund University
Previous experience: Head of Business Control Viva Wine Group, Business Control Allia Group, auditor PWC.
Holdings in the Company (including related parties): Owns 4,075 shares and 69,768 warrants.



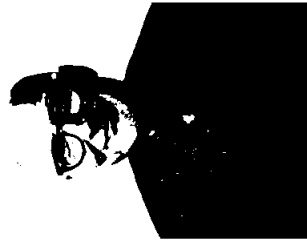
ANNA MÖLLER
COO Nordica Viva Wine Group
Born: 1977
Gender: Female
Education: Bachelor of Political Science, Linköping University
Prior experience: Commercial Director Spirits Scandinavia, Director Marketing Scandinavia Allia/Anora Group
Holdings in the Company (including related parties): Owns 20 shares and no warrants.



MIKAEL SUNDRÖM
Director Sustainability, Communications and Investor Relations Viva Wine Group
Born: 1978
Gender: Male
Education: Master of Science in Business and Economics from Stockholm School of Economics, International Business EM Lyon.
Prior experience: Senior Manager CSR, Sustainability and Public Affairs Period Standard Norge, Senior Consultant Enact Syngesund, Senior Consultant Enact Syngesund
Holdings in the Company (including related parties): Owns 3,508 shares and no warrants.



JOHN WISTEDT
CEO The Wine Team Global
Born: 1980
Education: Master of Science in Business and Economics, Uppsala University, Master International Wine & Spirits Burgundy Business School, Executive Education, Harvard Business School
Prior experience: Buyer Systembolaget
Holdings in the Company (including related parties): Indirectly, through Legendum Capital AB, holds 9,465,889 shares and no warrants in the Company.



BJÖRN WITTMARK
Director Business Development
Giertz Vinimport
Born: 1953
Gender: Male
Education: Bachelor of Applied Science, Canberra University, Australia
Prior experience: Director Business Development and Partner Giertz Vinimport.
Holdings in the Company (including related parties): Together with his wife Pamela Wilson and indirectly through Vin & Vind AB, holds 23,273,482 shares. Neither Björn Wittmark nor Pamela Wilson have any warrants.

CEO and management team

The CEO and President are responsible for the day-to-day management of the Group in line with the instructions and objectives set by the Board. The CEO also ensures compliance with applicable laws and regulations. In addition to the CEO, the management team comprises other senior executives who assist the CEO in the implementation of the Group strategy. The management team is also responsible for the business and operational management of the Group.



Corporate Governance Report

Viva Wine Group AB (publ) is a Swedish public limited company whose shares are listed on Nasdaq First North Premier Growth Market. According to the Company's Articles of Association, the object of its activities is to engage, directly or indirectly, in the business of developing and trading in wine and other alcoholic products, and to conduct other activities compatible therewith.

Good corporate governance entails ensuring that Viva Wine Group is managed sustainably, responsibly and as efficiently as possible for all shareholders. The overall objective is to increase shareholder value and thus meet the demands shareholders have for their invested capital.

CORPORATE GOVERNANCE AT VIVA WINE GROUP

Viva Wine Group bases its corporate governance on applicable legislation, resolutions of the General Meeting, the listing agreement and the work of the Board and management. Viva Wine Group has also chosen to comply with the Swedish Code of Corporate Governance (the "Code"). The main internal governance instruments are the Articles of Association, the Rules of Procedure of the Board of Directors, the Instructions for the Board Committees, the Instructions for the CEO including instructions for financial reporting and policies set by the Board of Directors.

The Board of Directors of Viva Wine Group is responsible for the organisation of the Company and the management of the Company's affairs. The CEO is responsible for the day-to-day management of the Company in accordance with the guidelines and instructions of the Board of Directors. In dialogue with the Chairman of the Board, the CEO also prepares an agenda for Board meetings and is otherwise responsible for providing the meetings with information and materials for use as a basis for decisions.

GROUP STRUCTURE

The name of the group is Viva Wine Group, with the parent company Viva Wine Group AB. In Sweden, business is conducted through Gieritz Vinimport AB, The Wine Team Global AB, Chris Wine & Spirits AB, Iconic Wines AB, Winemarket Nordic AB and Tryffelvinet AB. In Finland, business is conducted through Cisa Group OY and in Norway through Norwegian Beverage Group AS. Outside the Nordic region, e-commerce is conducted through Viva eCom, which owns Wine in Black GmbH and Vicampo de GmbH with the e-commerce platforms Vicampo and Wein1first.

SHAREHOLDERS

Viva Wine Group has been listed on Nasdaq First North Premier Growth Market since 14 December 2021. The ten largest shareholders at 31 December 2022 were Late Harvest 1711 Holding AB, Vin & Vind AB, Legendum Capital AB, Bergendahl & Son AB, Svolder, Capital Group, Erik Selin, Animo AB, Danica Pension, Varma Mutual Pension with a combined shareholding of 90.3%. The remaining 9.7% is owned by other institutional owners and private individuals in Sweden and abroad. The Company has one class of shares that entitle holders to equal voting rights and dividends. When voting at a general meeting, each share entitles the holder to one vote and each person entitled to vote may vote for the full number of shares represented.

More information on the Viva Wine Group share and shareholder structure can be found in the section "Share and shareholders" on pages 10-11 of the Annual Report and on the Company's website, vivagroup.se.

ANNUAL GENERAL MEETING

The general meeting is the highest decision-making body in a limited liability company and is the forum in which shareholders exercise their right to decide on the Company's affairs. The company's website, vivagroup.se, informs shareholders of their legal right to have a matter considered at a general meeting. Resolutions adopted by General Meetings are generally resolved by a simple majority, though according to the Swedish Companies Act, certain matters are to be resolved by a qualified majority.

The annual general meeting must be held each year within six months of the end of the financial year. The Annual General Meeting adopts resolutions concerning such matters as dividend, approval of the annual report, discharge of the Board of Directors and the President from personal liability, election and compensation of the Chairman and members of the Board of Directors and auditors, guidelines for determination of compensation payable to senior executives, and other matters of importance to the Company. Viva Wine Group's Annual General Meeting will take place in Stockholm.

Notices convening general meetings shall be given in the form of an announcement in Post- och Inrikes Tidningar and through publication of the notice on the Company's

website, vivagroup.se. Shareholders who have registered their intention to attend according to the instructions in the notice of the meeting are entitled to participate in the general meeting, in person or by proxy, to vote at the meeting for or against the proposals presented and to pose questions to the Board of Directors and the CEO.

NOMINATION COMMITTEE

The Nomination Committee is appointed based on principles decided by the Annual General Meeting. The General Meeting also resolves on the instructions that shall apply for the Nomination Committee. The main task of the Nomination Committee is to propose the election of the Chairman at the Annual General Meeting, the election of the Chairman and the other members of the Board, the remuneration of the Board divided among the Chairman, the other Board members and any remuneration for committee work, and the election and remuneration of the auditor. The Nomination Committee's proposals are presented in the official notice of the annual general meeting.

The Nomination Committee shall take into account the rules on independence applicable to the Board and its committees. In preparing proposals for members of the Board, the Nomination Committee shall pay particular attention to the issue of diversity and gender balance in the Board and committees.

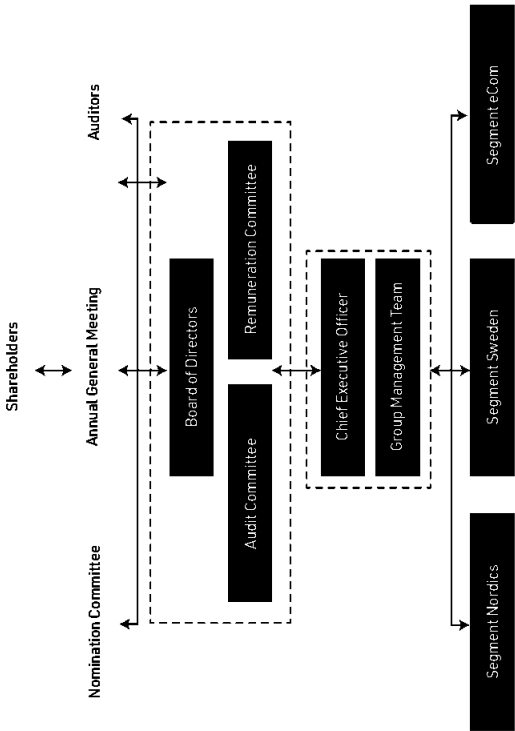
Shareholders are given the opportunity to submit proposals to the Nomination Committee. The Nomination Committee annually assesses the composition of the Board, primarily in terms of skills, experience and future needs. The Nomination Committee shall meet as often as necessary to fulfil its duties, but at least once a year.

BOARD OF DIRECTORS

The Board of Directors is the highest administrative body of the Company under the General Meeting. The Board shall manage the affairs of the Company in the interests of the Company and all its shareholders and shall safeguard and promote a good corporate culture. The Board of Directors is responsible for ensuring that the Group's organisation is appropriate and continuously evaluates the Company's financial position, procedures and guidelines for management and investment of the Company's funds. The Board also safeguards the Company's financial accounting, internal controls and the quality of its financial reporting through the internal control system described in more detail under the heading Internal control over financial reporting.

The Board of Directors is responsible for the strategic direction of Viva Wine Group and sets the Group's long-term financial plan, monitors ongoing operations, makes decisions on major investments and divestments, and reviews and approves the financial statements.

The Board of Directors appoints the Chief Executive, approves the instructions for the Chief Executive Officer and supervises their work. The Board conducts an annual review of the work of the CEO.





The CEO's objectives for the upcoming financial year are set at that time. No management representative is present during this evaluation.

The rules of procedure of the Board are adopted annually at the statutory Board meeting. The rules of procedure include provisions on the role of the Chairman of the Board, instructions on the division of work between the Board and the Chief Executive Officer and instructions for financial reporting to the

BOARD OF DIRECTORS. THE BOARD SHALL ALSO CONDUCT AN ANNUAL EVALUATION OF ITS OWN WORK.

The Chairman of the Board is responsible for organising and directing the work of the Board and for ensuring that the Board fulfils its obligations. The responsibilities of the Chairman also include conveying the views of the shareholders to the Board.

According to the Articles of Association, the Board of Directors of Viva Wine Group shall consist of at least three and at most ten members elected by the General Meeting. The CEO is the rapporteur at the Board meetings and the Company's CFO is the secretary of the Board. The CEO and the CFO, in the role of Secretary to the Board, are not members of the Board but they attend Board meetings, except for matters where a conflict of interest may arise, or where it is otherwise inappropriate.

Viva Wine Group's Board of Directors has two ordinary committees: the Audit Committee and the Remuneration Committee. The work of the committees is reported to the Board on an ongoing basis. The Committees are to be seen as working committees of the Board and do not assume the responsibilities of the Board as a whole.

AUDIT COMMITTEE

The work of the Audit Committee is mainly of a preparatory and advisory nature, where the Committee, in its work and in dialogue with the auditor and Group management, provides the Board with information about the business. The work of the Audit Committee aims to ensure that the Company's executive management establishes and maintains effective procedures for internal governance, risk management and control.

These should be designed to provide reasonable assurance in terms of reporting (financial reporting and operational risk) and compliance (laws, regulations and internal rules) and to ensure the effectiveness and efficiency of administrative processes. The Audit Committee also discusses other significant issues related to the Company's financial reporting and reports its findings to the Board. The Committee proposes measures to be adopted by the Board of Directors if necessary.

The Audit Committee is appointed annually by the Board. The Company's CFO is the rapporteur and the Group Accounting Manager is the secretary.

REMUNERATION COMMITTEE

The Remuneration Committee is responsible for preparing and evaluating matters relating to the remuneration and other terms and conditions of employment of the Chief Executive Officer and other members of the Group management, including the remuneration structure, pension plans, incentive schemes and other terms and conditions of employment.

The Committee shall also monitor and evaluate ongoing and, during the year, completed variable remuneration programmes for senior executives and monitor and evaluate the application of the guidelines for remuneration of senior executives and the remuneration structures and levels in the Company. The Remuneration Committee is appointed annually by the Board.

CHIEF EXECUTIVE OFFICER

The Chief Executive Officer is appointed by the Board of Directors. The CEO manages the activities within the framework established by the Board. The duties of the Chief Executive Officer include ensuring that the Board of Directors is provided with such factual, comprehensive and relevant information prior to Board meetings as is necessary to enable the Board to take well-informed decisions. The Chief Executive Officer is also the rapporteur of the Board and makes reasoned proposals for decisions. The Chief Executive Officer provides monthly updates to the Board of Directors with the information necessary to monitor the position, liquidity and development of the Company and the Group, and keeps the Chairman of the Board of Directors regularly informed of the Company's and the Group's activities.

GROUP MANAGEMENT

In addition to the CEO, the Company's Group management consists of CFO, COO Nordics, Director of Sustainability, Communication and Investor Relations, as well as the CEO of Viva eCom, CEO of Winetean Global and Business Development Manager of Gieritz Vinimport.

Group management meets regularly and deals with issues such as corporate governance, reporting and strategy. Furthermore, Group management shall prepare matters requiring a decision by the Board of Directors in accordance with the Board's rules of procedure and assist the CEO in implementing decisions of the Board of Directors. In addition to the collective responsibility for the management of the Company, each member of Group management has an individual responsibility for their respective part of the Company. At the beginning of each financial year, Group management evaluates its work, focusing on the quality of decisions, agenda, meeting structure, execution and overall performance of the Executive Committee.

AUDITORS

The external auditors are appointed by the General Meeting for a term of office of between one and four years. According to the Articles of Association, the Annual General Meeting shall elect an auditor or an audit firm to audit the company's annual accounts and the management of the Board of Directors and the CEO.

The external auditors' mandate includes the audit of the management of the Board of Directors and the Chief Executive Officer and the annual report and accounts of the Company. They report regularly to the Audit Committee of the Board and report their findings in connection with the annual accounts.

APPLICATION OF THE CODE AND OTHER REGULATIONS

As a listed company on the Nasdaq First North Premier Growth Market, the Company has chosen to apply the Code on a voluntary basis. The Company has not deviated from the Code or stock exchange rules.

INTERNAL CONTROL

The Board of Directors and the CEO are responsible for organising internal control for the Viva Wine Group. The management team monitors the financial performance of the Group and each company ensures effective control of its own operations. The Viva Wine Group's CFO manages the financial reporting processes, which are evaluated by the Audit Committee. The Board of Directors monitors the financial situation of the Group.

Viva Wine Group has a set of internal regulations, which, together with the external regulations, form the framework for its operations. The key regulations include the Articles of Association, the Rules of Procedure of the Board of Directors and the instructions for the respective committees, as well as the instructions to the CEO, including financial reporting instructions and policies. The Company has the following policies:

Risk policy

The Risk Policy describes Viva Wine Group's approach to identifying and managing risks to and within the business.

Financial policy

The Financial Policy sets Viva Wine Group's financial risk level and defines the objectives and guidelines for the Group's financial management.

Internal control policy

The policy defines the responsibilities and the reporting and internal control procedures for financial management.

HR policy (Gender Equality and Equal Treatment Policy), only for Sweden

The HR Policy sets out the overall framework with respect to employees in the Swedish part of the Group. It states that in order to meet the needs and expectations of its customers, the Group needs employees with diverse backgrounds and with a wide range of skills and experience.

Sustainability Policy

The Sustainability Policy describes Viva Wine Group's overall vision and guidelines for economic, environmental and social sustainability, focusing on sustainable cultivation, sustainable production, sustainable transport and packaging, sustainable communities and sustainable consumption.

Human rights (HR) policy

The HR policy describes Viva Wine Group's overall guidelines, boundaries and responsibilities to ensure the protection and promotion of human rights in its own operations and throughout its supply chain.

Communication policy

The Communication Policy describes the principles of Viva Wine Group's internal and external communication in order to contribute to consistent, clear and long-term effective communication between the Company's management, employees and its external stakeholders.

Insider policy

The Insider Trading Policy sets out the principles for trading in Viva Wine Group's shares and how the Company will handle inside information.

Business Ethics and Anti-Corruption Policy

The Business Ethics Policy states that the Company's culture should be based on responsibility, trust and a high standard of professional conduct.

Internal Audit

According to the Code, the Board of Directors must annually consider whether the company should have an internal audit function. The Board has considered that an internal audit function is not necessary at present and that the monitoring and evaluation of internal control is carried out by the Board as a whole.



CORPORATE GOVERNANCE AT VIVA WINE GROUP 2022

2022 Annual General Meeting
The Annual General Meeting for the 2021 financial year was held on 20 May.

The 2022 Annual General Meeting resolved as follows:

- Dividend of SEK 1.50 per share for the 2021 financial year.
- Election of Anders Moberg (Chairman), Helen Fasth Gillstedt, Mikael Aru, Anne Thorstvedt Sjöberg, Lars Ljungålv and John Wistedt as members of the Board of Directors of Viva Wine Group.
- Adoption of the income statement and balance sheet for 2021 and discharge from liability of the members of the Board of Directors and the Chief Executive Officer.
- Adoption of the Rules of Procedure of the Nomination Committee.
- Authorisation to issue new shares corresponding to a maximum of 20% of the number of existing shares.

Authorisation

The Annual General Meeting on 20 May 2022 authorised the Board of Directors to issue new shares corresponding to a maximum of 20% of the number of existing shares.

Board of Directors

Composition

According to the Articles of Association, the Company's Board of Directors shall consist of a minimum of three and a maximum of ten members. At the end of 2022, Viva Wine Group's Board of Directors consisted of six members: Anders Moberg (Chair), Helen Fasth Gillstedt, Mikael Aru, Anne Thorstvedt Sjöberg, Lars Ljungålv and John Wistedt. Further information on the individual Board members and deputies can be found on pages 70-71 of the 2022 Annual Report.

Independence of the Board of Directors

According to the Nomination Committee, four out of six members of the Board of Directors are to be considered independent in relation to the Company's major shareholders, as well as to the Company and its management.

Meetings

The Board convenes for six ordinary meetings a year and one statutory meeting. In addition to the ordinary meetings, the Board of Directors shall be convened for additional meetings at the request of any member of the Board or of the Chief Executive Officer. The auditor's report is presented to the Audit Committee at the Board meeting during which the annual accounts are presented.

Remuneration to the Board of Directors

Remuneration to the Board of Directors for the period from the 2022 Annual General Meeting up to and including the 2023 Annual General Meeting has been paid in accordance with the resolution of the 2022 Annual General Meeting. No Board fees were paid to Board members employed by Viva Wine Group.

For more information on board fees in 2022, see Note 7 in the Company's 2022 Annual Report.

Work of the Board in 2022

During the period from 1 January 2022 to 31 December 2022, the Board has held nine board meetings and one statutory board meeting. At all regular Board meetings, the Board received an overall presentation from the CEO and discussed the performance of the Company and its associated companies, as well as other projects and issues. All meetings during the year followed an approved agenda. Before each meeting, the draft agenda, including any documentation for each item on the agenda, was sent to the Board.

Audit Committee

Members in 2022 were: Helen Fasth Gillstedt (Chair), Mikael Aru and Lars Ljungålv. In connection with the statutory board meeting after the General Meeting, Mikael Aru was replaced by Lars Ljungålv as a new member of the audit committee. The Chair of the Committee kept the Board informed of the Committee's work and decisions throughout the year. The number of meetings in 2022 totalled six. The Company's auditor and CFO attended all meetings of the Audit Committee in 2022.

Remuneration Committee

Members in 2022 were Anders Moberg and Anne Thorstvedt Sjöberg. The Chief Executive Officer of the Company serves as rapporteur on certain issues, but is not a member of the Committee and is not present when the Committee prepares decisions related to remuneration of the Chief Executive Officer.

The Chair of the Committee has kept the Board informed of the Committee's work and decisions throughout the year. The Committee shall meet as often as necessary and at least twice a year.

Group Management

In 2022, Viva Wine Group's Group management consisted of Emil Salinäs, President and CEO, Linn Gälvirt, CFO, Mikael Sundström, Director Sustainability, Communication and Investor Relations, John Wistedt, CEO WineTeam Global AB (subsidiary of Viva Wine Group), Björn Wittmark, Director Business Development Gertz Vinimporf (subsidiary of Viva Wine Group), Anna Möller, COO Nordics and Christian Fricke, Managing Director Viva eCom. Further information on the Company's Chief Executive Officer and other members of Group management's shareholdings in Viva Wine Group can be found on pages 72-73 of the Report.

Emil Salinäs has no significant shareholdings or participations in companies with which Viva Wine Group has significant business relations.

Remuneration for Group management

For information on the guidelines adopted by the AGM, see Note 7 of the 2022 Annual Report. For information on remuneration and other benefits for Group management, see Note 7 in the 2022 Annual Report.

Audit and auditors

The 2022 General Meeting appointed EY AB as the Company's auditor for the period from 2022 until and including the 2023 AGM. In 2022, in addition to auditing, EY AB also provided consulting services to the Group for tax and audit-related services.

Andreas Nyberg is the auditor in charge. For information on remuneration to Viva Wine Group's auditors in 2022, see Note 6 Fees and expenses to auditors in the 2022 Annual Report.



7

Annual Report

Viva Wine Group AB (publ) is a Swedish public limited company whose shares are listed on Nasdaq First North Premier Growth Market.





Directors' report

The Board of Directors of Viva Wine Group AB (publ), corporate registration number 559178-4953, hereby submit the Annual Report and the consolidated financial statements for the financial year 1 January 2022 - 31 December 2022. The Company has its registered office in Stockholm. The annual report has been prepared in Swedish kronor, SEK, all amounts are in SEK million, unless otherwise stated.

INFORMATION ABOUT THE BUSINESS

Viva Wine Group is the leading wine group in the Nordic region with a strong position in the European online market for wine. The Company develops, markets and sells both wholly owned and partner brands in several markets.

The Group consists of several entrepreneurial companies that share a platform that provides economies of scale. The Group sells quality wines from around the world to consumers in 13 countries, including Sweden, Norway, Finland, Germany, Switzerland, Austria and the Czech Republic. The Group's business is conducted by ten entrepreneurial companies based in six countries. The Group's decentralised organisation which is characterised by creativity and entrepreneurship. In Sweden, the Group is the principal owner of the wine importers Gieritz Vinimport AB, The Wine Team Global AB, Chris Wine Sweden AB, Iconic Wines AB, Winemarket Nordic AB and Tryffelvinet AB. In Finland, the Group is the principal owner of Cisa Oy, and in Norway the Group is the principal owner of Norwegian Beverage Group AS. In addition to the Nordic operations, the Group owns the Viva eCom Group in Germany with the companies Vicampo.de GmbH and Wine in Black GmbH. In addition, the company has operations in France and the US.

The Company divides its operations into four segments: (i) Sweden, (ii) Nordics (excluding Sweden), (iii) eCom and (iv) Other. The Sweden segment is the largest segment based on net sales, in which Systembolaget, the state retail monopoly, is the largest customer. In the Nordics segment, the main customers are the Finnish counterpart to Systembolaget, Alko, and the Norwegian counterpart, Vinmonopolet. Other customers in the Sweden and Nordics segments include wholesalers, hotels and restaurants. The eCom segment includes consumer e-commerce sales in Europe. The Other segment includes the Company's pilot sales to B2B customers in the US, as well as management and administration of the Group, Parent Company and Group-wide activities.

SIGNIFICANT EVENTS DURING THE YEAR

On 30 September, Viva eCom Group, Viva Wine Group's e-commerce business, divested a warehouse property in Germany in a sale-and-leaseback transaction as part of the ongoing integration of existing and acquired e-commerce operations in order to achieve efficiencies

Income

Operating profit in the Nordic segment increased to SEK 71 (49) million. The acquired business in Norway contributed SEK 26 million in the months of 2022 for which they do not have corresponding comparative figures in 2021, since the acquisition occurred in November 2021.

Operating profit for full-year 2022 in the eCom segment was SEK 47 (-13) million; the change largely related to non-recurring items. Items affecting comparability in 2022 mostly relates to the restructuring of the eCom segment and include the positive effect of the disposal of the warehouse property in Butzbach and impairment of the surplus value where the logistics operations of Wine Logistik and the V-nexus e-commerce platform will be wound down. Net effect on operating profit was SEK 50 million.

Operating loss in the Other segment was SEK -12 (193) million. The change was largely attributable to non-recurring items in 2021. Items affecting comparability in 2021 include the non-cash effect from the revaluation of the previous associated company share in the acquisition of NBG of SEK 213 million, as well as listing costs of SEK -32 million.

Net profit

Net profit for full-year 2022 was SEK 278 (465) million, where 2021 was strongly impacted by non-recurring items recognised under consolidated operating profit for full-year 2022. Net financial income for the year was SEK 49 (18) million, where the Group has positive currency effects.

Financial position and liquidity

On 30 September, Viva eCom Group, Viva Wine Group's e-commerce business, divested a warehouse property in Germany in a sale-and-leaseback transaction as part of the ongoing integration of existing and acquired e-commerce operations in order to achieve efficiencies and synergies.

The sale price exceeded the book value of the asset and positively impacted the Group's financial position with an effect on EBITA of SEK 65 million. The lease is less than 12 months and is therefore excluded under the applied short-term lease exemption.

On 1 April, Viva Wine Group AB acquired 100 percent of the shares and voting power in Vinklubben i Norden AB (formerly Mylöst Food & Beverage AB). With this acquisition, Viva Wine Group further strengthened its relationship with Swedish consumers and continues the strategy of strengthening the Company's growth with strategically important acquisitions. Vinklubben i Norden AB had total assets of SEK 14 million at the time of the acquisition. The purchase price was SEK 121 million and was paid in cash. See Note 29 for more information. Cash and cash equivalents at 31 December 2022 totalled SEK 339 (331) million. In addition, at the end of the period there were unused credit lines of SEK 155 million. Group net debt, including lease liabilities under IFRS 16, totalled SEK 491 (345) million at 31 December 2022. Net debt/EBITDA, for the last 12-month period, was 1.1 (0.9).

Cash flow

Cash flow from operating activities increased by SEK 128 million to SEK 286 (158) million in 2022.

Cash flow from investing activities totalled SEK -5 (-1,589) million. Cash flow during the year includes the sale of the warehouse property in Butzbach, which had a positive cash flow effect of SEK 111 million, and the business combination of Vinklubben i Norden AB, which had a cash flow effect of SEK -119 million.

Cash flow from financing activities totalled SEK -281 (1,714) million. Cash flow for the year is related to repayments of loans from credit institutions of SEK -105 million, dividends of SEK -133 million to the shareholders of the Parent Company and SEK -21 million to non-controlling interests. Other cash flows from financing activities totalled SEK -21 million.

Cash flow for the year totalled SEK 1 million and after exchange rate differences in cash and cash equivalents of SEK 7 million, the Group's cash and cash equivalents increased to SEK 339 million.

Equity

Consolidated equity at 31 December 2022 was SEK 1,865 (1,736) million, and the equity ratio was 48 (46) percent. Profit for the year amounts to SEK 278 million. During the period, a total of SEK -155 million was distributed of which SEK -133 million was distributed to shareholders of the Parent Company.

FUTURE DEVELOPMENTS

The process of streamlining the Group's European e-commerce business, which began in connection with the acquisition of Vicampo, has been underway throughout the year and is now almost complete. From 2023 our e-commerce business will be optimized for continued profitable growth.

The Group intends to continue working to achieve synergies between the Swedish and Nordic business segments in the efficient organisation that is now in place in both Nordic monopoly markets.

Based on the combination of organic growth in several segments and a continued acquisition strategy, the Group is expected to continue to grow.

RISKS AND UNCERTAINTIES

The Group's profitability is sensitive to changes in exchange rates, particularly in EUR/SEK and EUR/NOK, for which reason the Group works with currency hedging through futures and other instruments. As of 1 October 2022, the Group applies hedge accounting, cash flow hedging, for forward exchange contracts entered into after this date. The hedge accounting relates to hedging of foreign currency purchases. Changes in the value of the effective portion of forward exchange contracts are recognised in other comprehensive income and accumulated in the hedging reserve in equity. Amounts in the hedging reserve are subsequently included in the cost of inventories and thus affect the profit and loss item Goods for resale. A more detailed description of risks and uncertainties can be found in Note 22 and in the Risk section for operational risk on pages 66-67.



ENVIRONMENTAL IMPACT

The Group is aware of its sustainability impact and works systematically to reduce the negative effects of its operations and to create business solutions that have a positive impact on people and the environment. The Company is convinced that caring for people and the environment will benefit its business, particularly over the long term. The Group also recognises the impact of climate change on its operations and is actively working to mitigate it. For more information on the Group's sustainability work, see the Sustainability chapter on pages 41-63 and the related notes on pages 130-132. Each company in the Group holds the necessary permits for the import and handling of alcoholic beverages.

THE SHARE

The Viva Wine Group share has been listed on Nasdaq First North Premier-Growth Market since 14 December 2021 and 2022 was the first full year during which the share was traded. The closing price for the year was SEK 45. Viva Wine Group's market capitalisation at year-end was SEK 3,997 (5,284) million.

Largest shareholders 31 Dec 2022

NAME	NUMBER OF SHARES	CAPITAL, %	VOTES, %
Late Harvest Wine Holding 1971 AB	23,273,482	26.20	26.20
Vin & Vind AB	23,273,482	26.20	26.20
Legendum Capital AB	9,380,889	10.56	10.56
Bergdahl & Son Aktiefond	6,942,857	7.82	7.82
Swadler	4,181,370	4.71	4.71
Capital Group	4,081,633	4.59	4.59
Erik Selin	3,859,133	4.34	4.34
Arlinto AB	3,149,160	3.55	3.55
Danica Pension	1,172,891	1.32	1.32
Verma Mutual Pension Insurance Company	825,000	0.93	0.93
Total 10	80,139,897	90.22	90.22
Other	8,691,987	9.78	9.78
Total number of shareholders	8,232		
TOTAL NUMBER OF SHARES	88,831,884		

SUSTAINABILITY REPORT

In accordance with Chapter 6, Section 11 of the Swedish Annual Accounts Act, Viva Wine Group has chosen to prepare the statutory sustainability report as a separate report from the annual report. The sustainability report has been submitted to the auditor at the same time as the annual report. The sustainability report can be found on pages 6-23, 41-63, 68-69 and 130-132 of this document.

NUMBER OF EMPLOYEES

The average number of employees in the Group was 333 in 2022, up from 240 in the previous year. The proportion of women was 50 percent and 50 percent men (54 percent women and 46 percent men).

REMUNERATION POLICY FOR SENIOR EXECUTIVES

The Board's proposed remuneration policy for senior executives, to be presented at the 2023 Annual General Meeting of Shareholders for approval, is consistent

Consolidated statement of profit or loss

AMOUNTS IN SEK MILLION	NOTE	2022	2021
OPERATING INCOME			
Net sales	3, 4	3,025	3,331
Other operating income	5	81	8
Total income		3,905	3,339
OPERATING EXPENSES			
Goods for resale		-2,945	-2,543
Other external expenses	6	-271	-261
Personnel expenses	7	-243	-185
Depreciation, amortisation and impairment of intangible and tangible assets	12, 13	-143	-59
Profit from participations in associated companies and joint ventures	15	8	233
Other operating expenses		-0	-3
Operating profit		310	521
FINANCIAL INCOME AND EXPENSES			
Financial income	8	128	40
Financial expenses	9	-79	-22
Profit/loss after financial items		359	539
Tax	10	-81	-74
NET PROFIT FOR THE YEAR		278	465
Net profit for the year attributable to			
Parent Company shareholders		254	414
Non-controlling interests		24	51
Earnings per share			
Basic earnings per share (SEK)	11	2.86	6.63
Diluted earnings per share (SEK)	11	2.86	6.63

Consolidated statement of comprehensive income

AMOUNTS IN SEK MILLION	NOTE	2022	2021
Net profit/loss for the year		278	465
OTHER COMPREHENSIVE INCOME			
Items that may be reclassified to profit or loss (after tax)			
Translation difference		22	7
Cash flow hedges, net of tax		6	-
Other comprehensive income for the year, net of tax		28	7
Comprehensive income for the year, net of tax		305	472
Comprehensive income for the year attributable to			
Parent Company shareholders		264	420
Non-controlling interests		41	5



Consolidated statement of financial position

AMOUNTS IN SEK MILLION	NOTE	31 DEC 2022	31 DEC 2021
ASSETS			
NON-CURRENT ASSETS			
Goodwill	12	951	821
Other intangible assets	12	1,186	1,170
Tangible assets	13	10	50
Right-of-use assets	16	53	57
Participations in associated companies and joint ventures	15, 16	61	54
Deferred tax assets	10	8	11
Other securities held as non-current assets	16	3	0
Other non-current receivables	16	19	19
Total non-current assets		2,290	2,183
CURRENT ASSETS			
Inventories	17	535	477
Trade receivables	16	670	730
Receivables from associated companies	16	5	12
Current tax assets	0	0	2
Other receivables	16	21	20
Derivative instruments	16	8	10
Prepaid expenses and accrued income	18	37	46
Cash and cash equivalents	19	339	331
Total current assets		1,616	1,630
TOTAL ASSETS		3,905	3,813
EQUITY AND LIABILITIES			
EQUITY			
Share capital	22	1	1
Other contributed capital		1,376	1,376
Reserves		11	4
Retained earnings including net profit for the year		382	281
Total equity attributable to the shareholders of the Parent Company		1,770	1,662
Non-controlling interests		95	75
Total equity		1,865	1,736
NON-CURRENT LIABILITIES			
Liabilities to credit institutions	22	689	732
Lease liabilities	14	37	41
Deferred tax liabilities	10	310	309
Other non-current provisions	23	19	10
Other non-current liabilities	22	3	0
Total non-current liabilities		1,058	1,092
CURRENT LIABILITIES			
Liabilities to credit institutions	22	89	86
Trade payables	22	427	443
Advances from customers	22	3	6
Liabilities to associated companies	22	44	23
Current tax liabilities	33	33	29
Lease liabilities	14	16	17
Derivative instruments	16, 22	1	1
Current provisions	23	3	5
Other current liabilities	24	318	333
Accrued expense and prepaid income	25	50	41
Total current liabilities		984	985
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES		3,905	3,813

Consolidated statement of changes in equity

AMOUNTS IN SEK MILLION	Equity attributable to the shareholders of the Parent Company					Total equity attributable to Parent Company shareholders	Non-controlling interests	Total equity
	NOTE 21	Share capital	Other contributed capital	Hedging reserve	Translation reserve	Retained earnings incl. net profit for the year		
OPENING EQUITY, 1 JAN 2021		0	-	-	-3	341	338	66
Net profit for the year		-	-	-	-	414	414	51
Other comprehensive income for the year		-	-	-	6	-	6	1
Comprehensive income for the year		-	-	-	6	414	420	52
Transactions with the Group's owners								
New share issue net of transactions costs and tax *		0	1,376	-	-	-	1,376	-
Bonus issue		0	-	-	-	-0	-	-
Issue of warrants		-	2	-	-	-	2	-
Non-controlling interests arising from the acquisition of subsidiaries		-	-	-	-	-	-	53
Transactions with non-controlling interests		-	-	-	-	-442	-442	-45
Dividend		-	-	-	-	-31	-31	-83
Total		1	1,376	-	-	-473	983	-43
CLOSING EQUITY, 31 DEC 2021		1	1,376	-	4	281	1,662	75
OPENING EQUITY, 1 JAN 2022		1	1,376	-	4	281	1,662	75
Net profit for the year		-	-	-	-	254	254	24
Other comprehensive income for the year		-	-	6	4	-	10	17
Comprehensive income for the year		-	-	6	4	254	264	41
Transfer of cash flow hedge reserve to non-controlling interests and tax reversed to profit or loss		-	-	-2	-	-	-2	-
Transactions with the Group's owners								
Transactions with non-controlling interests		-	-0	-	-	-20	-20	0
Dividend		-	-	-	-	-133	-133	-22
Total		-	-0	-	-	-153	-153	-21
CLOSING EQUITY, 31 DEC 2022		1	1,376	4	8	382	1,770	95

* New share issue includes issue expenses of SEK -48 million and tax effect of the issue expenses of SEK 10 million.



Consolidated statement of cash flows

AMOUNTS IN SEK MILLION	NOTE	2022	2021
OPERATING ACTIVITIES			
Profit after financial items		359	539
Adjustment for non-cash items	26	107	-180
Dividends from associated companies		2	10
Tax paid		-106	-73
Cash flow from operating activities before changes in working capital		362	297
Cash flow from change in working capital			
Change in inventories		-63	23
Changes in operating receivables		54	-55
Changes in operating liabilities		-67	-106
Net cash from operating activities		286	158
INVESTING ACTIVITIES			
Business combinations	29	-119	-1 217
Divestment of subsidiaries	29	9	-
Acquisition of intangible assets		-1	-105
Acquisition of tangible assets		-4	-4
Divestment of tangible assets		111	-
Redemption of shares, purchase of minority interests		-	-265
Change in other financial assets		-0	1
Cash flow from investing activities		-5	-1 589
FINANCING ACTIVITIES			
New share issue*	21	-	1 152
Payment of warrants		-	2
Dividend paid to Parent Company shareholders		-133	-31
Dividend paid to non-controlling interests		-21	-52
Transactions with non-controlling interests		-1	-
Change in overdraft facility		-1	-60
Borrowings		0	1 570
Repayment of debt		-105	-854
Repayment of lease liability		-18	-13
Cash flow from financing activities		-281	1 714
CASH FLOW FOR THE YEAR		1	283
Cash and cash equivalents at the beginning of the year		331	42
Exchange rate differences in cash and cash equivalents		7	6
Cash and cash equivalents at the end of the year		339	331
Interest with cash flow impact included in operating activities			
Interest received		2	2
Interest paid		-19	-14

* New share issue includes issue expenses of SEK -48 million.

Parent Company income statement

AMOUNTS IN SEK MILLION	NOTE	1 Jan 2022 -31 Dec 2022	1 Jan 2021 -31 Dec 2021
OPERATING INCOME			
Other operating income		7	5
Total income		7	5
Other external expenses	6	-18	-39
Personnel expenses	7	-7	-4
Operating profit		-19	-38
Profit from participations in Group companies			-
Profit from participations in associated companies	20	169	-
Interest income and similar income items	15	1	7
Interest expenses and similar income items	8	135	22
Interest expenses and similar income items	9	-117	-14
Profit after financial items		170	-24
Aspirations	10, 28	-6	79
Profit before tax		164	55
Tax on net profit for the year	10	-4	-10
NET PROFIT FOR THE YEAR		161	124

Parent company statement of comprehensive income

AMOUNTS IN SEK MILLION	NOTE	2022	2021
Net profit for the year		161	124
Other comprehensive income		-	-
Comprehensive income for the year		161	124



Parent Company balance sheet

AMOUNTS IN SEK MILLION	NOTE	31 Dec 2022	31 Dec 2021
ASSETS			
Financial assets			
Participations in Group companies	15	986	866
Participations in associated companies	20	0	0
Participations in other holdings	3	3	—
Total financial assets		989	866
Total non-current assets			
		989	866
Current assets			
Receivables from Group companies	28	1,364	1,491
Other receivables		1	3
Prepaid expenses and accrued income		1	0
Cash and bank balances	19	245	232
Total current assets		1,610	1,725
TOTAL ASSETS		2,599	2,592
EQUITY AND LIABILITIES			
Equity			
Share capital	21	1	1
Restricted equity			
		1	1
Overkursfond		1,376	1,376
Retained earnings		208	296
Net profit for the year		161	45
Unrestricted equity		1,744	1,717
Total equity		1,745	1,718
Untaxed reserves			
Tax allocation reserve	10	6	—
Total untaxed reserves		6	—
Non-current liabilities			
Borrowing from credit institutions	22	689	713
Total non-current liabilities		689	713
Current liabilities			
Trade payables		1	11
Liabilities to Group companies	28	67	69
Borrowing from credit institutions	22	87	80
Other current liabilities		4	1
Accrued expenses and prepaid income		1	1
Total current liabilities		160	161
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES		2,599	2,592

Parent company statement of changes in equity

AMOUNTS IN SEK MILLION	NOTE	Restricted equity		Retained earnings incl. net profit for the year	Total equity
		Share capital	Share premium reserve		
OPENING EQUITY, 1 JAN 2021	21	0	—	327	327
Net profit for the year		—	—	45	45
Comprehensive income for the year		—	—	45	45
Transactions with owners of the Parent Company					
New share issue net of transactions costs and tax *		0	1,374	—	1,374
Bonus issue		0	—	-0	—
Issue of warrants		—	2	2	2
Dividends paid		—	—	-31	-31
Total		1	1,376	-31	1,345
Closing equity, 31 Dec 2021		1	1,376	341	1,718
OPENING EQUITY, 1 JAN 2022					
		1	1,376	341	1,718
Net profit for the year		—	—	161	161
Comprehensive income for the year		—	—	161	161
Transactions with owners of the Parent Company					
Dividends paid		—	—	-133	-133
Warrants		—	-0	—	-0
Total		—	-0	-133	-134
Closing equity, 31 Dec 2022		1	1,376	368	1,745

* New share issue includes issue expenses of SEK -48 million and tax effect of the issue expenses of SEK 10 million.

Parent company statement of cash flows

AMOUNTS IN SEK MILLION	NOTE	2022	2023
OPERATING ACTIVITIES			
Profit after financial items		170	-24
Adjustment for non-cash items	26	93	—
Tax paid		-4	—
Cash flow from operating activities before changes in working capital		259	-24
Cash flow from change in working capital			
Changes in operating receivables		100	-977
Changes in operating liabilities		-9	-63
Net cash from operating activities		350	-1,064
INVESTING ACTIVITIES			
Acquisition of participations in Group companies	29	-122	-559
Cash flow from investing activities		-122	-559
FINANCING ACTIVITIES			
Dividends paid		-133	-31
New share issue*	21	—	1,152
Payment of warrants		—	2
Loans raised from credit institutions		—	1,575
Repayment of debt		-82	-782
Change in overdraft facility		—	-61
Cash flow from financing activities		-215	1,855
Cash flow for the year		13	232
Cash and cash equivalents at the beginning of the year		232	—
Cash and cash equivalents at the end of the year		245	232
Interest with cash flow impact included in operating activities			
Interest received		28	17
Interest paid		-17	-12

* New share issue includes issue expenses of SEK -48 million.

Notes for the Group

Note 1 Significant accounting policies

This Annual Report and the consolidated financial statements relate to the Swedish Parent Company Viva Wine Group AB with corporate registration number 559178-4953 and its subsidiaries.

The Group's principal activity is to trade in alcoholic beverages. Viva Wine Group develops, imports, markets and sells both own and partner brands in most growing markets worldwide.

The Parent Company is a limited liability company with its registered office in Stockholm, Sweden. The address of the head office is Blasieholmsgatan 1A SE-111 48 Stockholm, Sweden

On 24 April 2023, the Board of Directors approved this Annual Report and Consolidated Financial Statements, which will be presented for adoption at the Annual General Meeting on 16 May 2023.

ANALYSIS OF PREPARATION OF THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

The consolidated accounts have been prepared in accordance with the International Financial Reporting Standards (IFRS) issued by the International Accounting Standards Board (IASB) and interpretations issued by the IFRS Interpretations Committee (IFRIC) as adopted by the European Union (EU). The Group has also applied the Swedish Annual Accounts Act (1995:1554) and Recommendation RFR 1 "Supplementary Accounting Rules for Groups", issued by the Swedish Financial Reporting Council.

The consolidated accounts have been prepared based on the assumption of a going concern. Assets and liabilities are measured based on cost, with the exception of certain financial instruments that are measured at fair value. The consolidated accounts have been prepared in accordance with the acquisition method, and all subsidiaries in which a controlling interest is held have been consolidated as of the date this interest was received.

The preparation of financial statements in accordance with IFRS requires the use of several accounting estimates in the management for a accounting purposes. Those areas that include a high level of judgement, and are therefore, subject to a greater risk of misstatement, are set out in Note 2 Key estimates and judgements for the consolidated accounts, as stated in Note 2 Key estimates and judgements.

These judgements and assumptions are based on the best available information, management's experience and the prevailing circumstances. Actual outcomes may differ from judgements made if such judgements are changed or other circumstances are in place.

The Parent Company has applied the same accounting policies as those applied in the consolidated financial statements except as set out below in the section "Parent Company's accounting policies". The Parent Company applies the Swedish Annual Accounts Act (1995:1564) and Recommendation RFR 2 Financial Reporting for Legal Entities. The deviations that occur are caused by restrictions on the possibilities of applying RFRS in the Parent Company as a result of the Annual Accounts Act and Parent tax rules.

Unless otherwise indicated, the accounting policies stated below were applied consistently to all periods presented in the consolidated financial statements.

STATEMENTS OF PREPARATION OF THE PARENT COMPANY'S FINANCIAL STATEMENTS

The Parent Company has prepared its annual accounts in accordance with the Annual Accounts Act (1995:1554) and the recommendation RFR 2 "Accounting for Legal Entities" issued by the Swedish Financial Reporting Authority. The Parent Company applies the same accounting policies as the Group with the exceptions and additions set out in RFR 2. This means that RFR 3 is applied with the exceptions set out below. The accounting policies detailed below were applied consistently to all periods presented in the Parent Company's financial statements, unless stated otherwise.

The income statement and balance sheet for the Parent Company are prepared in accordance with the presentation requirements of the Annual accounts Act, while the statement of comprehensive income, statement of changes in equity and statement of cash flows are based on IAS 1 Presentation of Financial Statements and IAS 7 Statement of Cash Flows, respectively.

CONSOLIDATION

Subsidiaries
Subsidiaries are all entities over which Viva Wine Group AB has a controlling interest. The Group controls an entity when it is exposed or

has rights to variable returns from its involvement with the investee and has the ability to affect those returns through its power over the entity. Subsidaries are included in the consolidated accounts from the date on which controlling influence is transferred to the Group, and are eliminated from the consolidated accounts from the date on which the controlling

Subsidiaries are recognised using the acquisition method. This method entails that the acquisition of a subsidiary is viewed as a transaction through which the Group indirectly acquires the assets of the subsidiary and assumes its liabilities. The acquisition analysis determines the fair value on the acquisition date of the identifiable assets, assumed liabilities and any non-controlling interests. Any transaction costs that arise, except

For transactions costs attributable to issues of equity instruments or debt instruments, the difference between the fair value of the instruments and the carrying amount of the instruments is recognised directly in profit or loss for the year. In the case of equity instruments, the difference is recognised in equity. In the case of debt instruments and business combinations, where the transferred consideration exceeds the fair value of the acquired assets and assumed liabilities that are to be recognised separately, the difference is recognised as goodwill. Should the difference be negative, which is known as a bargain purchase, it is recognised directly in profit or loss for the year.

Non-controlling Interests

Non-controlling interests, i.e. shares in subsidiaries that are directly or indirectly attributable to a parent company, are recognised separately in equity. Changes in participating interest that do not cause the parent company to lose its controlling interest are recognised as an equity transaction.

Related-party transactions

The Group's related parties include its owners, Group management, subsidiaries, joint ventures and associated companies. Related-party transactions in the consolidated accounts comprise remuneration to senior executives as well as purchases from and sales to joint ventures and associated companies. For information about related-party transactions, refer to Note 28.

Associated companies and jointly controlled entities

Shareholdings in associated companies in which the Group holds no less than 20% and not more than 50% of the votes or in another manner have a significant influence are recognised in accordance with the equity method. The equity method entails that the carrying amount of the shares in associated companies and joint ventures recognised in the Group corresponds to the Group's participation in the associated companies' and joint ventures' equity and consolidated surplus or deficits. The equity method is applied until the date on which the significant influence ceases or the jointly owned company ceases to be jointly owned.

Transactions eliminated on consolidation

intra-Group receivables and liabilities, revenue or expenses, and unrealised gains or losses arising in intra-Group transactions between Group companies are eliminated in their entirety when preparing the consolidated accounts.

CURRENCY

Functional currency and presentation currency
The functional currency of the Parent Company is Swedish kronor (SEK), which is also the presentation currency for the Parent Company and the Group. All amounts in this report are presented in millions of Swedish kronor (SEK million), unless otherwise stated. Rounding differences may occur.

Transactions in foreign currency

Transactions in foreign currency are translated into the functional currency at the exchange rate on the transaction date. Monetary assets and liabilities in foreign currency are translated into the functional currency at the exchange rate on the balance-sheet date. Non-monetary items measured at historical cost in a foreign currency are not translated. Exchange rate differences that arise during translation are recognised in net profit for the year as financial items.

Translation of foreign subsidiaries

Assets and liabilities in foreign operations are translated from the foreign operations' functional currency to the Group's presentation currency at the exchange rate prevailing on the balance-sheet date. Revenue and expenses in foreign entities are translated to SEK at the average exchange



lease liabilities are not included in the Parent Company's balance sheet. However, leases are identified in accordance with IFRS 16, in that a contract is or contains a lease if the contract transfers the right during a given period to determine the use of an identified asset in exchange for remuneration.

PARTICIPATIONS IN SUBSIDIARIES

Participations in subsidiaries are accounted for in the Parent Company in accordance with the cost method. This means that participations are included in the carrying amount of the holding. Where the book value exceeds the consolidated value of the holdings, an impairment loss is recognised and charged to the income statement. An impairment analysis is performed at the end of each reporting period. Where a previous impairment is no longer justified, it is reversed.

Assumptions are made about future conditions in order to calculate future cash flows that determine the recoverable amount. The recoverable amount is the maximum of the carrying amount and the fair value less costs of disposal, on a cash flow basis for any impairment or reversal. The assumptions that most affect the recoverable amount are future profitability, discount rate and useful life. If future environmental factors and conditions change, assumptions may be affected so that the carrying amounts of the Parent Company's assets change.

IMPAIRMENT OF NON-FINANCIAL ASSETS

The Group tests for impairment in the event that there are indications of a decline in value in tangible or intangible assets, meaning whenever events or changes in circumstances indicate that the carrying amount is greater than the recoverable amount. Recoverable amounts are determined as follows. Moreover, assets with an indefinite useful life, meaning the Group's goodwill, are impairment tested annually by calculating the recoverable amount of the asset regardless of whether there are indications of a decline in value.

Impairment is recognised at the amount by which the carrying amount of the asset exceeds its recoverable amount. A recoverable amount is the maximum of the carrying amount and the fair value less costs of disposal, on a cash flow basis for any impairment or reversal. When determining the recoverable amount, cash flows are grouped down to the lowest level where separate identifiable cash flows (cash-generating units) exist. When impairment requirements are identified for a cash-generating unit (or group of units), the impairment amount is primarily allocated to goodwill. Other assets in the unit (or group of units) are then allocated to other non-financial assets in proportion to their carrying amounts. If the carrying amount of an asset is greater than its recoverable amount, a discount rate that takes into account risk-free interest and the risk related to the specific asset. Impairment is charged to profit or loss.

Previously recognised impairment is reversed if the recoverable amount of an amount greater than what the carrying amount would have been if impairment had not been recognised in previous periods. Any reversals are recognised in profit or loss. However, impairment of goodwill is never reversed.

APPROPRIATIONS AND SHAREHOLDERS' CONTRIBUTIONS

Shareholders' contributions paid are recognised as an increase in the value of the Group's equity. Shareholders' contributions received in exchange for shares are recognised as a decrease in the value of the Group's equity where there is a need for impairment of the value of the shares and participations in question.

The Parent Company uses IFRS 2's alternative rule for accounting for group contributions, which means that group contributions received and paid are recognised as appropriations in the income statement. The tax effect is recognised in the income statement in accordance with IAS 12.

Unlike the Group, the Parent Company recognises unutilised reserves in the balance sheet without a breakdown by equity and deferred tax liability. The Parent Company's income statement includes the portion of appropriations to deferred tax expense in the income statement.

FINANCIAL INSTRUMENTS

Financial instruments are every form of agreement that gives rise to a financial asset and a corresponding liability or asset and a financial liability or asset in the same transaction. Financial assets and liabilities are recognised in the balance sheet in net amounts. Financial assets and liabilities are classified as current or non-current receivables, trade receivables, receivables from associated companies, other receivables, derivative instruments, and cash and cash equivalents. Liabilities include overdraft facilities, other liabilities to credit institutions, other liabilities to banks, trade payables, liabilities to customers, liabilities to associated companies, and other liabilities to other current liabilities, and accrued expenses. Recognition depends on how the financial instruments have been classified.

Recognition and derecognition

Financial assets and liabilities are recognised when the Group becomes a party under the contractual terms of the instrument. Transactions in financial assets are recognised on the transaction date, which is the date when the Group undertakes to acquire or dispose of the assets. Trade receivables are recognised at the balance sheet once an invoice has been issued and the Group has no further obligations to the customer. Trade receivables are recognised when the counterparty has performed and there is a contractual obligation to pay, even if the invoice has not yet been received. Trade payables are recognised once the invoice has been received.

A financial asset is derecognised from the balance sheet (in whole or in part) when the rights in the contract have been realised or expired, or when the Group no longer has control over it. A financial liability is derecognised from the balance sheet (in whole or in part) when the obligation has been extinguished, or when the Group has transferred the liability to another party and the liability is fully or partially released. A financial asset and a financial liability are offset and recognised net in the balance sheet when there is a legal right to offset the recognised amounts and the intention is either to settle the net amount or to realise the asset at the same time as the liability is settled. Gains and losses from derecognition in the balance sheet are recognised in the income statement. On every reporting date, the company evaluates the need for impairment pertaining to expected credit losses for a financial asset or group of financial assets as well as any other existing credit exposure.

Classification and measurement

Financial assets

Debt instruments: Classification of financial assets that are debt instruments is based on the contractual cash flows that the assets generate and the character of the contractual cash flows of the asset. The instruments are classified as:

- Amortised cost;
- Fair value through profit or loss.

Financial assets classified at amortised cost are held under the business model of collecting contractual cash flows that are solely payments of principal and interest on the principal amount outstanding. Financial assets classified at fair value through profit or loss are held under the business model of trading assets. Following initial recognition, the assets are measured according to the effective interest rate method. The assets are subject to a loss allowance for expected credit losses. The Group's financial assets that constitute debt instruments classified at amortised cost are presented in Note 16 Financial instruments.

Derivatives are classified at fair value through profit or loss, except where hedge accounting is applied. See the Derivatives and hedge accounting section. Derivatives are classified at fair value through profit or loss, except where they are held at fair value through other comprehensive income. Nor does the Group hold any financial assets that constitute debt instruments classified at fair value through profit or loss.

Fair value is determined in accordance with the description in Note 16 Financial instruments.

Financial liabilities

Financial liabilities, except derivative instruments, are classified at amortised cost. Financial liabilities recognised at amortised cost are initially measured at fair value including transaction costs. Following initial recognition, they are measured at amortised cost using the effective interest rate method.

Borrowing is classified as current liabilities unless the Group has an unconditional right to postpone the payment of the principal for at least 12 months after the balance sheet date. Borrowing costs are recognised in profit or loss in the period to which they are attributable. Accrued interest is recognised as part of short-term borrowing from credit institutions in the event that settlement of the interest is expected within 12 months of the balance sheet date.

Fair value is determined in accordance with the description in Note 16 Financial instruments.

Derivatives and hedge accounting

Derivatives are initially recognised at fair value on the date a derivative contract is entered into and subsequently measured at fair value. The method of recognising the resulting gain or loss depends on whether or not the derivative is designated as a hedging instrument, and if so, what is being hedged. Changes in the fair value of derivatives are recognised in financial instruments. Where a derivative is designated as a hedging instrument, the items where hedge accounting is not applied. The Group uses derivatives to hedge portions of future cash flows from forecast transactions in foreign currencies. IFRS 9 hedge accounting is applied for certain forward exchange contracts. Where hedging instruments are entered into with hedge accounting to be met, the hedging relationship must be:

- Formally identified and designated
- Expected to fulfil the effectiveness criteria, and
- Documented.

The Group assesses, evaluates and documents effectiveness both at hedge inception and on an ongoing basis. Hedge effectiveness is assessed by analysing the economic relationship between the hedged item and the hedging instrument, and by performing statistical analysis. Changes in the value of the underlying item and instrument. In addition, the hedge ratio should be the same in the hedging relationship as in the actual hedge.

From 1 October 2022, the Group applies hedge accounting for cash flow hedges of foreign currency purchases for inventories. Changes in the fair value of a hedging instrument relating to the effective portion of the hedge are recognised in Other comprehensive income and accumulated as a reserve in the balance sheet. Changes in the fair value of the hedging instrument from the ineffective portion of the hedge are recognised immediately in profit or loss. When the hedged forecast transaction results in the recognition of a non-financial asset, the amount accumulated in the hedging reserve is transferred to equity and included in the cost of inventories. The hedge accounting is discontinued when the forecast transaction is completed. On every reporting date, the company evaluates the need for impairment pertaining to expected credit losses for a financial asset or group of financial assets as well as any other existing credit exposure.

Hedge accounting cannot be terminated by decision.

- The hedging instrument expires or is sold, terminated or exercised.
- Credit risk diminishes the value changes resulting from the economic relationship
- When hedge accounting no longer meets the risk management objective.

For cash flow hedges, any gain or loss recognised in other comprehensive income and accumulated in equity at the date of discontinuation of the hedge remains in equity until the inventory is purchased. When a forecast transaction is no longer expected to occur, the gain or loss accumulated in equity is recognised immediately in profit or loss.

Parent Company

Because of the relationship between accounting and taxation, the rules on financial instruments under IFRS 9 are not applied in the Parent Company as a legal entity; instead, the Parent Company applies the cost method in accordance with the Swedish Annual Accounts Act. Accordingly, in the Parent Company, financial assets are measured at cost. The carrying amount of current financial assets at the lower of cost or market, with the application of an impairment loss for expected credit losses in accordance with IFRS 9 for an impairment loss that is debt instrument. In cases where the Parent Company enters into derivatives that are mirrored onto Group companies, these derivatives are valued as an item in a securities portfolio in accordance with IFRS 9.

The Parent Company applies the exemption not to measure financial instruments at fair value through profit or loss, but instead applies the measurement principles of IAS 37 Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets.

IMPAIRMENT OF FINANCIAL ASSETS

Financial assets, except those classified at fair value through profit or loss, or equity instruments that are measured at fair value through other comprehensive income are covered by impairment for expected credit losses. Impairment of credit losses in accordance with IFRS 9 is exposure to forward-looking, and a loss allowance is made when there is an exposure to credit loss. Expected credit losses reflect the current value of all deficits in the cash flow attributable to defaults, either for the next 12 months or for the expected remaining tenor of the financial instrument, depending on the type of asset and on credit impairment since initial recognition.

The simplified model is applied for trade receivables. In the simplified model, a loss allowance is recognised for the expected remaining tenor of the receivable or asset.

For other items covered by expected credit losses, a three-stage impairment model is applied. A loss allowance is made when there is an exposure to credit loss. A loss allowance is recognised for the expected remaining tenor of the asset depending on the remaining tenor (stage 1). If there has been a substantial increase in credit risk since initial recognition that results in a rating below investment grade, a loss allowance is recognised for the remaining tenor of the asset (stage 2). For assets deemed to be in default, a loss allowance is recognised for the remaining tenor of the asset (stage 3). For credit-impaired assets and receivables, the calculation of interest income is based on the carrying amount of the asset, net of loss allowance, in contrast to the gross amount as in previous stages. The Group's assets are deemed to be at stage 1, meaning no material increase in credit risk has occurred.

The measurement of expected credit losses is based on different methods; refer to the Group's Note 22 Financial risks. Individual assessments are made for credit-impaired assets and receivables as well as receivables,

which take into account past, current and forward-looking information. The measurement of expected credit losses takes into account any collateral and other credit enhancement in the form of guarantees.

The financial assets are recognised at amortised cost in the balance sheet, meaning net of gross value and loss allowance. Changes in the loss allowance are recognised in profit or loss.

PARENT COMPANY

Financial assets, including intra-Group receivables, are written down for expected credit losses. For the methodology regarding impairment for expected credit losses, see Note 22.

Expected credit losses on financial assets have not been recognised for the Parent Company, as the amount is deemed to be immaterial.

INVENTORIES

Inventories are measured at the lower of cost and net realisable value. When calculating the net realisable value, an assumption is made about discounting items, such as items, damaged goods and obsolete sales value based on available information. See Note 17 for more information.

CASH AND CASH EQUIVALENTS

Cash and cash equivalents comprise cash as well as immediately available balances in banks and corresponding institutions. Cash and cash equivalents are covered by loss allowance requirements for expected credit losses.

EQUITY

The Company's shares consist of ordinary shares, which are recognised as share capital. The share capital is recognised at its quote value, and the excess portion is recognised as Other contributed capital. Transaction costs that can be directly attributed to an issue of new shares are recognised, net of tax, in equity as a deduction from the issue proceeds.

PROVISIONS

A provision is recognised in the balance sheet when the Company has an existing legal or informal obligation as a result of an event that has occurred. It is probable that an outflow of financial resources will be required to settle the obligation, and the amount can be reliably estimated. Where the effect of the obligation is not recognised as a liability, it is calculated through the discounting of the anticipated future cash flow at an interest rate before tax that reflects current market assessments of the time value of money and, if applicable, the risks related to the liability. Provisions are reassessed at the end of every reporting period.

CONTINGENT LIABILITIES

A contingent liability is recognised when there is a possible commitment originating from events that have occurred and whose occurrence is confirmed only by one or several uncertain future events or when there is a commitment that is not recognised as a liability or provision because it is probable that an outflow of resources will be required.

CASH FLOW

The statement of cash flows is prepared using the indirect method. This means that earnings are adjusted for transactions that have not resulted in cash inflows or outflows, such as depreciation, amortisation, and expenses attributable to investing and/or financing activities.



Note 2 Key estimates and judgements

The preparation of financial statements requires that Executive Management make judgements and assumptions that impact the carrying amounts of assets and liabilities, and revenue and cost items, as well as other information submitted. These judgements are based on experience and the assumptions that management and the Board of Directors deem reasonable under the prevailing circumstances. The actual outcome may then differ from these assumptions. Judgements and assumptions that involve a significant risk for material adjustments in the carrying amounts of assets and liabilities during the next financial year. Changes in estimates are recognised in the period when the change is made if the change affects that period only, or in the period when the change is made and in future periods if the change affects both the current period and future periods. Judgements and assumptions that are most material in preparing the company's financial statements are described below.

Impairment testing of goodwill

To determine whether the value of goodwill has decreased, the cash-generating units to which the goodwill is attributable, meaning the respective segments, are measured by discounting the cash flows of the units. In the measurement, assumptions are made regarding future performance, including results achieved, business plans, economic forecasts and market data. Changes in circumstances for these assumptions and estimates could have a material effect on the value of goodwill.

Options
The Group has acquired part of the minority shareholding in the Group company, while at the same time the minority shareholders have an option to sell the remaining shares in the Group company to Viva Wine Group. In accordance with IFRS 3, a liability is recognised for an estimated purchase price for the remaining shares. The Group makes estimates of the amounts that are expected to be paid to sellers. For the remaining shares of the minority in the company, an assessment has been made with regard to the estimated acquisition price, which is based on the estimated fair value of the shares at the time of the acquisition of the shares at early transferred.

Acquisition analyses

Where subsidiaries are acquired, an acquisition analysis is carried out wherein the fair value, on the acquisition date, of acquired identifiable assets and liabilities and contingent liabilities assumed is recognised. The acquisition analysis is based on significant assumptions and judgements of management. Actual values may therefore differ from those included in the acquisition analysis.

Deferred tax

In preparing the financial statements, the Company calculates income tax for each tax jurisdiction in which the Company operates as well as deferred tax on temporary differences. Deferred tax assets that are mainly attributable to carryforwards and temporary differences are recognised if the tax assets are expected to be recovered through future taxable income. Further information on this is provided in Note 10.

Note 3 Operating segments

For accounting and monitoring, the Group has divided its operations into four operating segments. The segments are Sweden, Nordic, (excluding Sweden), eCom and Other. This division is based on geographic domicile and revenue stream. Segment reporting is based on the structure followed by management. Transactions between segments are carried out on the same terms as for external customers.

1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	Sweden	Nordics	eCom	Other	Total segments	Eliminations	Group total
Net sales, external	2,350	679	775	21	3,825	—	3,825
Net sales, intra-Group	3	0	—	3	6	-6	—
Other operating income	6	3	74	53	136	-55	81
Total income	2,360	682	849	77	3,967	-62	3,905
Operating expenses							
Goods for resale	-1,938	-541	-465	-10	-2,954	9	-2,945
Other external expenses	-158	-19	-115	-32	-324	53	-271
Personnel expenses	-52	-25	-125	-60	-262	—	-262
Depreciation, amortisation and impairment of intangible and tangible assets	-8	-25	-97	-14	-144	—	-143
Profit from participations in associated companies and joint ventures	—	—	—	8	8	—	8
Other operating expenses	-0	-0	-0	-0	-0	—	-0
Operating profit	204	71	47	-12	310	—	310
Other disclosures							
Goodwill	76	242	633	—	951	—	951
Investments	2	—	4	—	5	—	5
Total assets	524	592	1,533	2,660	5,310	-1,404	3,905
Total liabilities	652	327	1,581	885	3,445	-1,404	2,041

1 Jan 2021 - 31 Dec 2021	Sweden	Nordics	eCom	Other	Total segments	Eliminations	Group total
Net sales, external	2,348	426	486	72	3,331	—	3,331
Net sales, intra-Group	2	—	—	1	4	-4	—
Other operating income	4	1	3	56	64	-57	8
Total income	2,354	427	489	129	3,400	-61	3,339
Operating expenses							
Goods for resale	-1,838	-346	-312	-53	-2,549	6	-2,543
Other external expenses	-175	-13	-70	-59	-316	55	-261
Personnel expenses	-48	-12	-81	-63	-185	—	-185
Depreciation, amortisation and impairment of intangible and tangible assets	-2	-6	-38	-13	-59	—	-59
Profit from participations in associated companies and joint ventures	—	—	—	233	233	—	233
Other operating expenses	-0	-0	-3	0	-3	—	-3
Operating profit	291	49	-13	193	521	—	521
Other disclosures							
Goodwill	1	234	586	—	821	—	821
Investments	—	0	5	103	109	—	109
Total assets	563	515	1,554	2,660	5,293	-1,480	3,813
Total liabilities	735	281	1,618	921	3,556	-1,480	2,077

Viva Wine Group has three customers that account for more than 10 percent of sales: Systembolaget in Sweden and its counterpart in Finland, Alko, and in Norway, Vinmonopolet. The total revenue from these customers is SEK 363 (417) million and is recognised as part of the Nordics segment. The total revenue from Vinmonopolet amounted to SEK 289 (433) million and is recognised as part of the Nordics segment.



Note 3 Operating segments (cont.)

Disclosures per country in which the Group has operations	Revenue from external customers		Non-current assets	
	31 Dec 2022	31 Dec 2021	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Sweden	2,343	11	340	
Finland	374			
Germany	619	1,417		
Norway	304	525		
Other countries	184	0		
Total	3,825	2,293		

External revenue is based on where the customers are located and the carrying amounts of the non-current assets are based on where the assets are located.

Note 4 Revenue from contracts with customers

Group	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022		1 Jan 2021 - 31 Dec 2021	
	31 Dec 2022	31 Dec 2021	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Contract liabilities	6	9	-7	-9
Opening balance				
Material changes in contract liabilities attributable to normal business	1	-3	-10	-5
Disposals	-4	-	-10	-16
Translation effect	0	1	-1	-1
Closing balance	3	6	-11	-14
Revenue recognised during the year that was incl. as contract liability on 1 January				
	6	9	-3	-5
Total	-271	-261		

Contract liabilities are advance payments from customers for which performance obligations have not been satisfied, which mainly arise in the eCom segment. Contract liabilities are recognised as revenue when the performance obligation of the contract has been satisfied. For the above contractual liabilities as of 31 December, performance obligations are expected to be satisfied during the year 2023. All revenue from contracts with customers is recognised at a point in time.

Note 5 Other operating income

Group	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022		1 Jan 2021 - 31 Dec 2021	
	31 Dec 2022	31 Dec 2021	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Commission revenue	2	2		
Capital gains on sales of tangible and intangible assets	70	-		
Foreign exchange gains	-	1		
Other	8	5		
Total	81	8		

Note 7 Employees and personnel costs

Group	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022		1 Jan 2021 - 31 Dec 2021	
	Average number of employees	Of whom men, %	Average number of employees	Of whom men, %
Average number of employees	2	45	1	100
Parent Company				
Sweden	89	64	76	66
Finland	16	56	44	54
Germany	206	44	130	48
Norway	12	50	2	66
China	8	50	18	44
Total, Group	333	50	240	54
Gender distribution, board and senior executives				
	Average number of employees	Of whom men, %	Average number of employees	Of whom men, %
Board and other senior executives	12	33	9	33
Total	12	33	9	33
Personnel expenses				
Salaries and other benefits				
Social security contributions				
Pension costs				
Other personnel costs				
Total				
Parent Company				
Personnel expenses				
Salaries and other benefits				
Social security contributions				
Pension costs				
Other personnel costs				
Total				
Group				
Remuneration of the Board of Directors and senior executives				
Anders Moberg, Chairman of the Board				
John Wälstedt, Member of the Board (included in senior executives)				
Heleen Faath Øllstedt, Member of the Board				
Anne Thorstad Spberg, Member of the Board				
Mikael Aru, Member of the Board				
Lars Ljungqvist, Member of the Board				
Emil Salte, CEO				
Other senior executives, 5 people				
Total				
Parent Company				
Remuneration of the Board of Directors and senior executives				
Anders Moberg, Chairman of the Board				
John Wälstedt, Member of the Board (included in senior executives)				
Heleen Faath Øllstedt, Member of the Board				
Anne Thorstad Spberg, Member of the Board				
Mikael Aru, Member of the Board				
Lars Ljungqvist, Member of the Board				
Emil Salte, CEO				
Other senior executives, 3 people				
Total				

Note 7 Employees and personnel costs (cont.)

Remuneration of the Board of Directors, CEO and other senior executives

The remuneration of the Board of Directors and other board members are paid in accordance with the resolution of the Annual General Meeting. The remuneration of the Board of Directors for the year 2022 was SEK 650,000 to Anders Moberg, Chairman of the Board, SEK 300,000 each to Board members Anne Therese Sjöberg, Mikael År, Helen Esath Gillestedt, and Lars Jüngeliv, SEK 100,000 to Helen Esath Gillestedt, Chairman of the Audit Committee, and SEK 60,000 to Lars Jüngeliv, Audit Committee member. It was further resolved that board members who are employed by the Company would receive any fee.

The Board members of the Company are not entitled to any benefits after resigning as members of the Board of Directors.

Remuneration of the CEO and other senior executives

Remuneration of the CEO and other senior executives is subject to an annual review in accordance with the Company's guidelines for remuneration.

Guidelines for remuneration of senior executives

The following guidelines for remuneration of employees in the Company were adopted at the Annual General Meeting held on 20 June 2022.

General

These guidelines are intended to help establish the conditions for the remuneration of senior executives. The guidelines are intended to ensure that the Company's long-term interests, including its sustainability, in order to achieve the Company's business strategy, it is necessary that the total annual remuneration is market based and competitive in light of the employee's position and the individual's area of responsibility, authority, experience and other factors. The guidelines include fixed salary, variable remuneration, other remuneration and pension.

Variable remuneration

Variable remuneration is to be based on earnings in relation to established short-term (annual) financial targets or to targets that contribute to financial targets or to value creation for the Company's shares. The aim of remuneration is to fulfil the Company's business strategy and long-term interests. Remuneration is to be paid in cash. Short-term remuneration must not exceed 100% of the individual's annual salary without special approval by the Board of Directors.

Short-term performance targets are to include components for operating profit (Earnings Before Interest and Taxes, EBIT) and an encompassing sustainability targets, targets concerning organic growth, individual targets or a combination thereof.

The Company can also work with long-term remuneration programmes such as share-based remuneration. The long-term remuneration programmes of the Company are based on the share price of the Company. Long-term remuneration programmes in subsidiaries, where the share price is not relevant, should be based on other long-term targets such as growth and EBIT.

Pensions and other benefits

Pensions are to be defined contribution plans and amount to a maximum of 30% of fixed annual salary. The retirement age is generally 67 years. Other benefits can include health insurance, company car benefit and fitness subsidies.

Preparation and decision-making processes

The remuneration committee is to review and approve the terms and conditions for the employment contract of the CEO. Decisions related to the remuneration of other senior executives are to be proposed by the CEO and decided on by the chairman of the Board. Senior executives who are employees report directly to the CEO. The same principles apply to decisions in the Company's guidelines concerning remuneration and decisions on the guidelines for remuneration and decided on by the individual to whom the immediate manager reports.

Concerning the CEO, all matters related to remuneration are to be handled by the Board of Directors' remuneration committee and decided on by the Board of Directors. When the Board of Directors or remuneration committee addresses and decides on remuneration-related matters, senior executives must not be present or attend the meetings in question in order as the matters concern them.

The remuneration committee is also to prepare board decisions concerning remuneration and pension and to report to the Board of Directors. In addition, the Board of Directors is to prepare a remuneration report.

Application and deviations from the guidelines

The Board of Directors has the right to decide to temporarily deviate from the guidelines, entirely or in part, if there are particular reasons in individual cases where a deviation is necessary to fulfil the Company's long-term interests. The Board of Directors is to report to the Annual General Meeting, ahead of board decisions concerning remuneration, including deviations from the guidelines. For positions regulated by laws, other than Swedish law, appropriate adaptations are made concerning pension benefits and other benefits to comply with the applicable legislation and local practice, when the overall aim of the guidelines is to be fulfilled to the greatest extent possible.

The guidelines have not been given preferential rights ahead of binding agreements. The guidelines are not intended to replace existing employment terms and are not applied for agreements already entered into.

Relationships for the CEO and other senior executives should the employment relationship be terminated

The CEO receives a fixed salary of SEK 125,000 per month that is subject to an annual review as of 1 January. The period of notice for both the CEO and the Company is twelve months. Upon termination of employment by the CEO, the CEO is entitled to a fixed salary for twelve months. The CEO is also entitled to a maximum of 60% of the fixed monthly salary during the period in which the CEO is subject to a non-compete agreement, which applies for twelve months after the termination of employment.

Remuneration to other executives consists of fixed salary, pension and benefits. Other senior executives who are not major shareholders in the Company are not entitled to a fixed salary for twelve months after termination in relation to a short-term (annual) financial targets, on performance targets or to value creation for the Company's shares.

Note 8 Financial income

Group	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Assets and liabilities measured at fair value through profit or loss:		
Changes in value of currency derivatives	1	28
Total recognised in profit or loss	1	28
Assets measured at amortised cost:		
Interest income, other financial assets	3	1
Total interest income in accordance with effective interest rate method	3	1
Other financial income:		
Foreign exchange gains	123	11
Other financial items	1	-
Total other financial income	124	11
Total financial income	128	40

Parent Company	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Assets and liabilities measured at amortised cost:		
Interest income on receivables from Group companies	26	17
Interest income on external receivables	2	0
Total interest income in accordance with effective interest rate method	28	17
Other financial income:		
Foreign exchange gains	102	5
Other financial items	6	0
Total other financial income	108	5
Total financial income and similar items	135	22

Note 9 Financial expenses

Group	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Assets and liabilities measured at fair value through profit or loss:		
Changes in value of currency derivatives	-9	-
Total recognised in profit or loss	-9	-
Liabilities measured at amortised cost:		
Interest expenses on liabilities to credit institutions	-17	-13
Interest expenses on other financial liabilities	-1	-2
Total interest expenses in accordance with effective interest rate method	-17	-15

Parent Company	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Assets and liabilities measured at amortised cost:		
Interest expenses on liabilities to credit institutions	-17	-12
Interest expenses, Group companies	-1	-1
Total interest expenses and similar expense items	-17	-12
Other financial expenses:		
Foreign exchange losses	-49	-6
Interest expenses on lease liabilities	-1	-1
Other financial items	-2	-
Total other financial expenses	-53	-7
Total financial expenses	-70	-22

Parent Company	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Assets and liabilities measured at amortised cost:		
Interest expenses on liabilities to credit institutions	-17	-12
Interest expenses, Group companies	-1	-1
Total interest expenses and similar expense items	-17	-12
Other financial expenses:		
Foreign exchange losses	-69	-
Impairment of intra-group loans	-28	-
Original loss for borrowings	-2	-2
Total other financial expenses	-100	-2
Total interest expenses and similar expense items	-117	-14



Note 10 Tax

Group	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Current tax	-110	-51
Total current tax	-110	-51
Deferred tax	29	-24
Deferred tax attributable to temporary differences	29	-24
Total deferred tax	29	-24
Recognised tax in profit or loss	-81	-74
Reconciliation of effective tax rate	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Profit before tax	359	539
Tax according to applicable tax rate for the Parent Company (20.6%)	-74	-111
Tax effect of:		
Non-deductible expenses	-8	-9
Non-taxable revenue	6	5
Non-deductible/taxable income from associates	1	48
Effect of foreign tax rates	7	3
Utilisation of previously non-capitalised loss carryforwards	2	0
Increase in loss carryforwards without a corresponding capitalisation of deferred tax assets	-11	-10
Temporary differences in leases	0	-0
Other	-4	-0
Recognised tax	-81	-74
Effective tax rate	22.5%	13.8%
Parent Company		
Current tax	-4	-10
Current tax on net profit for the year	-4	-10
Total current tax	-4	-10
Recognised tax in profit or loss	-4	-10
Reconciliation of effective tax rate	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Profit before tax*	164	55
Tax according to applicable tax rate for the Parent Company (20.6%)	-34	-11
Tax effect of:		
Non-taxable revenue	36	1
Non-deductible expenses	-6	-
Increase in loss carryforwards without a corresponding capitalisation of deferred tax	-	-
Recognised tax	-4	-10
Effective tax rate	-2%	-18%

*The item is affected by appropriations of SEK -6 (0) million, consisting of the tax allocation reserve.
Tax effects on issue costs of SEK 10 million in 2021 were recognised directly in equity.

Note 10 Tax (cont.)

Disclosures on deferred tax assets and tax liabilities
The tables below specify the tax effect of temporary differences:

Group	Right of use assets	Tax loss carryforwards	Other	Total
Deferred tax assets				
Opening carrying amount, 1 Jan 2022	1	10	-	11
Recognised:				
Through profit or loss	-	-4	1	-3
Translation effect	-0	1	-0	-0
Closing carrying amount, 31 Dec 2022	1	7	1	8
Deferred tax liabilities				
Opening carrying amount, 1 Jan 2021	1	10	6	17
Recognised:				
Through profit or loss	0	-22	-6	-28
Added through business combinations	-	22	-	22
Translation effect	-	-	-	-
Closing carrying amount, 31 Dec 2021	1	10	-	11
Deferred tax liabilities				
Opening carrying amount, 1 Jan 2022		303	6	309
Recognised:				
Through profit or loss		-29	-4*	-33
Through other comprehensive income		-	1	1
Added through business combinations		11	-	11
Translation effect		22	-	22
Closing carrying amount, 31 Dec 2022		306	3	309
Deferred tax liabilities				
Opening carrying amount, 1 Jan 2021		12	-	12
Recognised:				
Through profit or loss		-10	6	-4
Added through business combinations		326	-	326
Translation effect		-25	-	-25
Closing carrying amount, 31 Dec 2021		303	6	309

*This item includes deferred tax on untaxed reserves.
There are tax loss carryforwards for which deferred tax assets have not been recognised in the balance sheet amounting to SEK 250 (147) million, of which SEK 2 million has a time limit within one year, SEK 1 million within two years and the rest have no time limit.
Deferred tax assets were not recognised for these items since it was not deemed probable that the Group would be able to utilise them to offset future taxable profit.



Note 11 Earnings per share

Basic earnings per share	1 Jan 2022 -	1 Jan 2021 -
	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Net profit for the year attributable to the shareholders of the Parent Company (SEK million)	254	414
Average number of shares, diluted (thousands)	88,832	62,403
Basic earnings per share (SEK)	2.86	6.63
Weighted average number of basic ordinary shares	1 Jan 2022 -	1 Jan 2021 -
	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Number of shares at the beginning of the year (thousands)	88,832	60,000*
Number of shares at the end of the year (thousands)	88,832	88,832
Weighted average number of shares (thousands)	88,832	62,403

*In light of the 1:12 share split that took place on 25 November 2021, the number of shares is adjusted as though the event had occurred at the beginning of the earliest period presented.

Note 12 Intangible assets

Group	Software including IT platforms		Customer relationships		Producer relationships		Brands		Capitalised expenditure for development		Total intangible assets excl. Goodwill	
Cost	Goodwill											
As of 1 January 2022	821	77	300	305	548	4	1,234	1				
Acquisitions for the year	75	1	43	—	17	38	98					
Business combinations	—	2	—	—	—	—	—					
Reclassifications	—	—	—	—	—	—	—					
Translation effects	59	7	26	9	39	1	82					
As of 31 Dec 2022	955	87	369	314	603	41	1,415					
Depreciation/amortisation												
As of 1 January 2022	—	—	-19	-25	-5	-14	-2	-44				
Depreciation/amortisation for the year	—	—	-24	-37	-21	-21	-3	-105				
Reclassifications	—	—	—	—	—	-7	-30	-37				
Translation effects	—	—	-3	-4	—	-1	—	-8				
As of 31 Dec 2022	—	—	-45	-66	-26	-42	-35	-214				
Impairment												
As of 1 January 2022	—	—	—	—	—	—	—	—				
Impairment for the year	-4	-2	-6	—	-4	—	—	-13				
Translation effects	—	—	-1	-1	-1	-2	—	-2				
As of 31 Dec 2022	-4	-2	-7	—	-5	—	—	-15				
Closing carrying amount, 31 December 2022	951	40	295	289	556	6	1,186					
Cost	Software including IT platforms		Customer relationships		Producer relationships		Brands		Capitalised expenditure for development		Total intangible assets excl. Goodwill	
As of 1 January 2021	Goodwill											
As of 1 January 2021	19	9	32	11	16	3	71					
Acquisitions for the year	—	—	—	—	103	2	105					
Business combinations	798	67	267	291	426	—	1,052					
Translation effects	4	0	2	3	2	—	6					
As of 31 Dec 2021	821	77	300	305	548	4	1,234					
Depreciation/amortisation												
As of 1 January 2021	—	—	-9	-7	-1	-2	-20					
Depreciation/amortisation for the year	—	—	-9	-18	-4	-12	-43					
Translation effects	—	—	-0	-0	-0	-0	-1					
As of 31 Dec 2021	—	—	-19	-25	-5	-14	-64					
Closing carrying amount, 31 December 2021	821	58	275	301	534	2	1,170					

Note 12 Intangible assets (cont.)

Impairment test

The Group tests intangible assets with indefinite useful lives, i.e. goodwill, and to some extent brands, for impairment at least annually.

The Group's goodwill of SEK 951 (821) million arose in connection with the acquisition by Viva Wine Group AB of Viniklubben Norden AB as at 1 April 2022 and Tyfresvinnet AB as at 31 January 2021 (included in the cash generating unit Sweden below), Cisa Oy as at 31 July 2015 and Norwegin as at 31 July 2015 (included in the cash generating unit Norway below), as well as Viacore de GmbH as of 1 August 2021. Wine in Black as at 1 January 2019 and the Vinexus Group as of 30 November 2020 (within

	Sweden		Nordics		eCom	Total
Goodwill	76	242	633	951	406	406
Brand	—	—	—	—	—	—
31 Dec 2021	76	242	633	951	406	406
Goodwill	1	234	586	821	381	381
Brand	—	—	—	—	—	—
31 Dec 2021	1	234	586	821	381	381

The impairment test for the Group's goodwill consists of assessing whether the recoverable amount of the unit is higher than its carrying amount for the respective cash-generating unit to which the asset belongs. The recoverable amount has been calculated on the basis of the value in use of the unit, which represents the present value of the expected future cash flows of the unit without taking into account any future business expansion and restructuring. The cash flows used were estimated future pre-tax cash flows based on financial budgets approved by Executive Management. The calculation of value in use has been based on:

	Sweden		Nordics		eCom	Total
Pre-tax discount rate, %	7.4	7.4	7.4	7.4	7.4	7.4
Cash flow estimates for	5 years	5 years	5 years	5 years	5 years	5 years
Extrapolation of cash flows thereafter with a growth of, %	2	2	2	2	2	2

	Sweden		Nordics		eCom	Total
Pre-tax discount rate, %	8.7	8.7	8.7	8.7	8.7	8.7
Cash flow estimates for	5 years	5 years	5 years	5 years	5 years	5 years
Extrapolation of cash flows thereafter with a growth of, %	2	2	2	2	2	2

In 2022, the estimated recoverable amount of the Viva Group's operations exceeded the carrying amount for all operating segments, for which reason no impairment charge was recognised. The Viva Group also analysed whether there was any impairment to the assets included in the cash generating units. No impairment was identified. The carrying amount for the cash generating units, growth and operating profit would result in impairment.

Based on that analysis, there is no need for impairment for any of the operating segments. In sensitivity testing of the carrying amount to value in use, growth assumptions, operating profit and the discount factor have all been adjusted by -1 percentage point each.



Note 13 Tangible assets

Group	Land and buildings	Equipment, tools, fixtures and fittings	Leasehold improvements	Cars	Total tangible assets
Cost, 1 January 2022	40	13	3	2	58
Acquisitions for the year	1	3	—	4	8
Sales and disposals	-43	-0	-2	-1	-47
Translation effects	2	2	0	0	4
Cost, 31 Dec 2022	—	17	1	1	19
Accumulated depreciation, 1 January 2022	-1	-5	-1	-0	-8
Depreciation/amortisation for the year	-1	-2	-0	-0	-3
Sales and disposals	2	0	1	1	4
Reclassifications	0	-0	—	—	—
Translation effects	-0	-1	-0	-0	-1
Accumulated depreciation, 31 Dec 2022	—	-8	-1	-0	-9
Closing carrying amount, 31 December 2022	—	9	0	0	10

Group	Land and buildings	Equipment, tools, fixtures and fittings	Leasehold improvements	Cars	Total tangible assets
Cost, 1 January 2021	39	7	2	—	49
Acquisitions for the year	1	2	—	0	3
Acquired through business combinations	—	—	—	—	—
Reclassifications	—	-1	—	—	-1
Translation effects	1	0	1	0	2
Cost, 31 Dec 2021	40	13	3	2	58
Accumulated depreciation, 1 January 2021	0	-4	-1	—	-5
Depreciation/amortisation for the year	-1	-1	-1	0	-4
Sales and disposals	—	—	—	0	0
Translation effects	0	0	0	0	0
Accumulated depreciation, 31 Dec 2021	-1	-5	-1	0	-8
Closing carrying amount, 31 Dec 2021	39	8	2	1	50

Note 14 Leases

Viva Wine Group's material leases mainly comprise leases for office premises and vehicles. Viva Wine Group classifies its leases in the categories premises, vehicles and office equipment. The table below presents the Group's closing balances for right-of-use assets, lease liabilities and changes for the year.

Group	Opening balance, 1 January 2021	Premises	Vehicles	Office equipment	Total	Lease liabilities
Opening balance, 1 January 2021	34	34	3	0	37	38
Additional leases*	31	31	1	0	32	32
Depreciation/amortisation	-11	-11	-2	-0	-13	-13
Interest expenses	—	—	—	—	—	—
Lease payments	—	—	—	—	—	-14
Currency effects	—	—	—	—	—	—
Closing balance, 31 Dec 2021	54	54	3	0	57	56
Additional leases*	10	10	3	—	13	13
Depreciation/amortisation	-15	-15	-3	-0	-18	-18
Disposals	-2	-2	—	—	-2	-2
Interest expenses	—	—	—	—	—	—
Lease payments	—	—	—	—	—	-20
Currency effects	2	2	0	0	2	2
Closing balance, 31 Dec 2022	52	52	4	0	53	53

*Additional contracts are mainly related to new leases but also include adjustments to existing contracts.

The amounts recognised in the consolidated statement of profit or loss for the year attributable to leasing activities are presented below:

	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Depreciation of right-of-use assets	-18	-13
Interest expenses on lease liabilities	-1	-1
Expenses for short-term leases	-1	-0
Expenses for low-value leases	-0	-0
Total	-20	-14

Viva Wine Group recognised a cash outflow attributable to leases amounting to SEK 18 million for the 2022 financial year (SEK 13 million). For a maturity analysis of the Group's lease liabilities, refer to Note 22 Financial risks.



Note 15 Participations in associated companies

The associated companies that were material for the Group as of 31 December 2022 are presented below. The companies listed below have a share capital consisting only of ordinary shares, which are owned directly by the Group. The share of equity is the same as the share of votes unless otherwise stated.

Group Company name	Country of registration and operation	Revenue 2022	Net profit 2022	Share of equity, %		Nature of the Company's commitment	Valuation method	
				31 Dec 2022	31 Dec 2021		31 Dec 2022	31 Dec 2021
Norwegian Beverage Group AS	Norway	—	—	—	—	Associated company	Equity method	Equity method
SA Vins Blecher	France	469	25	25.0	25.0	Associated company	Equity method	Equity method
Norwegian Beverage Group AS								
Last year, the former associated company Norwegian Beverage Group AS became a Group company after the Group acquired an additional 40 percent of the shares. The Group now owns 89 percent of the shares. See note 20 for more information about the Company.								
Company name				31 Dec 2022	31 Dec 2021			
Norwegian Beverage Group AS				—	—			
SA Vins Blecher				59	53			
Other holdings *				2	2			
Total investments recognised in accordance with the equity method				61	54			

*In addition to holdings in associated companies as described above, the Group also has holdings in a number of associated companies and joint ventures that are individually insignificant, which have been recognised in accordance with the equity method.

Condensed financial information for associated companies

The table below shows condensed financial information for the associated companies deemed by the Group to be material. The information shows the consolidated financial statements of the associated companies as of 31 December 2022 and 2021. The information has been adjusted to reflect adjustments made by the Group when applying the equity method, including adjustments to fair value at the time of the acquisition and adjustments for differences in accounting policies.

Norwegian Beverage Group AS	
	31 Dec 2022
Reconciliation of carrying amount	31 Dec 2021
Opening carrying amount, 1 Jan	22
Change in Group structure	—
Share of profit in associated company *	226
Dividends paid	—
Translation difference	—
Closing carrying amount, 31 Dec	0

*SEK 213 million relates to gain on revaluation of existing holding to fair value on acquisition of control.

Note 15 Participations in associated companies (cont.)

Condensed balance sheet		SA Vins Blecher	
	31 Dec 2022	31 Dec 2021	31 Dec 2020
Non-current assets	47	45	45
Current assets	231	289	289
Current liabilities	123	177	177
Non-current liabilities	0	0	0
Net assets	154	128	128
Reconciliation of carrying amount			
Opening carrying amount, 1 Jan		31 Dec 2021	31 Dec 2021
Share of profit in associated company		53	46
Dividends paid		6	8
Translation difference		-2	-2
Closing carrying amount, 31 Dec		2	0
		59	53
In addition to holdings in associated companies as described above, the Group also has holdings in a number of associated companies and joint ventures that are individually insignificant, which have been recognised in accordance with the equity method.			
Other holdings			
Reconciliation of carrying amount		31 Dec 2022	31 Dec 2021
Opening carrying amount, 1 Jan		2	2
Investments		0	2
Disposals		-1	
Share of profit in associated company		1	1
Impairment of participations in associated companies		-	-2
Dividends paid		-0	-2
Translation difference		0	-
Closing carrying amount		2	2
Parent Company	Country of registration and operation	Share of equity, %	Nature of the Company's commitment
Company name	31 Dec 2022	31 Dec 2021	Valuation method
Larex AB	Sweden	30.0	40.0
Ecovia AB	Sweden	39.0	39.0
			Associated company
			Associated company
Profit from participations in associated companies	1 Jan 2022	1 Jan 2021	Equity method
Dividends from associated companies	-31 Dec 2022	-31 Dec 2021	Equity method
Total profit from participations in associated companies	1	7	
	1	7	
Reconciliation of carrying amount			
Opening carrying amount, 1 Jan		31 Dec 2022	31 Dec 2021
Change in Group structure		0	14
Impairment of participations in associated companies		-	-14
Closing carrying amount		0	0
		0	0



Note 16 Financial Instruments

Measurement of financial assets and liabilities, 31 Dec 2022

Group	Financial assets/ liabilities measured at fair value through profit or loss	Financial assets/ liabilities measured at amortised cost	Total carrying amount	Fair value
Financial assets				
Other securities held as non-current assets	-	3	3	3
Trade receivables	-	19	19	19
Receivables from associated companies	-	670	670	670
Other receivables	-	5	5	5
Prepaid expenses and accrued income	-	21	21	21
Derivative instruments	8	37	37	37
Cash and cash equivalents	-	8	8	8
Total	8	1,093	1,102	1,102
Financial liabilities				
Liabilities to credit institutions	-	778	778	778
Other non-current liabilities	-	3	3	3
Trade payables	-	427	427	427
Advances from customers	-	3	3	3
Liabilities to associated companies	-	44	44	44
Derivative instruments	1	-	1	1
Other current liabilities	-	318	318	318
Accrued expenses and prepaid income	-	50	50	50
Total	1	1,622	1,623	1,623

Measurement of financial assets and liabilities, 31 Dec 2021

Group	Financial assets/ liabilities measured at fair value through profit or loss	Financial assets/ liabilities measured at amortised cost	Total carrying amount	Fair value
Financial assets				
Other securities held as non-current assets	-	0	0	0
Other non-current receivables	-	19	19	19
Trade receivables	-	730	730	730
Receivables from associated companies	-	12	12	12
Other receivables	-	20	20	20
Prepaid expenses and accrued income	-	46	46	46
Derivative instruments	10	-	10	10
Cash and cash equivalents	-	331	331	331
Total	10	1,158	1,168	1,168
Financial liabilities				
Liabilities to credit institutions	-	818	818	818
Trade payables	-	443	443	443
Advances from customers	-	6	6	6
Liabilities to associated companies	-	23	23	23
Derivative instruments	1	-	1	1
Other current liabilities	-	333	333	333
Accrued expenses	-	41	41	41
Total	1	1,664	1,665	1,665

The carrying amount of current receivables and liabilities, such as trade receivables and trade payables, and for non-current liabilities at variable interest, is deemed to be a good approximation of the fair value.

The Group has no financial assets or liabilities that are off in the accounts or that are subject to legally binding netting agreements. The maximum credit risk of the assets comprises the net amount of the carrying amounts in the tables above. The Group has not received any pledged assets for the financial net assets.

Note 16 Financial Instruments (cont.)

Fair value measurement

Fair value is the price that would be received to sell an asset or paid to transfer a liability in an orderly transaction between market participants. The table below shows financial instruments measured at fair value, based on the fair value hierarchy. The different levels are defined as follows:

Level 1 – Quoted prices (unadjusted) for identical assets or liabilities in active markets
Level 2 – Observable inputs for the asset or liability other than quoted prices included in Level 1, either directly (i.e. as price quotes) or indirectly (i.e. derived from price quotes)
Level 3 – Inputs for the asset or liability that are not based on observable market data (i.e. unobservable inputs)

Financial assets measured at fair value, 31 Dec 2022	Level 1	Level 2	Level 3	Total
Derivative instruments	-	6	-	6
Financial assets measured at fair value, 31 Dec 2021	Level 1	Level 2	Level 3	Total
Derivative instruments	-	10	-	10
Financial liabilities measured at fair value, 31 Dec 2022	Level 1	Level 2	Level 3	Total
Derivative instruments	-	1	-	1
Financial liabilities measured at fair value, 31 Dec 2021	Level 1	Level 2	Level 3	Total
Derivative instruments	-	1	-	1

Note 17 Inventories

Group	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Finished goods and goods for resale	535	477
Advance payments to suppliers	-	1
Carrying amount	535	477
Of which, share recognised at net realisable value	1.2%	0.7%

Note 18 Prepaid expenses and accrued income

Group	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Accrued interest income	1	1
Accrued promotional income	1	2
Prepaid alcohol tax	15	15
Advance payments to supplier	9	18
Other prepaid expenses	10	11
Carrying amount	37	46

Note 19 Cash and cash equivalents

Group	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Bank balances	339	331
Carrying amount	339	331
The above amounts do not include any blocked bank balances.		
Parent Company	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Bank balances	245	232
Carrying amount	245	232



Note 22 Financial risks (cont.)

Hedging instruments identified in hedging relationships at 31 December 2022									
Hedging instruments - cash flow hedges									
Notional amounts, millions									
Forward exchange contracts EUR/SEK									
Average EUR/SEK forward rate									
Forward exchange contracts USD/SEK									
Average USD/SEK forward rate									
Effects of hedge accounting on financial position and performance - Current hedging relationships identified in hedging relationships at 31 December 2022									
SEK million	Notional amounts		Carrying amount		Hedged item on 31 December 2022		Period - change in fair value, for measurement of ineffectiveness		Total
	In foreign currency, SEK million	Carrying amount, SEK million	Item in the statement of financial position	Carrying amount	Hedging instrument	Hedged item			
Cash flow hedging of currency risk									
Forward exchange contracts EUR/SEK	275	7	Derivative instruments	NA*	4	-4			
Forward exchange contracts USD/SEK	3	-0	Derivative instruments	NA*	-	-			
*) Hedged item consists of highly probable expected cash flows, relating to purchases denominated in foreign currency. These items are not recognised in the statement of financial position. No ineffectiveness has been recognised in profit or loss during the year.									
In addition to the above derivative instruments for which hedge accounting is applied, the Group had further derivative instruments not subject to hedge accounting at the balance sheet date with a total market value of SEK 31 (9) million.									
Effects of hedge accounting on financial position and performance									
Reconciliation of hedge reserve (cash flow hedge) SEK million									
Additional items added during the period									
Change in fair value of forward exchange contracts, recognised in other comprehensive income									
Outgoing items during the period									
Amount included in the cost of inventories									
Total									
Tax									
Closing carrying amount									
of which: ongoing hedges									
of which: terminated hedges									
Liquidity risk and refinancing risk									
Liquidity risk is the risk that the Company will have difficulties fulfilling its obligations associated with financial liabilities settled in cash or using another financial asset. The Company manages liquidity risk by continuously monitoring the operations and establishing a Group account structure that meets the companies' credit requirements. The Company regularly assesses its cash flows based on different scenarios to ensure its ability to service its financial liabilities.									
Risk is mitigated by the Group's healthy liquidity reserves, which are readily available. The Group's operations are partially financed through overdraft facility and loans from credit institutions. The Group's covenants to the lender are not debt in relation to adjusted EBITDA. The credit amount granted to the Group for its overdraft facility is SEK 155 (155) million. The total liquidity reserve comprises cash and cash equivalents and unutilised overdraft facility was SEK 0 (0) million.									
Refinancing risk refers to the risk that financing of acquisitions or development cannot be obtained, extended, refinanced or that such financing can only take place on terms and conditions that are unfavourable for the Company. Refinancing requirements are regularly reviewed by the Company and the Board of Directors to ensure financing for the Company's operations and investments. The aim is to ensure that the Group has continuous access to external borrowing without borrowing costs increasing significantly. Refinancing risk is reduced by commencing the refinancing process in good time and working in a structured manner. The Company is also in regular contact with several creditors.									
The Group's contractual and undiscounted interest payments and repayments of financial liabilities are presented in the table below. Financial liabilities are measured at amortised cost, and the carrying amount is stated on the balance sheet date. Liabilities are included in the earliest period that repayment can possibly be demanded.									
Management of capital risk									
The capital structure should ensure the Group's ability to continue as a going concern, so that it can continue to generate returns for shareholders and benefits for other stakeholders, and to maintain an optimal capital structure to support the Group's operations. The Group assesses capital requirements on an ongoing basis. The Group's capital structure is calculated as total equity as a percentage of total assets. The equity ratio as of 31 December 2022 was 47.7 (45.5) percent and is therefore considered very good.									

by the Company and the Board of Directors to ensure financing for the Company's operations and investments. The aim is to ensure that the Group has continuous access to external borrowing without borrowing costs increasing significantly. Refinancing risk is reduced by commencing the refinancing process in good time and working in a structured manner. The Company is also in regular contact with several creditors.

The Group's contractual and undiscounted interest payments and repayments of financial liabilities are presented in the table below. Financial liabilities are measured at amortised cost, and the carrying amount is stated on the balance sheet date. Liabilities are included in the earliest period that repayment can possibly be demanded.

Management of capital risk

The capital structure should ensure the Group's ability to continue as a going concern, so that it can continue to generate returns for shareholders and benefits for other stakeholders, and to maintain an optimal capital structure to support the Group's operations. The Group assesses capital requirements on an ongoing basis. The Group's capital structure is calculated as total equity as a percentage of total assets. The equity ratio as of 31 December 2022 was 47.7 (45.5) percent and is therefore considered very good.

Note 22 Financial risks (cont.)

Group									
Maturity analysis									
Liabilities to credit institutions									
Other liabilities									
Lease liabilities									
Trade payables									
Liabilities to associated companies									
Derivative instruments									
Total									
Group									
Maturity analysis									
Liabilities to credit institutions									
Other liabilities									
Lease liabilities									
Trade payables									
Liabilities to associated companies									
Derivative instruments									
Total									
Parent Company									
Maturity analysis									
Liabilities to credit institutions									
Trade payables									
Liabilities to Group companies									
Total									
Parent Company									
Maturity analysis									
Liabilities to credit institutions									
Liabilities to Group companies									
Total									
The credit agreements / frameworks that Viva Wine Group has entered into are presented below:									
Group									
Overdraft facility									
Total									

Note 23 Provisions

Group									
Reported 1 January 2021									
Provisions made during the year									
Recognised 1 January 2022									
Provisions made during the year									
Provisions used during the year									
Recognised 31 December 2022									
Of which: current portion									
Of which: non-current portion									

Restructuring measures

A restructuring provision is recognised when the Group has established a detailed and formal restructuring plan and the restructuring has either commenced or been publicly announced. Of the provision made in the year, the Group has used SEK 1 million to be settled in the first half of 2023. In connection with the sale of the warehouse property in Germany, a new provision of SEK 2 million was made and it is expected that this provision will be settled during the first half of 2023.

Other provisions

The amount under this heading relates to the bonus commitment related to the acquisition of Vica. Part of this provision was settled during the year. The outstanding provision of SEK 19 million is expected to lead to an outflow of resources in the 2024 financial year.



Note 24 Other current liabilities

Group	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Alcohol tax	148	156
VAT	160	156
Personnel-related tax	4	8
Other	5	15
Carrying amount	318	333

Group	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Holiday pay liability	7	6
Accrued payroll costs	4	3
Social security contributions	8	8
Accrued climate compensation	5	2
Accrued inventory items	4	8
Accrued audit costs	1	1
Accrued marketing costs	4	2
Other accrued expenses	18	11
Carrying amount	50	41

Note 25 Accrued expenses and prepaid income

Group	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Holiday pay liability	7	6
Accrued payroll costs	4	3
Social security contributions	8	8
Accrued climate compensation	5	2
Accrued inventory items	4	8
Accrued audit costs	1	1
Accrued marketing costs	4	2
Other accrued expenses	18	11
Carrying amount	50	41

Note 26 Statement of cash flows

Group	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Adjustments for non-cash items		
Adjustments in operating profit		
Depreciation/amortisation	143	59
Share of profit in associated companies	-8	-233
Foreign exchange effects	63	4
Gains/losses on sale of fixed assets	-70	-
Provisions	6	15
Change in market value of derivatives	1	-28
Revaluation of receivables	-28	-
Other	-1	4
Total	107	-180

Parent Company	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Adjustments for non-cash items		
Adjustments in operating profit		
Foreign exchange effects	63	-
Reversal of capitalised borrowing costs	2	-
Impairment of intra-group loans	28	-
Total	93	-

Change in liabilities attributable to financing activities

Group	1 Jan 2022	31 Dec 2022	1 Jan 2021	31 Dec 2021
Liabilities to credit institutions	518	-106	2	778
Lease liabilities	58	-18	-3	53
Total liabilities attributable to financing activities	877	-124	2	831

Group	1 Jan 2022	31 Dec 2022	1 Jan 2021	31 Dec 2021
Liabilities to credit institutions	518	-106	2	778
Lease liabilities	58	-18	-3	53
Total liabilities attributable to financing activities	877	-124	2	831

Note 26 Statement of cash flows (cont.)

Parent Company	1 Jan 2022	31 Dec 2022	1 Jan 2021	31 Dec 2021
Liabilities to credit institutions	793	-82	776	776
Total liabilities attributable to financing activities	793	-82	776	776

Parent Company	1 Jan 2022	31 Dec 2022	1 Jan 2021	31 Dec 2021
Overdraft facility	61	-61	-	-
Liabilities to credit institutions	-	793	0	793
Total liabilities attributable to financing activities	61	732	0	793

Note 27 Pledged assets and contingent liabilities

Group	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Pledged assets for own liabilities to credit institutions		
Floating charges	-	1
Property mortgages	-	20
Guarantees	23	23
Total	23	44

Guarantees include collateral provided in Viva Wine & Spirits AB related to an office building and a guarantee provided in Viva Wine Group AB on behalf of the associated company Larax AB.

Parent Company	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Pledged assets for own liabilities to credit institutions		
Guarantees	20	20
Total	20	20

Guarantees include collateral provided in the Parent Company on behalf of the associated company Larax AB.

Group	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Contingent liabilities		
Personal guarantees	-	-
Total	-	-

Note 28 Related party transactions

A list of the Group's subsidiaries, which are also the companies that are related parties to the Parent Company, is presented in Note 20 Group companies. All transactions between Viva Wine Group AB and its subsidiaries have been eliminated in the consolidated accounts.

Viva Wine Group's other related-party transactions comprise purchases from and sales to associated companies and joint venture.

Group	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Associated companies and joint venture		
Sale of goods/services	2	5
Purchase of goods/services	-283	-259
Receivables on balance-sheet date	5	12
Liabilities on balance-sheet date	44	23

Parent company	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Group company		
Sale of goods/services	6	5
Purchase of goods/services	-7	-5
Group contributions received	-	81
Group contributions paid	-	-2
Dividends from Group companies	170	-
Receivables on balance-sheet date	1,364	1,491
Liabilities on balance-sheet date	67	69

Associated companies and joint venture	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Dividends from associated companies	0	7

Board of Directors and senior executives

On 1 June, Viva Wine Group AB completed a transaction in which 81 shares of the company were transferred to Bjørn Withmark, a senior executive of Viva Wine Group AB, a company owned by Bjørn Withmark, a senior executive. The value of the transaction is less than 1 percent of Viva Wine Group's market capitalisation and is therefore not considered material. The transaction took place in cash at a value determined by a third-party valuation. See Note 29 for more information.

For information about remuneration to senior executives, refer to Note 7 Employees and personnel costs.

Warrants

An extraordinary general meeting held on 5 December 2021, a resolution was passed to issue warrants as part of the introduction of a series of 2021:3 incentive programmes for current senior executives and other key employees in the Group and 2021:4 for members of the Board of Directors. Assuming that all warrants under the incentive programmes will be exercised for subscription of new shares, the Company's share capital will increase by approximately 0.73 percent of the Company's share capital.

The warrants can be exercised immediately after publication of the quarterly report for the fourth quarter of 2022 until 15 March 2025 at the latest. The exercise price for the warrants will correspond to SEK 63.70.

Of the issued warrants 2021: 302,208 were subscribed for by senior executives and the Board of Directors. They paid market consideration for the warrants. No change occurred in 2022 regarding the issued warrants subscribed for by senior executives and the Board of Directors.



Note 29 Business combinations

Acquisitions in 2022	
On 1 April 2022, Viva Wine Group AB acquired 100% of the shares and votes in the German company Vinklubben Norden AB had total assets of SEK 14 million at the time of acquisition. The purchase price was SEK 121 million and was paid in cash.	
of strengthening the Company's growth with strategically important acquisitions. Vinklubben Norden AB had total assets of SEK 14 million at the time of acquisition. The purchase price was SEK 121 million and was paid in cash.	
ing its relationship with Swedish consumers and continuing its strategy	
Acquired net assets on the acquisition date	
Intangible assets	54
Tangible assets	0
Trade receivables and other receivables	4
Cash and cash equivalents	2
Deferred tax liabilities	-11
Trade payables and other operating liabilities	-3
Identified net assets	46
Goodwill	75
Total purchase consideration	121
Purchase consideration	
Cash	121

The acquisition of Vinklubben Norden AB gave rise to goodwill of SEK 75 million in the form of a difference between the consideration transferred and the fair value of the acquired net assets. Goodwill primarily pertains to anticipated synergies from the merger of the operations of the acquired company with the operations of the acquirer. Goodwill is not expected to be tax deductible.

Total purchase consideration	121
Impact of the acquisition on the Group's cash flow	
Cash portion of purchase consideration	121
Less:	
Cash (acquired)	2
Net cash outflow	119

Divestment of subsidiaries
On 1 June, Viva Wine Group AB completed a transaction in which 81 percent of the shares in the subsidiary Viva Global AB were sold to Viva Wine Group AB. The transaction was completed on 1 June 2022. The value of the transaction is less than 1 percent of Viva Wine Group's market capitalisation and is therefore not considered material. The transaction is taking place in cash at a value of SEK 11 million, as determined by a third-party valuation.

Note 29 Business combinations (cont.)

Acquisitions in 2021
On 3 August 2021, Viva Wine Group AB acquired 100% of the shares and votes in the German company Vicampo de GmbH. The company is an operating company in the food and beverage sector. Vicampo de GmbH operates in Norway and consists of five operating companies in Norway and consists of five operating companies in Norway. The Group's position in the Nordic market. Norwegian Beverage Group AS has total assets of SEK 124 million. The purchase price was SEK 193 million and was paid partly in cash and partly through shares in Viva Wine Group.

Acquired net assets on the acquisition date	
Intangible assets	296
Tangible assets	0
Right-of-use assets	3
Financial assets	0
Deferred tax assets	-
Inventories	-
Trade receivables and other receivables	29
Other receivables	42
Cash and cash equivalents	20
Deferred tax liabilities	3
Trade payables and other operating liabilities	13
Identified net assets	285
Goodwill	743
Non-controlling interests	-53
Total purchase consideration	428

Purchase consideration	
Cash	187
Issue of equity instruments	5
Fair value of shareholdings before business combination	236
Total purchase consideration	428

The acquisition of Vicampo de GmbH gave rise to goodwill of SEK 727 million in the form of a difference between the consideration transferred and the fair value of the acquired net assets. Goodwill primarily pertains to anticipated synergies from the merger of the operations of the acquired company with the operations of the acquirer. Goodwill is not expected to be tax deductible.

Transaction costs related to the acquisition of Vicampo de GmbH totalled SEK 11 million. The transaction costs were recognised as an expense in profit or loss under Other external expenses.

Impact of the acquisition on the Group's cash flow	
Cash consideration	187
Less:	
Cash (acquired)	13
Net cash outflow	174

During the five months up until 31 December 2021, Vicampo de GmbH contributed SEK 281 million to the Group's revenue and SEK 9 million to the Group's profit after tax. If the acquisition had taken place at the beginning of the financial year, Viva Wine Group estimates that Vicampo de GmbH would have contributed SEK 743 million to the Group's revenue and SEK 42 million to the Group's profit after tax.

Note 30 Events after the balance sheet date

No significant events has occurred after the balance sheet date.

Note 31 Proposed appropriation of profits

Parent Company	2022	2021
The following profits are at the disposal of the Annual General Meeting:	31 Dec 2022	31 Dec 2021
Profit brought forward, SEK	207,435,425	137,489,420
Share premium reserve, SEK	1,376,033,917	1,006,570,061
Net profit for the year, SEK	160,594,130	1,744,265,472
Total	1,744,265,472	1,744,265,472

The Board of Directors proposes that profits be appropriated as follows:

Parent Company	2022	2021
Profit to be paid to shareholders (SEK 1.55 per share)	137,489,420	137,489,420
Profit to be carried forward	1,606,570,061	1,606,570,061
Total	1,744,265,472	1,744,265,472

Signatures of the Board of Directors

To the General Meeting of Shareholders of Viva Wine Group AB, corporate registration number 559178-4953

The Board of Directors and Chief Executive Officer certify that these consolidated financial statements and Annual Report have been prepared in accordance with the International Financial Reporting Standards IFRS as adopted by the EU and generally accepted accounting principles, and gives a fair view of the Group's and Parent Company's financial position and earnings. The Administration Report gives a fair overview of the development of the Group's and Parent Company's operations, financial position and earnings, and describes the significant risks and uncertainties facing the Parent Company and the companies included in the Group. The Board of Directors and the Chief Executive Officer certify that a statutory sustainability report has been prepared. The sustainability report follows the GRI standards 2021. The Parent Company's annual accounts and consolidated accounts are included on pages 82- 25 of this document. The scope of the statutory sustainability report can be found on page 3.

Stockholm, 24 April 2023

Anders Moberg
Chairman of the board

Emil Sallnäs
Chief Executive Officer

Helen Fash Gillstedt	Mikael Aru
Board member	Board member

Anne Thorstvedt Sjöberg	John Wistedt
Board member	Board member

Lars Ljungälv
Board member

Our audit report was submitted on 24 April 2023

Ernst & Young AB

Andreas Nyberg Selvring
Authorized Public Accountant



To the general meeting of the shareholders of Viva Wine Group AB, corporate identity number 559718-4953

Auditor's report

Report on the annual report and consolidated accounts

OPINIONS

We have audited the annual accounts and consolidated accounts of Viva Wine Group AB for the financial year 2022. The annual accounts and consolidated accounts of the company are included on pages 82 - 125 in this document.

In our opinion, the annual accounts have been prepared in accordance with the Annual Accounts Act and present fairly, in all material respects, the financial position of the parent company as of 31 December 2022 and its financial performance and cash flow for the year then ended in accordance with the Annual Accounts Act. The consolidated accounts have been prepared in accordance with the Annual Accounts Act and present fairly, in all material respects, the financial position of the group as of 31 December 2022 and their financial performance and cash flow for the year then ended in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS), as adopted by the EU, and the Annual Accounts Act. The statutory administration report is consistent with the other parts of the annual accounts and consolidated accounts.

We therefore recommend that the general meeting of shareholders adopts the income statement and balance sheet for the parent company and the group.

BASIS FOR OPINIONS

We conducted our audit in accordance with International Standards on Auditing (ISA) and generally accepted auditing standards in Sweden. Our responsibilities under those standards are further described in the Auditor's Responsibilities section. We are independent of the parent company and the group in accordance with professional ethics for accountants in Sweden and have otherwise fulfilled our ethical responsibilities in accordance with these requirements.

We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our opinions.

INFORMATION OTHER THAN THE ANNUAL ACCOUNTS AND CONSOLIDATED ACCOUNTS

This document also contains other information than the annual accounts and consolidated accounts and is found on pages 6 - 81. The Board of Directors and the Managing Director are responsible for this other information.

Our opinion on the annual accounts and consolidated accounts does not cover this other information and we do not express any form of assurance conclusion regarding this other information.

In connection with our audit of the annual accounts and

consolidated accounts, our responsibility is to read the information identified above and consider whether the information is materially inconsistent with the annual accounts and consolidated accounts. In this procedure we also take into account our knowledge otherwise obtained in the audit and assess whether the information otherwise appears to be materially misstated.

If we, based on the work performed concerning this information, conclude that there is a material misstatement of this other information, we are required to report that fact. We have nothing to report in this regard.

RESPONSIBILITIES OF THE BOARD OF DIRECTORS AND THE CHIEF EXECUTIVE OFFICER

preparation of the annual accounts and consolidated accounts and that they give a fair presentation in accordance with the Annual Accounts Act and, concerning the consolidated accounts, in accordance with IFRS as adopted by the EU. The Board of Directors and the Managing Director are also responsible for such internal control as they determine is necessary to enable the preparation of annual accounts and consolidated accounts that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

In preparing the annual accounts and consolidated accounts, the Board of Directors and the Managing Director are responsible for the assessment of the company's and the group's ability to continue as a going concern. They disclose, as applicable, matters related to going concern and using the going concern basis of accounting. The going concern basis of accounting is however not applied if the Board of Directors and the Managing Director intend to liquidate the company, to cease operations, or has no realistic alternative but to do so.

AUDITOR'S RESPONSIBILITY

Our objectives are to obtain reasonable assurance about whether the annual accounts and consolidated accounts as a whole are free from material misstatement, whether due to fraud or error, and to issue an auditor's report that includes our opinions. Reasonable assurance is a high level of assurance, but is not a guarantee that an audit conducted in accordance with ISAs and generally accepted auditing standards in Sweden will always detect a material misstatement when it exists. Misstatements can arise from fraud or error and are considered material if, individually or in the aggregate, they could reasonably be expected to influence the economic decisions of users taken on the basis of these annual accounts and consolidated accounts.

As part of an audit in accordance with ISAs, we exercise professional judgment and maintain professional skepticism throughout the audit. We also:

- Identify and assess the risks of material misstatement of the annual accounts and consolidated accounts, whether due to fraud or error, design and perform audit procedures responsive to those risks, and obtain audit evidence that is sufficient and appropriate to provide a basis for our opinions. The risk of not detecting a material misstatement resulting from fraud is higher than for one resulting from error, as fraud may involve collusion, forgery, intentional omissions, misrepresentations, or the override of internal control.
 - Obtain an understanding of the company's internal control relevant to our audit in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the company's internal control.
 - Evaluate the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates and related disclosures made by the Board of Directors and the Managing Director.
 - Conclude on the appropriateness of the Board of Directors' and the Managing Director's use of the going concern basis of accounting in preparing the annual accounts and consolidated accounts. We also draw a conclusion, based on the audit evidence obtained, as to whether any material uncertainty exists related to events or conditions that may cast significant doubt on the company's and the group's ability to continue as a going concern. If we conclude that a material uncertainty exists, we are required to draw attention in our auditor's report to the related disclosures in the annual accounts and consolidated accounts or, if such disclosures are inadequate, to modify our opinion about the annual accounts and consolidated accounts. Our conclusions are based on the audit evidence obtained up to the date of our auditor's report. However, future events or conditions may cause a company and a group to cease to continue as a going concern.
 - Evaluate the overall presentation, structure and content of the annual accounts and consolidated accounts, including the disclosures, and whether the annual accounts and consolidated accounts represent the underlying transactions and events in a manner that achieves fair presentation.
 - Obtain sufficient and appropriate audit evidence regarding the financial information of the entities or business activities within the group to express an opinion on the consolidated accounts. We are responsible for the direction, supervision and performance of the group audit. We remain solely responsible for our opinions.
- We must inform the Board of Directors of, among other matters, the planned scope and timing of the audit. We must also inform of a significant audit finding during our audit, including any significant deficiencies in internal control that we identified.

Report on other legal and regulatory requirements

OPINIONS

In addition to our audit of the annual accounts and consolidated accounts, we have also audited the administration of the Board of Directors and the Managing Director of Viva Wine Group AB for the financial year 2022 and the proposed appropriations of the company's profit or loss.

We recommend to the general meeting of shareholders that the profit be appropriated in accordance with the proposal in the statutory administration report and that the members of the Board of Directors and the Managing Director be discharged from liability for the financial year.

BASIS FOR OPINIONS

We conducted the audit in accordance with generally accepted auditing standards in Sweden. Our responsibilities under those standards are further described in the Auditor's Responsibilities section. We are independent of the parent company and the group in accordance with professional ethics for accountants in Sweden and have otherwise fulfilled our ethical responsibilities in accordance with these requirements. We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our opinions.

RESPONSIBILITIES OF THE BOARD OF DIRECTORS AND THE MANAGING DIRECTOR

The Board of Directors is responsible for the proposal for appropriations of the company's profit or loss. At the proposal of a dividend, this includes an assessment of whether the dividend is justifiable considering the requirements which the company's and the group's type of operations, size and risks place on the size of the parent company's and the group's equity, consolidation requirements, liquidity and position in general.

The Board of Directors is responsible for the company's organization and the administration of the company's affairs. This includes among other things continuous assessment of the company's and the group's financial situation and ensuring that the company's organization is designed so that the accounting, management of assets and the company's financial affairs otherwise are controlled in a reassuring manner. The Managing Director shall manage the ongoing administration according to the Board of Directors' guidelines and instructions and among other matters take measures that are necessary to fulfill the company's accounting in accordance with law and handle the management of assets in a reassuring manner.

AUDITOR'S RESPONSIBILITY

Our objective concerning the audit of the administration, and thereby our opinion about discharge from liability, is to obtain audit evidence to assess with a reasonable



degree of assurance whether any member of the Board of Directors or the Managing Director in any material respect:

- has undertaken any action or been guilty of any omission which can give rise to liability to the company, or
- in any other way has acted in contravention of the Companies Act, the Annual Accounts Act or the Articles of Association.

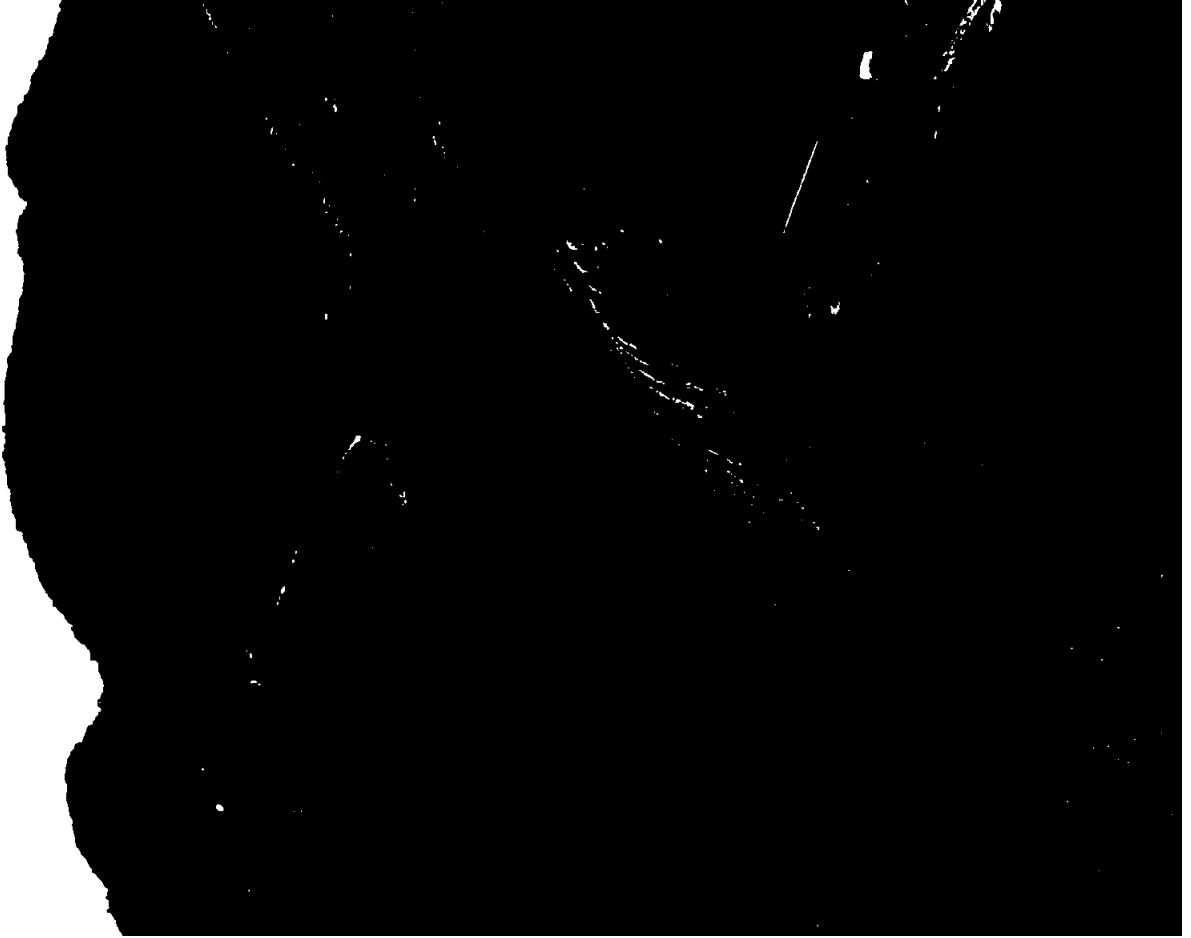
Our objective concerning the audit of the proposed appropriations of the company's profit or loss, and thereby our opinion about this, is to assess with reasonable degree of assurance whether the proposal is in accordance with the Companies Act.

Reasonable assurance is a high level of assurance, but is not a guarantee that an audit conducted in accordance with generally accepted auditing standards in Sweden will always detect actions or omissions that can give rise to liability to the company, or that the proposed appropriations of the company's profit or loss are not in accordance with the Companies Act.

As part of an audit in accordance with generally accepted auditing standards in Sweden, we exercise professional judgment and maintain professional skepticism throughout the audit. The examination of the administration and the proposed appropriations of the company's profit or loss is based primarily on the audit of the accounts. Additional audit procedures performed are based on our professional judgment with starting point in risk and materiality. This means that we focus the examination on such actions, areas and relationships that are material for the operations and where deviations and violations would have particular importance for the company's situation. We examine and test decisions undertaken, support for decisions, actions taken and other circumstances that are relevant to our opinion concerning discharge from liability. As a basis for our opinion on the Board of Directors' proposed appropriations of the company's profit or loss we examined the Board of Directors' reasoned statement and a selection of supporting evidence in order to be able to assess whether the proposal is in accordance with the Companies Act.

Stockholm 24 April 2023
Ernst & Young AB

Andreas Nyberg Selvring
Authorized Public Accountant





Sustainability notes

Segment Sweden

Note H1 Climate-impacting emissions, by scope

Climate-impacting emissions, Parent Company and Swedish subsidiaries and their supply chains	2022	2021	2020	2019	2018
Emissions tonnes CO ₂ eq direct emissions own operations (scope 1)	38.71	36.14	38.68	32.32	45.62*
Emissions tonnes CO ₂ eq indirect emissions own operations (scope 2 - Market Based Approach)	4.59	5.69	5.38	5.36	4.34
Emissions tonnes CO ₂ eq indirect emissions own operations (scope 2 - Location Based Approach)	12.66	13.49	7.11	10.20	10.09
Emissions tonnes CO ₂ eq indirect emissions own operations (scope 3)	256.89	84.06	87.15	195.53	236.38
Emissions tonnes CO ₂ eq indirect emissions supply chain (scope 3)	16,708.14	17,969.35	18,487.27	16,910.81*	16,988.02*
Emissions tonnes CO ₂ eq (scopes 1+2+3)	17,017.33	18,095.24	18,818.28	17,144.02*	17,274.37*

* Updated data as a result of improved data quality

Note H2 Climate-impacting emissions, per mapped focus area and litre of wine sold

Climate-impacting emissions, Parent Company and Swedish subsidiaries and their supply chains	2022	2021	2020	2019	2018
Sales, million litres wine	54.23	56.66	56.37	48.36	45.26
Emissions tonnes CO ₂ eq transports	6,602.30	7,274.77	7,083.80	6,340.78	5,827.38
Emissions tonnes CO ₂ eq packaging	10,105.73	10,694.58	11,980.90	10,681.41	10,973.81
Emissions tonnes CO ₂ eq office and business travel	309.19	125.89	131.01	233.21	286.35
Emissions tonnes CO ₂ eq total	17,017.33	18,095.24	18,818.28	17,144.02*	17,274.37*
Emissions kg CO ₂ eq from transport per litre of wine sold	0.12	0.13	0.12	0.12	0.13
Emissions kg CO ₂ eq from packaging per litre of wine sold	0.19	0.19	0.21	0.23	0.25
Emissions kg CO ₂ eq per litre of wine sold	0.31	0.32	0.33	0.35	0.38

* Updated data as a result of improved data quality

Note H3 Sustainability performance product portfolio

Sustainability performance of the product portfolio belonging to the Swedish subsidiaries	2022	2021	2020	2019	2018
Sales, million litres wine	54.23	56.66	56.37	48.36	45.26
Percentage of litres of wine in climate efficient* packaging %	75.19	73.40	72.10	69.81	69.33
Percentage of litres of wine certified organic %	39.15	38.48	37.68	36.00	35.16
Percentage of litres of wine certified ethical**	13.07	13.83	15.14	16.94	10.27
Percentage of litres of wine certified organic and/or ethical***	48.30	48.72	48.55	47.24	40.72
Percentage of litres of wine with certification approved by sustainable choice****	54.00	-	-	-	-

* Climate efficient packaging refers to Bag-in-Box, Tetra, PET, can, pouch and lightweight glass. These types of packaging have a significantly lower life cycle climate impact per litre of wine than conventional glass packaging. Over several life cycles, taking into account recycling and reuse, the difference in climate impact is reduced.

** Ethically certified refers to a product certified by Fairtrade or Fair for Life.

*** Sustainable choice refers to the label that Systembolaget introduced in 2022 which recognises several international and national ethical, ecological and other environmental certifications.

130 VIVA WINE GROUP 2022

Note H4 Social and environmental risks, producer level

Social and environmental risks, producer level to the Swedish subsidiaries	2022	2021	2020	2019	2018
Total number of producers	-	-	-	-	-
Proportion of producers who have confirmed the Amfori BSCI Code of Conduct %	100	100	100	100	100
Number of producers in risk country* that have been third-party audited** for social and environmental risks and approved	76	58	-	-	-
Percentage of producers in risk country* that have been third-party audited** for social and environmental risks and approved %	16	-	-	-	-
* Risk country refers to countries assessed by HRMA and HRDD as having elevated risk concerning corruption, discrimination, freedom of association, child labour, forced labour. These countries are (in alphabetical order): Argentina, Bulgaria, Chile, Italy, Moldova, South Africa.	21	-	-	-	-
** Third-party audited for human rights refers to producers and production audited and certified under Fair Trade or Fair for Life, audited and approved by Amfori BSCI, or WETA (South Africa), or Equalitas (Italy).	-	-	-	-	-

Note H5 Social and environmental risks, product portfolio

Social and environmental risks, product portfolio	2022	2021	2020	2019	2018
Sales, million litres wine total	54.23	56.66	56.37	48.36	45.26
Sales, million litres wine from risk countries* that have been third-party audited** for social and environmental risks and approved	26.95	26.78	27.41	26.21	27.30
Percentage of litres of wine from risk countries* that have been third-party audited** for social and environmental risks and approved %	17.45	10.46	13.71	12.38	12.49
* Risk country refers to countries assessed by HRMA and HRDD as having elevated risk concerning corruption, discrimination, freedom of association, child labour, forced labour. These countries are (in alphabetical order): Argentina, Bulgaria, Chile, Italy, Moldova, South Africa.	64.70	39.06	50.01	47.25	45.76
** Third-party audited for human rights refers to producers and production audited and certified under Fair Trade or Fair for Life, audited and approved by Amfori BSCI, or WETA (South Africa), or Equalitas (Italy).	-	-	-	-	-

Note H6 Gender distribution of employees

Gender distribution, Parent Company and Swedish subsidiaries	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Average number of employees	91	82
Of whom men, %	65	65
Of whom women, %	35	35
Parent Company and Swedish subsidiaries	91	82
Total	91	82
1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	65	65
1 Jan 2021 - 31 Dec 2021	65	65
Gender distribution, board and senior executives	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022	1 Jan 2021 - 31 Dec 2021
Average number of employees	12	10
Of whom men, %	33	40
Of whom women, %	67	60
Board and other senior executives	12	10
Total	12	10



Note H7 Age distribution of employees

	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022				1 Jan 2021 - 31 Dec 2021			
	Younger than 30 years		Older than 30-50 years		Younger than 30 years		Older than 30-50 years	
	18	71	12	12	13	60	9	9
Age distribution, Parent Company and Swedish subsidiaries								
Parent Company and Swedish subsidiaries	18	71	12	12	13	60	9	9
Total	18	71	12	12	14	60	9	9
	1 Jan 2022 - 31 Dec 2022				1 Jan 2021 - 31 Dec 2021			
	Younger than 30 years		Older than 30-50 years		Younger than 30 years		Older than 30-50 years	
	0	5	7	7	0	4	6	6
Age distribution, Board of Directors and senior executives								
Board and other senior executives	0	5	7	7	0	4	6	6
Total	0	5	7	7	0	4	6	6

Note H8 Staff turnover and sick leave

	2022	2021	2020	2019	2018
Staff turnover and sick leave, Parent Company and Swedish subsidiaries					
Staff turnover %	14.3	14.7	8.6	3.5	10.6
Sick leave %	2.5	1.3	2.2	2.7	3.0

Note H9 Product safety

Complaints and quality deviations on product batches resulting in a customer recall.

Product recalls Swedish subsidiaries	2022	2021	2020
Number of product recalls	9	6	3*

* Updated data as a result from change of definition

Note H10 Responsible marketing

Incidents of non-compliance concerning marketing communications

Responsible marketing	2022	2021	2020
Number of incidents	0	0	0

Note H11 Impacts, goals and measures

FINANCIAL RESULTS

Our business is profitable and an annual dividend is distributed to the shareholders by decision of the annual general meeting. The company management, the audit committee, the board and our auditors continuously monitor our financial results, which are reported quarterly to the market. Medium term financial goals are defined. 2022 financial results can be found on pages 82-124.

INDIRECT ECONOMIC IMPACT

Our operations generate indirect financial impact through, among other things, job opportunities and investments in the areas where our producers and partners are active. Our operations also create jobs in our sales markets, partly at our daughter companies and partners, partly at retailers. Finally, our operations also result in significant tax revenue.

We want our indirect economic impact to make a positive contribution in the areas where we, our producers or partners operate. For these reasons, we have an ambitious sustainability agenda that includes both economic, environmental and social impact. This is addressed on a general level in our sustainability policy, our human rights policy, the amfori BSCI code of conduct as well as our anti-corruption policy. Our policies are revised annually. For more information about our sustainability goals, our results and sustainability work see pages 42-69.

BIODIVERSITY

We are aware that the operations in our supply chain can have a negative impact on biodiversity. We want those operations to have as little negative impact as possible and therefore promote certifications and initiatives by growers and producers that are beneficial for biodiversity. We follow up on the share of sales volume that is organically and environmentally certified and recognize producers' inspirational work. Our approach to biodiversity is covered in our sustainability policy as well as in the amfori BSCI code of conduct. Our sustainability policy is revised annually. For more information about our sustainability goals, our results and sustainability work see pages 42-69.

EMISSIONS

We are aware that our operations, especially in our supply chain, result in emissions affecting the climate. The absolute majority of ours the climate impact of operations comes from farming, packaging and transports. We measure and carefully monitor these three areas and have set ambitious goals, both in the short and long term. Ours overall goal is to halve our climate impact per liters of wine sold until 2030. Our climate impact is reported annually in our annual and sustainability report as well as and in the Swedish

Beverage Industry's Climate Initiative, an initiative which gathers Sweden's leading producers, suppliers and retailers of beer, wine and spirits. The industry's targets, results and measures are reported to stakeholders in the initiative's annual industry report.

During 2022, our climate-affecting emissions continued to decrease, both as a total for scope 1, 2 and 3 combined as well as climate impact per liter sold. Our climate impact decreased both in our transports and packaging. This was a result of improved efficiencies, continued switch from road transport to rail transport and investments in lighter packaging solutions.

However, the climate impact from our business trips increased in 2022 compared to 2021 and 2020. This was expected as the covid-19 pandemic and its travel restrictions made it difficult to travel at that time. Visiting international wine fairs and producers makes up an important part of our business. We will develop an updated travel policy.

Our approach to climate-affecting emissions is regulated in our sustainability policy. Our sustainability policy is revised annually. For more information about our sustainability goals, our results and sustainability work, see pages 42-69.

LABOUR CONDITIONS AND HUMAN RIGHTS

We are aware that labour conditions and human rights can be at risk in our supply chain. We demand decent working conditions at all our producers and their growers and that their operations are in accordance with the ILO standards and the amfori BSCI Code of Conduct. We review producers and growers annually based on risks and regularly monitors compliance with amfori BSCI code of conduct. We have set targets for share of volume from producers in risk countries where labour conditions have been audited and approved by independent third parties.

Our result improved significantly in 2022 compared with 2021 and 2020, partly as we in 2022 could resume producer visits and audits which was not possible during the Covid-19 pandemic. We see that our way of working is successful and beneficial for producers and growers why we will conduct yet more site visits and audits in the coming year. Our approach to labour conditions and human rights are regulated in our sustainability policy as well as in the amfori BSCI code of conduct. Our policy is being revised annually. For more information about our sustainability goals, our results and sustainability work see pages 42-69.

CONSUMER HEALTH AND MARKETING

We carefully monitor quality deviations and secure alignment with legislation and industry codes regarding marketing. In 2022, we had more product recalls compared to previous years. This increase was not due to increase in quality deviations in liquid but mislabeling at producer. Our approach to consumer health and marketing are comprehensively regulated in our sustainability policy that is revised annually.



Performance indicators and share data

GROUP	2022 Jan-Dec	2021 Jan-Dec
Return on equity, %	15.4	50.4
Gross margin, %	23.0	23.7
EBITDA (SEK million)	464	580
EBITDA margin, %	11.9	17.4
EBITA (SEK million)	433	564
EBITA margin, %	11.3	16.9
EBITA, adjusted (SEK million)	377	399
EBITA margin, adjusted, %	9.8	12.0
Operating profit (EBIT) (SEK million)	310	521
Operating margin (EBIT margin), %	8.1	15.6
Equity ratio, %	47.7	65.5
Net debt	491	545
Equity per share (SEK)	19.9	18.7
Quick ratio, %	109.8	117.1
Average number of employees	333	240

Key performance indicators Definitions

In accordance with the ESMA (European Securities and Markets Authority) guidelines regarding the disclosure of alternative performance measures, the definition and reconciliation of alternative performance measures for Viva Wine Group AB are presented here. The guidelines provide enhanced disclosures regarding the financial

measures not defined by IFRS. The key performance indicators shown below are presented in the interim report. They are used for internal control and monitoring. As not all companies calculate financial performance indicators in the same way, they are not always comparable with indicators used by other companies.

KEY PERFORMANCE INDICATORS	DEFINITION	PURPOSE
EBITDA	Operating profit before depreciation and amortisation of tangible and intangible non-current assets.	This measure is used to analyse the profitability of the business, independently of depreciation.
EBITDA margin, %	EBITDA/net sales	The EBITDA margin is used to show the profitability of the operating business.
EBITA	Operating profit before amortisation and impairment of intangible non-current assets.	This measure is used to analyse the profitability of the operating business, excluding items affecting comparability of acquisitions made.
EBITA, adjusted	EBITA adjusted for items affecting comparability.	Adjusted EBITA is a measure used to maintain transparency and comparability of operating results over time.
Adjusted for items affecting comparability	Measure or amount adjusted for costs related to IPO and bonus commitment related to the acquisition of Vicampo and Norwegian Beverage Group.	This measure is used to analyse the profitability of the operating business, excluding items affecting comparability.
EBITA margin, %	EBITA as a percentage of net sales.	The EBITA margin is used to show the profitability of operating activities.
EBITA margin, adjusted %	Adjusted EBITA as a percentage of net sales.	Adjusted EBITA margin is used to analyse the profitability of the operating business, excluding items affecting comparability.
Gross margin, %	Net sales less the cost of goods for resale, in relation to net sales.	This measure is used to illustrate profitability in terms of the margin on goods sold during the period.
Equity per share	Equity attributable to equity holders in the Parent Company/shares at the end of the period.	Measures net value per share and shows whether the Company is increasing shareholder wealth over time.
Quick ratio, %	Cash and cash equivalents in relation to current liabilities. Measured as (Current assets - inventories and work in progress) / current liabilities.	This measure shows the Company's ability to pay in the short term.
Operating profit (EBIT)	Operating profit before net financial items and tax. Net financial income refers to financial income less financial expenses.	This measure is used to understand the Company's profitability potential.
Operating margin, %	EBIT/net sales	Operating margin is used to show the percentage of turnover that remains after operating costs and that can be used for other purposes.
Equity ratio, %	Total equity/total assets	Equity ratio is used to analyse financial risk and shows the proportion of assets financed by equity. A high equity ratio is a measure of financial strength.
Net debt (+)/Net cash (-)	Interest-bearing liabilities minus cash and cash equivalents at the end of the period.	Net debt is a key performance indicator showing the company's total net debt.

GRI Index Viva Wine Group 2022

Viva Wine Group reports according to the GRI principles and the GRI Standards 2021.

INDICATORS	DISCLOSURE	PAGE	Requirement(s) omitted	Reason	Explanation
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	82-84			
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	44			
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	44, 82-84			
	2-4 Restatements of information	44			
	2-5 External assurance	69, 138-139			
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	6-7, 18-21, 34-39, 52-53, 82			
	2-7 Employees	44, 60-61, 84, 101-102			
	2-8 Workers who are not employees				All workers in the Swedish subsidiaries are employees.
	2-9 Governance structure and composition	68-78			
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	74-79			
	2-11 Chair of the highest governance body	70, 78			
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	68-73			
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	68-73			
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	68-73			
	2-15 Conflicts of interest	64, 70-71, 84			
	2-16 Communication of critical concerns	68-69			
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	68-73			
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	68-69, 75-79			
	2-19 Remuneration policies	84, 101-102			
	2-20 Process to determine remuneration	84			
	2-21 Annual total compensation ratio	101-102			Date for ratio of percentage increase is not available
	2-22 Statement on sustainable development strategy	42			
	2-23 Policy commitments	42, 46-47, 52-53, 60-61			
	2-24 Embedding policy commitments	42, 46-47, 52-53			
	2-25 Processes to remediate negative impacts	50, 52-53, 61			
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	53, 61			
	2-27 Compliance with laws and regulations	68-69, 82-84			
	2-28 Membership associations	52, 54, 59, 62-63			
	2-29 Approach to stakeholder engagement	44-45			
	2-30 Collective bargaining agreements	60-61			

Material topics	
GR13: Material Topics 2021	44-45
3-1 Process to determine material topics	45, 47
3-2 List of material topics	
ECONOMIC PERFORMANCE	
GR13: Material Topics 2021	66, 70-79, 82-124, 133
3-3 Management of material topics	
GR20: Economic Performance 2016	8-9, 110-111
201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	45, 50



Auditor's Combined Assurance Report on the sustainability report and statement regarding the statutory sustainability report for Viva Wine Group AB

To the Viva Wine Group AB 559178-4953

INTRODUCTION

We have been engaged by the Board of Viva Wine Group AB to undertake a limited assurance engagement of the sustainability report for Viva Wine Group AB for the year 2022. The scope of the sustainability report has been defined on pages 136-137. The statutory sustainability report is defined on page 3.

RESPONSIBILITIES OF THE BOARD OF DIRECTORS AND EXECUTIVE MANAGEMENT

The Board of Directors and Executive Management are responsible for the preparation of the sustainability report including the statutory sustainability report in accordance with applicable criteria and the Swedish Annual Accounts Act respectively. The criteria are defined on page 44 in the sustainability report and are part of the Sustainability Reporting Guidelines published by GRI (The Global Reporting Initiative) that are applicable to the sustainability report, as well as the accounting and calculation principles that the Company has developed. This responsibility includes the internal control relevant to the preparation of a Sustainability Report that is free from material misstatements, whether due to fraud or error.

AUDITOR'S RESPONSIBILITY

Our responsibility is to express a conclusion on the sustainability report based on our limited assurance procedures and to express an opinion regarding the statutory sustainability report. Our engagement is limited to historical information presented in this document and does therefore not include future oriented information. We have conducted our engagement in accordance with ISAE 3000 (revised) Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information. A limited assurance engagement consists of making inquiries, primarily of persons responsible for the

preparation of the sustainability report, and applying analytical and other limited assurance procedures. Our examination regarding the statutory sustainability report has been conducted in accordance with FAR's accounting standard RevR 12. The auditor's opinion regarding the statutory sustainability report, A limited assurance engagement and an examination according to RevR 12 are different from and substantially less in scope than reasonable assurance conducted in accordance with IAA's Standards on Auditing and other generally accepted auditing standards in Sweden.

The firm applies ISQM 1 (International Standard on Quality Management) which requires the firm to design, implement and maintain a system of quality control including documented policies and procedures regarding compliance with ethical requirements, professional standards and applicable legal and regulatory requirements. We are independent of Viva wine Group AB in accordance with professional ethics for accountants in Sweden and have otherwise fulfilled our ethical responsibilities in accordance with these requirements.

The procedures performed in a limited review and an examination according to RevR 12 do not enable us to obtain assurance that we would become aware of all significant matters that might be identified in a reasonable assurance engagement. The conclusion based on limited assurance procedures and an examination according to RevR 12 does not provide the same level of assurance as a conclusion based on reasonable assurance.

Our procedures are based on the criteria de-fined by the Board of Directors and the Executive Management as described above. We consider these criteria suitable for the preparation of the Sustainability Report.

We believe that the evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our conclusion below.

CONCLUSIONS

Based on the limited assurance procedures we have performed, nothing has come to our attention that causes us to believe that the sustainability report is not prepared, in all material respects, in accordance with the criteria de-fined by the Board of Directors and Executive Management.

A statutory sustainability report has been prepared.

Stockholm April 24

Ernst & Young AB

Andreas Nyberg
Authorized Public Accountant

Oul Alestalo
Specialist member of FAR



Shareholder information

REPORTING DATES 2023

Annual report 2022	25 April
Annual general meeting 2023	16 May
Interim report January - March 2023	17 May
Interim report January - June 2023	29 August
Interim report January - September 2023	22 November

DISTRIBUTION POLICY

Viva Wine Group's annual report will be sent by post upon request. Interim reports are distributed only in electronic format.

For subscription, investors.vivagroup.se/en/press releases/

INVESTOR RELATIONS / SHAREHOLDER CONTACT

Mikael Sundström
mikael.sundstrom@vivagroup.se

CONTACT VIVA WINE GROUP

Address: Blasienholmsgatan 4A, SE-111 48 Stockholm, Sweden
Tel: +46 8 - 21 83 88
E-mail: info@vivagroup.se
Homepage: vivagroup.se

ANNUAL GENERAL MEETING OF VIVA WINE GROUP

The Annual General Meeting of Viva Wine Group will be held at 10:00 a.m. at the premises of the Company at Blasienholmsgatan 4A in Stockholm on Tuesday 16 May 2023.

Right to attend the meeting

Shareholders who wish to participate in the Annual General Meeting must be registered in the share register maintained by Euroclear Sweden AB on the record date, which is Monday 10 May 2023, and must notify Baker & McKenzie Advokatbyrå, Attn: Carl Isaksson, Box 180, 101 23 Stockholm, Sweden or by e-mail to carl.isaksson@bakermckenzie.com.

Proxies

Shareholders represented by a proxy must issue a written and dated power of attorney for the proxy. A copy of the power of attorney and any certificate of registration should, in order to facilitate access to the meeting, have been received by the Company at the Company's address, Blasienholmsgatan 4A, 111 48 Stockholm, no later than 10 May 2023. Proxy forms are available on the company's website, www.vivagroup.se.

Re-registration of nominee-registered shares

Shareholders whose shares are nominee-registered with a bank or other nominee must have their shares temporarily registered in their own name through the nominee in order to be entitled to participate in the meeting. Such registration, which normally takes a few days, must be completed by Monday 8 May 2023 at the latest and should therefore be requested from the nominee well in advance of that date. Voting registration requested by shareholders in time for registration to be made by the relevant nominee by Wednesday 10 May 2023 at the latest will be taken into account in the preparation of the share register.



Our sales markets

The origin of our beverages



Viva Wine Group | Blasieholmsgatan 4A, Stockholm, Sweden | +46 8-21 83 88 | info@vivagroup.se

Design: formgard.se



Printer:
DanagårdLitho, 2023



Eco-labelled printed
matter
3041 0196



Carbon offsets
paper

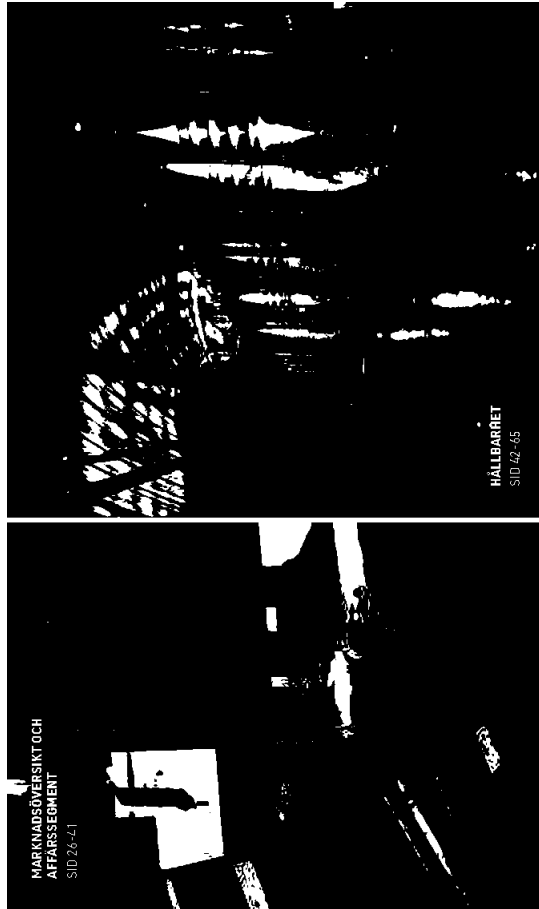


**ÅRS- & HÅLLBARHETS
REDOVISNING 2022**





Vi är Sveriges ledande
vinkoncern med en stark
position i Norden och
på den europeiska
e-handelsmarknaden.



1 – INLEDNING	6	6 – RISKER & STYRNING	66
Detta är Viva Wine Group	8	Risker & riskhantering	68
Året som gick	10	Hållbar styrning	70
Aktien & akteigare	12	Styrelse & ledning	74
VD har ordet	14	Bolagsstyrningsrapport	
Mål & utfall		7 – ÅRSREDOVISNING	82
2 – VISION & STRATEGI	18	Förvaltningsberättelse	85
Vår vision, strategi & affärsmodell	20	Finansiella rapporter	93
Vårt entreprenörskap	22	Finansiella noter	125
Våra vägledande principer		Styrelsens underskrift	126
3 – MARKNADSÖVERSIKT	26	Revisionsberättelse	130
Den svenska & nordiska marknaden	28	Hållbarhetsnoter	134
E-handelsmarknaden i Europa	30	Nyckeltal och aktiedata	136
Trender		GRI Index	138
4 – AFFÄRSSEGMENT	34	Revisorns rapport om hållbarhet	
Sverige	36		
Norden	38		
Viva eCom			
5 – HÅLLBARHET	42		
Hållbarhetsdirektören har ordet	44		
Redovisningsprinciper & ramverk	46		
Hållbar strategi	48		
Hållbar odling	52		
Hållbar produktion	56		
Hållbara transporter & förpackningar	60		
Hållbar arbetsplats	62		
Hållbar konsumtion			

Sidorna 82-125 utgör Årsredovisningen granskad av Ernst & Young. Revisionsberättelsen finns på sidan 126. Den lagstadgade hållbarhetsrapporten återfinns på sidorna 42-65, 66-69 samt 130-133 och är framtiden i enlighet med GRI Standards 2021.

GRI Index finns på sidorna 136-137. Revisorns översiktliga granskningsrapport som inkluderar yttrandet om den lagstadgade hållbarhetsrapporten finns på sidan 138.

Produktion: Korp Kommunikation AB
Design: Farmgrådt AB



I

Inledning

Viva Wine Group är en koncern av
entreprenördrivna bolag med
passion för vin, affärsutveckling,
hållbarhet och lönsam tillväxt.



Detta är Viva Wine Group

Värd Wine Group är en koncern av entreprenörsdrivna bolag med passion för vin och affärsutveckling. Vi utvecklar, marknadsför och säljer både egen och andras varumärken med fokus på Norden och den europeiska e-handeln.

VÅRT ERBJUDANDE

Viva Wine Groups produktportfölj inkluderar allt från prisade konsumentfavoriter till erkända prestigemärken. Vi erbjuder prisvärda kvalitetsviner från hela världen och utvecklar viner av alla stilar och smaker. Vi erbjuder även viner från ett stort antal världslägnade partnerproducenter. Vi är måna om hur våra produkter tillverkas och är särskilt stolta över våra investeringar på hållbarhet.

VÅR MARKNAD

Viva Wine Group är den ledande vinleverantören på de nordiska monopolmarknaderna. Vi växer även i Europa, där vi satsar på e-handelsförsäljning till konsumenter i allt fler länder, bland annat Tyskland, Schweiz, Österrike, Tjeckien, Frankrike och Nederländerna.

Vår affärsmodell
- Vira Way

Våra entreprenör drivna dotterbolag är
hjärntat i verksamheten. Deras samlade
kunskap om marknaden, konsumenten
och produktionen har gjort oss till den
ledande aktören inom vin på de nordiska
monopolmarknaderna och till en av de
ledande e-handlarna för vin i Europa.

Nyckeln till framgången är vår
värdeexperit, vår decentraliserade
affärsmodell, Viva Way, samt
en gemensam plattform för
kunskapsdelning och administration.
En modell och plattform som ger
betydning till både lokal och effektiv
styrning med bibehållen frihetsgrad
för entreprenörerna. Vi har även en
gemensam produktutvecklingsprocess
som säkerställer lydbildet för trender
och konsumentpreferenser samt
möjliggör korta varaktigheter till marknaden.

Var produktion

Vinet som vi erbjuder produceras av fler än 200 producenter i mer än 15 länder på fem kontinenter. Producenterna kan vara allt från stora vinkoncerner till medlemsägda kooperativ och små familjeproducenter.

Våra försäljningsmarknader

Våra dryckers ursprung



Hållbarhet i Vica Wine Group

För oss är det självklart att verka för en hållbar utveckling. Hållbarhet är avgörande för vår planet, jordbruket och vår verksamhets framtid. Vi är övertygade om att människors miljö- och samhällsansvar också gynnar affärerna, särskilt på sikt.



Vi har en hållbar arbetsplats där vi främjar innovation och utveckling.



Vi strävar efter hållbar
odling och produktion
och kräver att alla
våra producenter
efterlever anför
BSCIs uppförandekod.



Vi strävar efter
hållbara förpackningar
och transporter
och är drivande i
Dryckesbranschens
Klimatinitiativ.



Vi är pionjärer och marknadsledande inom ekologiskt och etiskt certifierat vin.



Vivärnar måttfull
och ansvarsfull
marknadsföring,
försäljning och
konsumtion av
alkohol.

6 VIVA WINE GROUP 2022

LIVAS WINE GROUP 2022 7



Året som gick

2022 var ännu ett händelserikt år på marknaden. Med vår agila affärsmodell har vi snabbt kunnat anpassa vår verksamhet till nya marknadsförutsättningar.

Ett turbulent år är till ända. Under 2022 har Viva Wine Group bland annat behövt hantera brist på insatsvaror, utmaningar i leveranskedjan, en svagare svensk och norsk krona och en nedgång i konsumentsentiment. Trots en lägre försäljning har Viva Wine Group tagit marknadsandelar i alla tre nordiska länder. Samtidigt har vi fortsatt att investera i vår e-handelsverksamhet. Med steg mot en gemensam organisation, ett gemensamt lager och tre försäljningsplattformar är vi redo att fortsätta vår expansion i Europa.



14,8 % 9,8 % 278

Nettoomsättningstillväxt Justerad EBITA-marginal Årets resultat, MSEK

Finansiell utveckling	2018	2019	2020	2021	2022
Nettoomsättning, MSEK	1 990	2 335	2 845	3 331	3 825
Bruttomarginal, %	17,1	17,5	18,8	23,7	23,0
EBITA, MSEK	138	165	291	564	433
EBITA-marginal, %	6,9	7,1	10,2	16,9	11,3
EBITA-marginal, justerad, %	6,9	7,1	10,3	12,0	9,8
Rörelseresultat, MSEK	137	156	281	521	310
Rörelsemarginal, %	6,9	6,7	9,9	15,6	8,1
Nettoskuld, MSEK	104	176	133	545	491
Årets resultat, MSEK	123	133	219	465	278
Soliditet, %	20,4	20,3	28,3	45,5	47,7
Gemensnittligt antal anställda	61	118	130	240	333

Förvärr av Vinklubben – Sveriges största online community för vin

I april slutfördes förväret av Mytaste Food & Beverage AB ("Vinklubben"). Med ett online community bestående av 1,6 miljoner medlemmar är Vinklubben ledande inom prestationsbaserad vinmarknadsföring. Vinklubben är ett strategiskt viktigt förvärv och stärker Viva Wine Groups relation ytterligare med svenska konsumenter.

Avyttring av lagerfastighet effektiviserar e-handeln

I september 2022 avyttrades en lagerfastighet i Butzbach, Tyskland, som del av strategin att effektivisera vår europeiska e-handel och koncentrera verksamheten till en sammanhållen plats. Försäljningspriset översteg tillgångens bokförda värde. Intäkterna från transaktionen kommer att användas för att stärka bolagets balansräkning och finansiera nya tillväxtmöjligheter.

Utökad styrelse och ledningsgrupp

Under året har Viva Wine Group genomfört flera viktiga förändringar i både styrelse och ledningsgrupp. I mars utökades koncernledningen med Anna Möller, som Viva Wine Groups Chief Operating Officer Nordics, och Christian Fricke utnämndes till Managing Director Viva eCom. Under årsstämman i maj valdes Lars Ljungdahl, VD på Bergendahl & Son, till ordinarie styrelseledamot för bolaget.

Ledande aktör inom hållbarhet

Viva Wine Group är en av de ledande aktörerna inom hållbarhet inom den svenska och nordiska vinbranschen. Som ett resultat av koncernens helomfattande hållbarhetsarbete har bolaget blivit nominerat till det Svenska Miljöstrategipriset 2022.



Hållbarhet (Sverige)	2018	2019	2020	2021	2022
Försäljning miljoner liter	45,26	48,36	56,37	56,66	54,23
Utsläpp ton CO ₂ -eq, direkta utsläpp egen verksamhet (Scope 1)	45,62*	32,32	38,48	36,14	38,71
Utsläpp ton CO ₂ -eq, indirekta utsläpp egen verksamhet (Scope 2 - Market Based approach)	4,34	5,36	5,38	5,69	4,59
Utsläpp ton CO ₂ -eq, indirekta utsläpp Leverantörskedja (Scope 3)	16 988*	16 910*	18 687	17 969	16 708
Utsläpp kg CO ₂ -eq per såld liter	0,38	0,35	0,33	0,32	0,31
Andel klimat effektiv förpackning, %	69	70	72	73	75
Andel eto/etisk certifierad volym, %	41	48	49	49	48
Andel producenter som bekräftat Antior (BSCI) upplösnedkod, %	100	100	100	100	100
Andel hållbarhetsgranskad volym från riskland, %	45,8	47,3	50,0	39,1	64,7
Personalsättning, %	10,6	3,5	8,6	14,7	14,3
Sjukfrånvaro, %	2,96	2,72	2,18	1,31	2,48

* Data uppdaterad som följd av förbättrad datakvalitet

INLEDNING

*Fem skäl att äga aktier i
Viva Wine Group*

- 1 Nordisk marknadsledare**
Marinknadsledande position på de stabila nordiska inombranschen
- 2 Stor potential inom e-handel**
Stark och öhsam position på den stora och attraktiva europeiska e-handelsmarknaden
- 3 Lönsam organisk tillväxt**
Historik med en kombination av attraktiv tillväxt och lönsamhet
- 4 Framgångsrika förvärv**
Bevisad strategi för att driva tillväxt och konsolidering genom förvärv
- 5 Branschpionjär inom hållbarhet**
Pionjär och branschledare på ekologisk och etiskt certifierat vin samt låg klimatpåverkan från transporter och förpackningar

Årets utveckling

Under 2022 har Viva Wine Groups aktie haft en förhållandevis stabil utveckling trots marknadsläget som tyngt den svenska och internationella börsmarknaden sedan februari 2022.

Under året har aktiekursen fluktuerat mellan 43 SEK och 62 SEK med en toppnoteringen på 62 SEK i januari 2022. Noteringskursen december 2021 var 49 SEK.

Aktien & aktiedägare

Vinea Wine Groups aktie är noterad på Nasdaq First, North Premier Growth Market sedan den 14 december 2021. Aktiens ticker-symbol är VFWA. Börskursen i Vinea Wine Group uppgick vid avrets slut till 3 977 MSEK fördelat på 88 831 884 aktier, med en stängningskurs på 45 SEK per aktie den 31 december 2022.

ÄGANDE

En stor del av aktierna ägs av de tre grundarna som även sitter i ledningsgruppen. Antalet registrerade aktieägare var vid årets slut 6 825 där andelen institutionella ägare motsvarade 15,2 procent av det totala antalet aktier och andelen privata ägare motsvarade 84,8 procent. Andelen utländska ägare uppgick till 12,75 procent. De tio största ägarna stod för 90,25 procent av det totala antalet aktier i bolaget.

AKTIENS UTVECKLING OCH BÖRSVÄRDE

Viva Wine Group noterades den 14 december 2021 på First North Premier Growth Market och 2022 var första året aktien handlades. Den slutliga betalkursen för året var 45 kronor. Viva Wine Groups börsvärde vid årets slut uppgick till 3 997 (5 284) MSEK.

UTDELNINGSPOLICY

Viva Wine Group avser att dela ut överskottskapital till aktieägarna efter att ha beaktat långsiktig finansiell stabilitet, tillväxtmöjligheter och strategiska initiativ. Beaktande dessa överväganden, avser Viva Wine Group att dela ut 50-70 procent av årets resultat hanförligt till moderbolagets aktieägare.

INCITAMENTS PROGRAM STYRELSE OCH LEDNING

På extra bolagsstämman den 5 december 2021 antogs beslut om att emittera teckningsoptioner som ett inflydningsprogram för att stärka bolagets långsiktiga värde. Införandet av ett inflydningsprogram som serie 2021.3 för ledningen och serie 2021.4 för styrelsen. Serie 2021.3 omfattar 411 552 teckningsoptioner och serie 2021.4 omfattar 232 560 teckningsoptioner. För båda serierna gäller att teckningsoptionerna kan nyttjas under den 15-dagarsperiod som inleds omedelbart efter dagen för offentliggörandet av bolagets kvartalsrapport för fjärde kvartalet 2024, dock senast från och med den 1 mars 2025 till och med den 15 mars 2025. Lösenpriset för teckningsoptionerna för både serie 2021.3 och 2021.4 motsvarar 63,70 SEK. Villkoren för teckningsoptionerna innehåller sekvensliga omräkningsbestämmelser och värderingen skedde enligt Black-Scholes. Om samtliga teckningsoptioner i inflydningsprogramen utnyttjas för teckning av nya aktier kommer aktiekapitalet i bolaget att öka med cirka 5 367,60 SEK, motsvarande cirka 0,73 procent av bolagets aktiekapital.

Fördelning
älgande

AGARE	ANTAL	ANDELAV KAPITAL	ANDELAV RÖSTER	LAND
Late Harvest Holding 1971 AB	23 273 482	26,2 %	26,2 %	Sverige
Vin & Vind AB	23 273 482	26,2 %	26,2 %	Sverige
Legendum Capital AB	9 405 889	10,6 %	10,6 %	Sverige
Bergendahl & Sönneboleg	6 942 857	7,8 %	7,8 %	Sverige
Svolder	4 188 370	4,7 %	4,7 %	Sverige
Capital Group	4 081 133	4,6 %	4,6 %	USA
Ernk Selto	3 859 133	4,3 %	4,3 %	Sverige
Amno AB	3 149 160	3,5 %	3,5 %	Sverige
Danka Pension	1 172 891	1,3 %	1,3 %	Danmark
Varma Mutual Pension Insurance Company	825 000	0,9 %	0,9 %	Finland
Totalt 10 största ägare	80 171 897	90,3 %	90,3 %	
Övriga aktieägare	8 659 897	9,7 %	9,7 %	

15% test tube over

	Omgivningskost	797 86			797 86
TOTALT ANTAL AKTIER	88 831 884	100 %			
			AKTIEKAPITAL		
	Reg. år/t	Händelse	Förändring	Totalt	Förändring
	2018	Nybildning	50 000	50 000	50 000
	2019	Split f) 100:	4 950 000	5 000 000	-
	2020	Fondemission	-	-	50 000
	2021	Split f) 1:12)	55 000 000	60 000 000	500 000
	2021	Nyammission	4 342 089	64 342 089	-
	2021	Nyammission, notering	24 489 795	88 831 884	536 184
	2021	Nyammission, notering			740 266

10 VIVA WINE GROUP 2022

VIVA WINE GROUP 2022 11

VD HAR ORDET

*Stärkta trots en
utmanande omvärld*

Ävel som gick var samvriggen ontamande. I början var ävel hade vi fjäll
 upp med att etablera oss som borsbald, integrera varl förreare av Vicampos
 med att förtälja utveckla var marknadsledande position i Norden. Sen miledes
 Rysslands invasion av Ukraina och vi fick uppleva ett historiskt utmanande
 med skyddiga bränsle- och råvarupriser, materialbrist, volatila valutor och
 kraftigt förändrade konsumentsentiment.

Jag är otroligt stolt över hur vi tillsammans lyckades parera alla dessa historiska utmaningar och samtidigt hålla kvar fokus på våra mål. Vi stängde 2022 med en omsättningsstillväxt, inklusive förvärv, på 14,8 procent och en lönsamhet på 9,4 procent.

EN PERFEKT STORM AV OMVÄRLDSUTMANINGAR

2022 var året då vi fick uppleva en perfekt storm med briststituation på insatssvår, lastkålar i transportkedjan, rekordsvag svensk krona, ett försämrat marknadssentiment och en återgång till de köpmönster som gällde innan pandemin. Vi märkte tydligt trendbrott under året där kunderna började efterfråga produkter i något lägre prisklasser.

STÄRKT POSITION I NORDEN

Vi har byggt upp en stark position på de nordiska monopolmarknaderna genom organiskt tillväxt och frångångslista förvärf och ser samtidigt goda synergier i gifter, inom till exempel produktutveckling. Därför förslår vi att organisationen med en COO med tydligt uppdrag att optimera våra verksamheter i Norden. Effekten har redan börjat synas. Samtidigt som alla nordiska marknader minskade sin försäljning under 2022, ökades vi öka våra marknadsandelar i alla tre länder och gjorde våra gemensamma produktlösningar. Som ett led i att stärka vår marknadsbeteckning förvärfade vi Sverige största online community för vin, Vinklubben.

E-HANDELSPLATTFORMEN ETABLERAD

Den europeiska e-handelsmarknaden gynnas starkt av pandemin 2020-2021 och nedgången i försäljning

under 2022 har därför varit förväntad. Vår styrka är en bred produktportfölj i olika prisklasser och vi har sett en tydlig ökning av försäljning av våra egna varumärken på konkurrenskraftiga prisnivåer.

Arbetet med att effektivisera vår redan idag lönsamma e-handelsverksamhet är nu snart genomfört och till sommaren kommer vi ha etablerat en än mer kostnadseffektiv e-handelsverksamhet med ett lager, ett team och tre kundsegmenterade plattformar.

FORTSATT AMBITIÖS HÅLLBARHETSAGENDA

Vår målsättning att vara den mest hållbara aktören inom vår bransch ligger fast och vi har som mål att halvera vår klimatpåverkan per såld liter vin till 2030.

När pandemin reseriktionerna släppte kunde vi åter besöka våra producenter och återuppta våra uppfällningar och hållbarhetsrevisioner. Det är glädjande att se hur våra producenter inspireras av vårt hållbara hållbarhetsarbete och att det finns en stark vilja att främja hållbar produktion. Som ett resultat av vårt hållbara hållbarhetsarbete blev vi nominerade till det Svenska Miljöstrategiseriet 2022.

SJÄLVFÖRTROENDE INFÖR 2023

Det har året har på ett utmärkt sätt visat på effektiviteten i vår affärsmodell. Vi har snabbt anpassat oss till nya kundbehoven och presterar och knutit vår kedja runt produkter som efterfrågas. Vi har etablerat en effektiv organisation som visar sig vara bra utväxling, både organiskt och genom förvärf. Det finns fortfarande utmaningar, men vi går in 2023 med god självförtroende.

”Jag är stolt och tacksam
att vi har nått hit tillsammans.

Emil Schmitts VD Vör Vine Group



Mål & Utfall

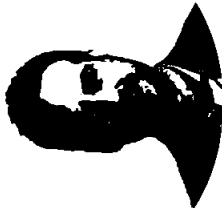
I Viva Wine Group er entreprenørssinn og drifkraften hos alle våre medarbeidere den største tilleggen. Vi er ett verdneringssyrt bolag som sätter affrsutveckling, människa och miljö i centrum. Våra vägledande principer är grunden till allt vi gör.

Nyckeltal hållbarhet*	Förklaring	Mål 2023	Mål 2030	Utfall 2022
Andel hållbarhets- certifierad volym	Andel av total försäljnings- volym som är certifierad ekologiskt och / eller etiskt	50 %	67 %	48%
Andel hållbarhets- granskad volym	Andel volym från riskland som blivit granskad och godkänd i oberoende hållbarhetsrevision	67 %	100 %	65 %
Andel klimat effektiv förpackning	Andel volym som säljs i klimat effektiv förpackning	75 %	90 %	75%
CO ₂ eq/liter	Klimatpåverkan från transporter och förpackningar per liter vin	0,30 kg	0,17 kg	0,31 kg

*Nyckeltal och mål gäller den svenska verksamheten och dess
leverantörskedja

Hållbarhet gynnar affären

Vi tänker hållbarhet i hela vår affär, från druva till glas. Hållbarhet är avgörande för vår planet, jordbruket och vår verksamhets framtid. Vi vet att omsorg om människor och miljö gynnar affärerna, särskilt på sikt. Vår målsättning är att vara den mest hållbara aktören inom vår bransch och hoppas inspirera konkurrenter och samarbetspartners till att följa vårt exempel. Vi har som mål att till 2030 halvera vår klimatpåverkan per såld liter vin!



Mikael Sundström
Hållbarhetsdirektör
Viva Wine Group



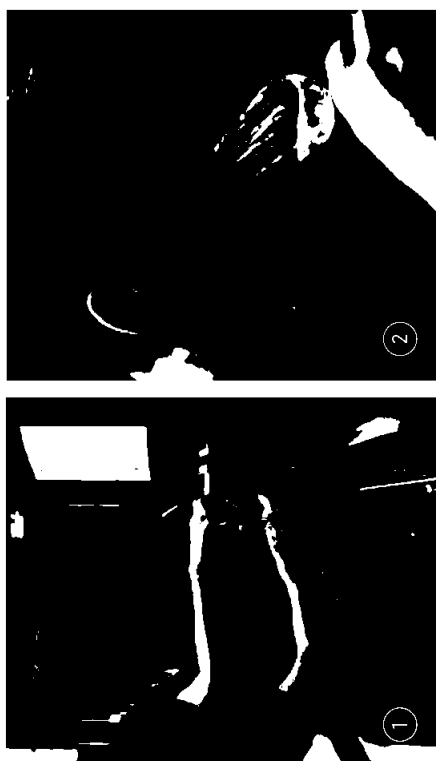
Linn Gäfvert
CFO
Viva Wine Group

Stabil tillväxt och lönsamhet trots försämrat konsumentsentiment, kostnadsökningar och volatila valutor

Nettoomsättningen ökade med 493 MSEK, motsvarande en tillväxt på 14,8 procent. Viva eCom och Norwegian Beverage Group, 2021 års förvärv inom segment Norden, stod för huvuddelen och ökade nettoomsättningen med 288 MSEK primärt genom förvärvet av Vicampo. Det justerade EBITA- resultatet minskade med sex procent till 377 MSEK. Den justerade EBITA- marginalen landade på tio procent för 2022.

14,8 %	9,2 %	59,3 %
Nettoomsättnings- tillväxt koncernen 2022	Nettoomsättningsstillväxt Sverige och Norden 2022	Nettoomsättningsstillväxt eCom 2022

Finansiella mål	Förklaring	Mål	Utfall 2022
Organisk tillväxt monopolmarknaderna	För segmenten Sverige och Norden ska den genomsnittliga årliga organiska tillväxten uppgå till minst 4 procent på medellång sikt	4, % medellång sikt	2,1 %
Organisk tillväxt e-handel	För segmenten E-handel ska den genomsnittliga årliga organiska tillväxten uppgå till 10-15 procent på medellång sikt.	10-15 % medellång sikt	-21 %
Justerad EBIT A-marginal	Den justerade EBITA- marginalen ska på medellång sikt uppgå till 10-12 procent.	10-12 % medellång sikt	10 %
Skuldsättning	Nettoskuden i förhållande till EBITDA ska ej överstiga 2,5x. Net- toskuden i förhållande till EBITDA kan emellertid överstiga 2,5x temporärt, exempelvis i samband med förvärv.	2,5 x medellång sikt	1,1 x
Utdelning	Beskattad långsiktig finansiell stabilitet, tillväxtpotentialer och strategiska initiativ ska 50-70 procent av årets resultat delas ut till moderbolagets aktieägare.	50-70 %	54 %



1. Vinet provas innan tappning för att säkerställa att det har rätt sitt och kvalitet. 2. Noggrann bedömning innan tappning. 3. Tappningsprocessen övervakas för att säkerställa bästa effektivitet och kvalitet. 4. Flaskor tvättas och fylls med vin innan de försälas, packas och skickas med tåg till butik i Norden.



VÅRT MÅL

Viva Wine Group ska bli den ledande vinggruppen i Europa med ledarposition både på de nordiska monopolmarknaderna och på den europeiska e-handelsmarknaden för vin.

Vision, strategi och affärsmodell

Vi är stolta över vår lönsamma tillväxtresa – och vi satsar på att bli ännu bättre. Vårt mål är att bli den ledande vinggruppen i Europa, med ledarposition både i Norden och på den europeiska e-handelsmarknaden för vin. Vår unika affärsmodell, Viva Way, lägger grunden.

Embryot till Viva Wine Group startade i Sverige, och blev inom några år den ledande vinleverantören på den svenska marknaden. Med åren har vi etablerat en stark position på alla nordiska monopolmarknader, och blivit Nordens ledande vinleverantör, samtidigt som vi gjort betydande satsningar på europeisk e-handel för vin, med bas i Tyskland. Vårt mål är att bli den ledande vinggruppen i Europa med ledarposition både i Norden och inom den europeiska e-handeln för vin.

Sedan starten har vi mångdubblat vår omsättning, både genom organisk tillväxt och förvärv, och hela tiden bibehållit en hög lönsamhet. Vår framgång grundar sig i att vi är nära våra kunder och konsumenter, har ett starkt fokus på hållbarhet och lönsam tillväxt – och vår unika affärsmodell: Viva Way.

STRATEGIER – SÅ SKA VI UPPNÅ VÅR VISION

UNIKT ERBJUDANDE

Vi har en stark varumärkesportfölj med egna varumärken, exklusiva varumärken och partnervarumärken, produkter för alla smaker i alla prisklasser. Vi vill erbjuda produkter som våra kunder efterfrågar. Därför tar vår produktutveckling sin början hos kunden. Genom analys av data, trender och marknad utvecklar vi ständigt vårt erbjudande för att alltid matcha aktuella konsumentpreferenser.

LEDANDE PÅ HÅLLBARHET

Hansyn till människor och miljö är en integrerad del av vår affär och motor i vår tillväxt. Vi tänker hållbarhet i hela vår affär, från producent till konsument. Vi vill vara pionjärer och en förebild i utveckling av en hållbar vinindustri. Vi värnar om goda arbetsvillkor i odling och produktion, satsar på ekologisk för att främja biologisk mångfald samt investerar i innovativa och klimateffektiva transportupplägg och förpackningslösningar. Sist men inte minst vill vi att våra produkter ska avnjutas ansvarsfullt.

LÖNSAM TILLVÄXT

Viva Wine Group arbetar för fortsatt tillväxt på existerande marknader i Norden och Europa, bland annat genom produktutveckling och kompletterande strategiska förvärv. Samtidigt expanderar vi vår e-handelsverksamhet till nya länder. Med en gemensam plattform för kunskapsdelning, analys av data och kundpreferenser, logistik, hållbarhet och finans skapar vi synergieffekter och lönsamhet i verksamheten, både i Norden och i vår europeiska e-handelsverksamhet.

VÅR AFFÄRSMODELL – VIVA WAY

Vi på Viva Wine Group vill erbjuda viner som konsumenterna efterfrågar. Därför lägger vi stor vikt vid analys av konsumenternas preferenser när vi utvecklar våra viner. Entreprenörerna spelar en nyckelroll i affärsutvecklingen och får en stor frihetsgrad i vår decentraliserade organisation. Vår gemensamma plattform skapar utrymme för innovation. Vi kallar affärsmodellen för Viva Way.



Viva Way – vår affärsmodell

Viva Wine Group är ett unikt vinföretag. I stället för att enbart förtilta oss på en traditionell inköpsprocess, har vi med åren utvecklats en innovativ, effektiv och agil affärsprocess där vi tillsammans med partnerproducenter väljer ut och utvecklar viner som kunderna efterfrågar.

På Viva Wine Group jobbar vi snabbare än mer traditionella företag i branschen. I stället för att enbart reaktivt köpa in och sälja det vi gillar, undersöker vi genom marknadsanalys och konsumenttrender vad kunderna vill ha, och utvecklar även viner proaktivt utifrån resultaten.

DRIVER SINA EGNA VERKSAMHET

Det är våra medarbetare som står för det agila arbetssättet, kund- och marknadskompetensen. De driver sina verksamheter i samarbete och konkurrens med övriga entreprenörer inom Viva Wine Group. Koncernen bistår med en administrativ plattform, som förenklar arbetet för dotterbolagen och samtidigt skapar synergier och skalafördelar.

VIVA WAY

RELEVANTA VARUMÄRKEN

Genom nära samarbete med våra fantastiska producenter, en god marknadsinsikt och konsumentinsikt håller våra entreprenörer varumärkena relevanta och tillgängliga för konsumenterna. På så sätt erbjuder vi alltid viner som konsumenterna efterfrågar.

Vår starka lokala förankring, vårt hållbarhetsarbete i hela värdekedjan och globala aktivitet ger oss en unik position på marknaden. Vi kallar affärsmodellen för Viva Way.

DECENTRALISERAD ORGANISATION

Vår decentraliserade organisation ger stor frihetsgrad för de entreprenörer och medarbetare som driver de enskilda dotterbolagen. Vi har skapat en modell där vi delar know-how och konsumentinsikter och samtidigt sporrar av varandras framgångar.

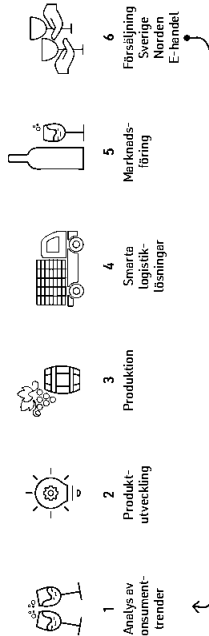
VÅR GEMENSAMMA PLATTFORM

Viva Wine Group är mer än en samling företag - helheten är större än summan av delarna. Med en gemensam plattform effektiviserar administration, finansiering och logistik. På så sätt skapar vi skalafördelar, bättre förutsättningar för lönsamhet och samtidigt utrymme för innovation.

VÅR UNIKA AFFÄRSPROCESS

Vi har en unik process för att möta konsumenternas efterfrågan, med snabba steg från idé till handling. Processen startar alltid i en analys av konsumenternas preferenser. I ett nära samarbete med våra producenter väljer vi ut och utvecklar vi nya produkter. Med smarta logistiklösningar och data driven marknadsföring skapar vi ett effektivt flöde från producent till konsument.

VÅR AFFÄRSPROCESS



1

ANALYS AV KONSUMENTTRENDS

Trender förändras ständigt och därmed också konsumenters preferenser. Genom noggrann analys av försäljningsstatistik och direkt konsumentfeedback via våra sociala medieplattformar och kundklubbar får vi en unik bild av hur konsumenterna upplever våra varumärken och produkter. Kundernas och konsumenternas återkoppling och preferenser ligger till grund för vår produktutveckling.

2

PRODUKTUTVECKLING UTIFRÅN KONSUMENTTRENDS

Produktutvecklingsprocessen börjar med analys av marknads- och konsumenttrender för att hitta nya möjligheter. Därefter följer en testfas innan en helhetsbedömning görs där beslut tas om produkten ska lanseras eller inte. Det beslutet görs i regel decentraliserat, av entreprenörerna i de enskilda dotterbolagen.

3

PRODUKTION I NÄRA SAMARBETE MED PRODUCENT

Vinet som vi erbjuder produceras av våra fantastiska producenter över hela världen. Producenterna kan vara allt från stora vinkoncerner till medlemsägda kooperativ och små familjeproducenter. Producenterna bidrar aktivt i utvecklandet av nya produkter och varumärken. Våra starka och långa samarbeten med producenterna har bidragit till att vi har kunnat bygga upp en hållbarhetsdrivande produktportfölj med stor variation och hög kvalitet.

4

TRANSPORT MED SMARTA LOGISTIKLÖSNINGAR

Vi letar ständigt efter smarta och effektiva logistiklösningar med god tillförlitlighet och minimal miljöpåverkan. Där det är möjligt, styr vi om transporter från lastbil till låg och båt. Logistikken förbättras ytterligare av vår centrala buteljeringssamling i Frankrike, samt av våra huvudlager i Mainz, Stockholm, Oslo och Åbo, som tillsammans levererar till våra kunder och konsumenter på våra huvudmarknader.

5

DATADRIVEN MARKNADSFÖRNING

Vår marknadsföring, både inom Norden och vår europeiska e-handel är i väldigt hög utsträckning data driven, optimerad kund- och individanpassad. Våra plattformar inom Viva eCom har olika produkt erbjudanden och marknadsföringsregler till sina respektive kundgrupper. I Norden är våra vinklubbar en viktig kanal för att informera om våra produkter samt passande mat- och konsumtionsstillsättningen.

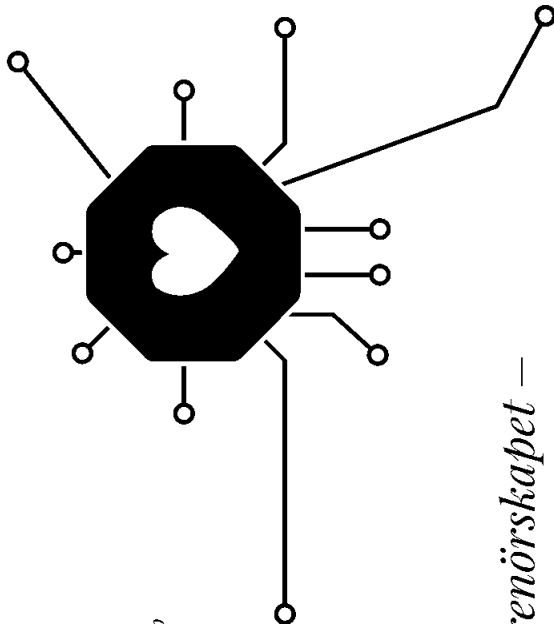
6

FÖRSÄLJNING I FLERA KANALER

En stor del av koncernens försäljning sker genom de fasta sortimenten i de statliga försäljningsmonopolen i Norden samt erbjudanden i deras beställningsortiment. Vår segmenterade plattform är vår andra viktiga försäljningskanal, som växer på flera europeiska marknader och har stor potential för expansion framöver.



*Vi bygger vår
tiltækt gjennom
entreprenørskap*



Entreprenørskapet — hjærtat i vår verksamhet

Viva Wine Group är ett agilt, hållbart och värderingsstyrt företag med entreprenørskap i blodet. Entreprenørskapet som präglar våra talangfulla medarbetare är vår största tillgång. Det är de som driver vår affär och lönsamma tillväxt. Våra vägledande principer lägger grunden till allt vi gör.

Viva Wine Group är byggt på entreprenørskap. Sedan starten har Viva Wine Group vuxit organiskt samt förvärvat och utvecklat ett flertal företag, som var och ett har en unik position på sin respektive marknad. Grundarna förblir ofta delägare och fortsatt aktiva i den operativa verksamheten. Dessutom har entreprenøriska medarbetare i existerande verksamhet getts möjligheter att starta egna företag inom koncernen. Det är dessa entreprenører och deras entreprenøriska team som driver vår affär och tillväxt.

EN KREATIV MILJØ SOM SKAPAR INNOVATION
Våra entreprenøriska medarbetare utnyttjar sin kompetens, produktrelasjoner og samlede kunnskap om marknaden og konsumenten har varit det som driver vår utveckling till att bli den största aktören inom vin på de nordiska monopolmarknaderna och lönsam inom europeisk e-handel för vin med stark tillväxtpotential.

Vår decentraliserade företagsstruktur ger en kreativ miljö där innovation, hållbarhet och entreprenørskanda genomsyrar produktarbetet. Det är genom våra medarbetares produktrelasjoner, produkt- och marknadskunnskap som vi skapar värde!

MED MÄNNISKA OCH MILJØ I CENTRUM

Viva Wine Group är ett värderingsstyrt företag som sätter människa och miljö i centrum. För oss är det viktigt att alla våra medarbetare delar våra värderingar och arbetar efter våra vägledande principer.

VÅRA VÄGLEDANDE PRINCIPER



PASSION OCH PÅLTUGHET

Vi investerar i våra producenter och bygger långa samarbeten. Det är bara tillsammans med dem som vi kan utveckla det bästa vinet.



VÄRDERINGSSTYRT ENTREPRENØRSKAP

Vi värnar om entreprenørskaps självbestämmande och kraft att utvecklas. Vi vägleder av en tydlig kompass för etik och ansvar mot alla våra intressenter.



KONKURRENS OCH SAMARBETE

Våra bolag ska spöras att bli ännu bättre genom en sund intern konkurrens. Samtidigt finns en koncerngemensam plattform som bidrar till administrativ effektivitet, marknadsledande hållbarhet och skalfördelar.



INNOVATION OCH TRADITION

Vi tänker nytt men värnar om traditioner. Vi lyssnar på våra kunder och deras preferenser men gör aldrig avkall på kvaliteten.



ÄGARDRIVET OCH INKLUDERANDE

Alla ska känna sig delaktiga. Varje medarbetare ska känna sig betydelsefull och allas insats gör skillnad.



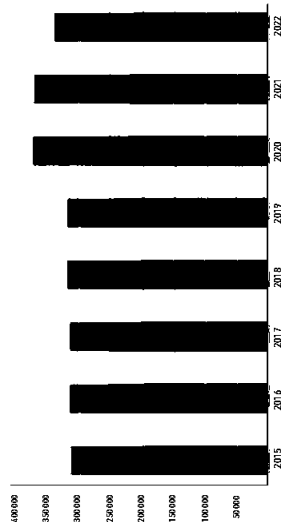


Den svenska och nordiska marknaden

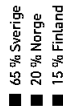
Viva Wine Group har en stark bas i Sverige, Norge och Finland, som delas upp i segment. Sverige respektive segment Norden. Dessa länder har alla en lagstiftad monopolmarknad för försäljning av alkohol, vilket är ett godkänt undantag från EU:s konkurrenslagstiftning och motiveras av bland annat folkhälsoskäl.

Svenska Systembolaget, norska Vinmonopolet och finska Alko har ensamrätt på försäljning av alkohol. Den nordiska monopolmarknaden erbjuder en likabehandlande och konkurrensneutral försäljningskanal, samt stabila och säkra tillväxtförutsättningar för seriösa branschaktörer. De nordiska monopolen har också i uppdrag att utbilda om risker med alkoholkonsumtion och att tillhandahålla god service och kunskap om alkohol. För att uppnå sina mål om ansvarfull alkoholförsäljning lägger de nordiska monopolen stor vikt vid god service och konsumentbetjäning och anpassar sig därför för att möta efterfrågan genom att till exempel erbjuda hemleverans.

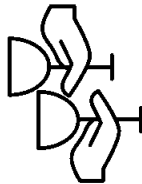
DEN NORDISKA MONOPOLMARKNADEN
Volymen av sålda viner på de nordiska
monopolmarknaderna



Andel av den nordiska
monopolmarknaden 2022
(sålda viner, volym)



Respektive länds andel av den totala
försäljningen av vin i Norden
Källa: Alko, Systembolaget och
Vinmonopolet 2022



Det finns två inrättningar
för vin på den nordiska
monopolmarknaden.

- 1. Offertprocess och fast sortiment** – en strukturerad process som kan leda till att produkten blir del av monopolens fasta sortiment och har kriterier som till exempel grundar sig i bredare samhällstrender och efterfrågan från konsumenter samt hållbarhetskrav.
- 2. Beställningsortiment** – en alternativ väg där leverantören kan erbjuda konsumenter valfria produkter för beställning. Produkter som säljer tillräckligt väl i beställningssortimentet kan bli del av butikernas fasta sortiment.

Konkurrenssituation på den nordiska monopolmarknaden

Den pågående konsolideringen på marknaden för vin i Norden har inneburit en koncentrerad marknadssituation med få stora aktörer. Fem aktörer representerar cirka hälften av volymen som säljs på den nordiska monopolmarknaden för vin. I övrigt består marknaden av ett antal mellanstora och mindre aktörer som tillsammans utgör en betydande del av försäljningen av vin.

Sverige

Systembolaget grundades år 1955 som Nya Systemaktiebolaget genom konsolideringen av 41 lokala systembolag till ett enda riktäckande bolag. Systembolaget har cirka 448 butiker, cirka 800 dryckesleverantörer och omsätter 36,7 MDSEK. Som en del av Sveriges ansvarsfulla hållning till alkoholförsäljning har till exempel en reglering om att reklam endast är tillåtet för produkter under 15 volymprocent alkohol. På Systembolaget i Sverige sätter leverantören priset. Utöver leverantörernas pris tillkommer diverse påslag och skatter såsom Systembolagets egna påslag, påslag för förpackning, alkoholskatt och mervärdesskatter.

Norge

Vinmonopolet i Norge grundades som ett privat aktiebolag under statlig kontroll år 1922. Privata ägare köptes så småningom ut och Vinmonopolet blev år 1939 ett helstatligt bolag. Vinmonopolet har cirka 337 butiker, cirka 468 dryckesleverantörer och en omsättning på 20,6 MDNOK. I Norge finns ett förbud mot reklam av alkoholdryck, vilket innefattar både Vinmonopolet och enskilda alkoholeverantörer. Även på Vinmonopolet i Norge är det leverantören som till stor grad styr prissättningen av vin och andra typer av alkoholfria drycker.

Finland

Alko har ett lagstiftat monopol i Finland på detaljhandel med alkoholfria drycker överstigande 5,5 volymprocent. Alko har cirka 364 butiker, cirka 780 dryckesleverantörer och en omsättning på 1,3 MDEUR. I Finland finns en reglering som begränsar alkoholorienterat att marknadsföra produkter med mer än 22 volymprocent alkohol. På Alko i Finland baseras det slutliga konsumentpriset på ett så kallat "back-door"-pris som exkluderar alkoholskatt och påslag för återvinning. Detta innebär att leverantören ger ett pris på produkten som initialt inkluderar både alkoholskatt och påslag för återvinning.



Den europeiske e-handelsmarknaden for vin har hatt en sterk tiltvæxt de senaste åren och det finns fortsatt stor potential i marknaden framåt.

E-handelsmarknaden i Europa

Den europeiska e-handelsmarknaden för vin har haft en stark tiltvæxt de senaste åren och det finns fortsatt stor potential i marknaden framåt.

Andelen vin som säljs online har historiskt sett varit låg i jämförelse med till exempel elektronik och kläder men har de senaste åren ökat från 3,8 procent 2015 till 6,5 procent 2020 i Västeuropa. Den volymbaserade e-handelsförsäljningen för marknaden i Västeuropa accelererade ytterligare under coronapandemin med en tiltvæxt på över 43 procent under 2020. Denna tiltvæxt drevs i stor utsträckning av nedstängningar och samhällsrestriktioner, vilka gynnade e-handeln, och när dessa lyftes i sin helhet 2022 föll tiltvækten tillbaka med cirka 20 procent och volymerna normaliserades, om något högre, jämfört med tiden innan pandemin.

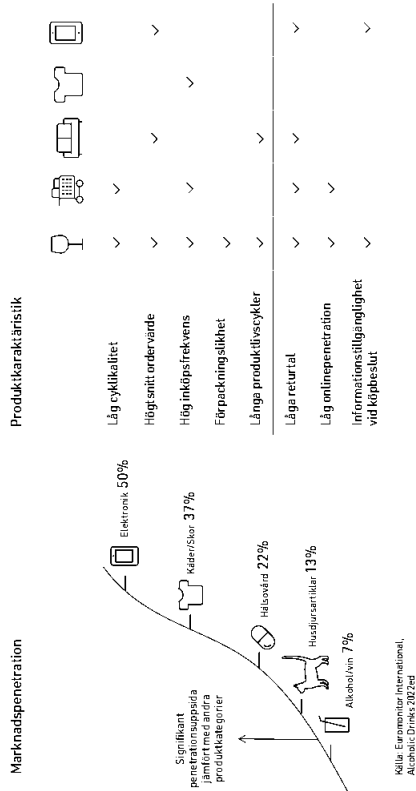
FRAGMENTERAT LANDSKAP FÖR VIN ONLINE

Marknaden för vinförsäljning online är idag väldigt fragmenterad med många aktörer verksamma i olika kanaler och genom skilda affärsmodeller.

Skilnaderna ligger framför allt i vilken utsträckning förädling av varumärken görs i respektive kanal.

- B2C (business to consumer) - traditionell e-handel där e-handlarna köper produkter från tredjepartsaktörer och säljer dessa till konsumenterna. Eftersom produktutbudet sällan är unikt blir marginaler lägre då konsumenter har möjlighet att jämföra priser mellan e-handlare.
- Marknadsplatser - äger inte produkterna som säljs, utan fungerar endast som en plattform på vilken tredjepartsaktörer kopplas samman med konsumenter och kan därför ofta ha väldigt stora produktutbud.
- D2C (direct to consumer) - e-handel där försäljning sker endast av egna märkesvaror. Försäljningen innefattar inte tredjepartsprodukter. Detta leder till högre marginaler men kräver smarta marknadsföringsstrategier för att bygga produkt- och varumärkeskännedom hos konsumenter.

E-HANDELSMARKNADEN I EUROPA



Varför lämpar sig vin väl för e-handel?

LÅG CYKLUKALITET

Vin kan karaktäriseras som en ocyklisk vara vars försäljning är stabil oavsett konjunktur och som inte bygger upp stora varulager när marknadsförutsättningar försämrats.

HÖGT GENOMSNITTLIGT ORDERVÄRDE

Ordervärdet för vin online är relativt högt och kringkostnader som till exempel frakt utgör en relativt låg andel av det totala ordervärdet.

HÖGT KÖPREGELBUNDENHET

Produkter, likt vin, som inhandlas regelbundet lämpar sig väl för e-handel då dessa köp förknippas med ett mindre behov av fysisk utvärdering före köp.

HOMOGEN PRODUKTUTFORMNING

Vinflaskor och vinboxar är homogena i utformning vilket förenklar logistik kring transport och minimerar överflödiga utrymmen vilket gör frakten mer kostnads- och miljöeffektiv.

LÅNGA PRODUKTLIVSCYKLER

Produkter, likt vin, med långa livscykler bär inte samma risk som till exempel kläder, då de inte till samma utsträckning blir förlegade eller slitna.

LÅGA RETURTAL

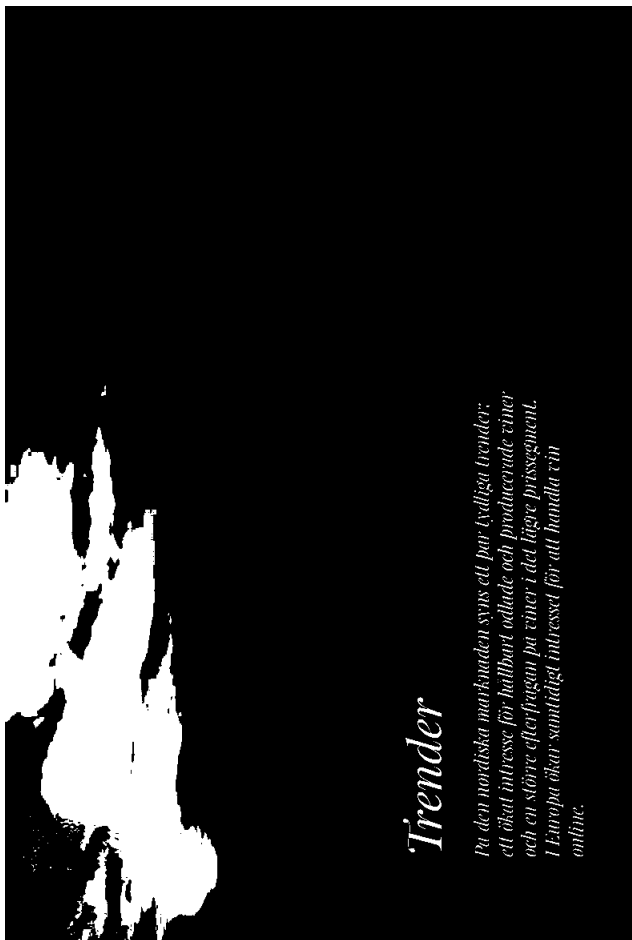
Vin har låga returantal i jämförelse med andra produkter som köpts online. Returer ökar klimatpåverkan och administrativa kostnader, samt medför fraktkostnader och komplexitet i logistiken.

LÅG PENETRATIONSGRAD ONLINE

Vin har en låg penetrationsgrad online vilket skapar möjligheter för e-handlare att generera framtida tiltvæxt i takt med ökad onlinepenetration.

INFORMATIONSTILLGÅNGLIGHET VID KÖPBESLUT

Konsumenten önskar information innan köpbeslut och ges stora möjligheter att skaffa sig sådan om producent och produkt inför köpbeslut.



Trender

På den nordiske markanden syns ett par tydliga trender: ett ökat intresse för hållbart odlade och producerade viner och en större efterfrågan på viner i det lägre prissegmentet. I Europa ökar samtidigt intresset för att handla vin online.

1 Växande intresse för hållbart odlade och producerade viner

De senaste årens skifte mot det ekologiska vinsegmentet har på senare tid kompletterats av ökat intresse för hållbart odlade och producerade viner i klimaleffektiva förpackningar. Trender är tydligast i Sverige, där konsumentmedvetenheten om samhällsmässiga och miljörelaterade frågor har ökat väsentligt. Allmänintresset för vin har ökat och konsumenter blir mer insatta, grundat i nya konsumentinflenser samt ökat intresse för viners ursprung, odlingsvillkor, framställning och klimatpåverkan.

KLIMATSMARTA PRODUKTER

De statliga nordiska försäljningsmonopolen har tillmätts ett och aktivt uppmuntrat konsumenternas intresse för hållbart odlade och producerade viner i låtta, klimaleffektiva förpackningar. Detta genom att kraftigt öka antalet offerter för frågor om ökade kraven på produktionsvillkor och förpackningars klimaprestanda, samt genom märkningar och informationskampanjer som ökat dessa produkters synlighet i butik och online.

MILJÖ OCH HÅLLBARHET

De statliga försäljningsmonopolen och de nordiska konsumenternas ökade miljö- och samhällsmedvetenhet påverkar i sin tur resten av värdekedjan positivt. Försäljningsmonopolens ökade medvetenhet matchar nya generationer av producenter, vars värderingar och ambitiösa miljöomsorg driver på förändringar mot mer hållbar odling och produktion, inroduktion av klimaleffektiva förpackningar och transporter.



2

Marknadsklimatet ger lyft för lågprisviner

Under 2022 blev marknadsläget mer osäkert, med krig i Ukraina, ulmaningar i leveranskedjor och inte minst inflationen som har påverkat konsumentsentimentet. Den tidigare premiumiseringstrenden har mattats av och trenden har istället gått mot att konsumenter köper viner i de lägre prisklasserna, både i de statliga monopolens butiker i Norden och inom den europeiska e-handeln. Det har framför allt varit tydligt i Tyskland. Vinleverantörer med bredare produktmixer har trots marknadsklimatet klarat sig väl och till och med visat god tillväxt, framförallt inom lågprissegmentet.



3

Starka trender väntas driva ökad e-handel i Europa

Andelen av befolkningen som kan kallas digitalt infödda generationer ("digital natives") ökar. Deras benägenhet att handla online kommer att förstärka övergången till e-handel för många produktkategorier. I takt med att dessa blir äldre, mer köpstarka och när en ålder då vinkonsumtion ökar kommer det att bidra till att onlinepenetreringen för vin ökar.

Ett ökande intresse hos konsumenter för mat och passande dryck är också en drivkraft då dessa köp är mer planerade och därmed lämpar sig som beställningsvaror. Vin är en produkt där konsumenten ofta söker information före köp och den digitala kanalen lämpar sig därför väl. Digitala medier förklarar informationsutgångligheten och möjligheten att kommunicera med köparen. Den unika kundupplevelsen och utbud som kan skräddarsys online samt de fördelar som finns med e-handel för vin, såsom kundrecensioner, detaljrik information, bekvämligheten med hemleverans bidrar till att kunderna fortsätter att handla online.







CISA

CISA GROUP

Cisa Group är ledande på nya produktansatser i Finland och täcker den snabbast växande alkoholinportören om första plats bland finska vinimportörer. Cisa Group äger dessutom Finlands största vin- och macklubb med över tvåkundernas medlemmar.

Finland

#3	3,9 %	12 %
Marknadsposition	Omsättningsstillväxt	Egna varumärken
16,8 %	>240	88 %
Marknadsandel	Listningar	Partnervarumärken

NORWEGIAN BEVERAGE GROUP

NORWEGIAN BEVERAGE GROUP

Norwegian Beverage Group växer snabbt på den fräscha norska marknaden och importerar vin, öl och sprit från hela världen med försäljning både till Vinmonopolet, hotell och restauranger.

Norge

#6	366* %	26 %
Marknadsposition	Omsättningsstillväxt	Egna varumärken
5,3 %	>50	74 %
Marknadsandel	Listningar	Partnervarumärken

*Vårt norska bolag gick från intresset till ättarbolag november 2021

Norden

Det nordiska segmentet består av: Finland och Norge. I Finland är vi den tredje största aktören genom bolaget Cisa Group med en marknadsandel på 16,8 procent. I Norge är vi den fjärde största vinnimportören genom Norwegian Beverage Group med en marknadsandel på 5,3 procent vid slutet av året.

MARKNADEN

Den nordiska monopolmarknaden för vin har vuxit i omsättning med cirka två procent årligen från 2015 till 2019. Mellan 2019 och 2021 ökade tillväxten i volym med 30 procent, till stor del som effekt av pandemin. Under 2022 började försäljningen återgå till volymer som gällde före pandemin 2020. Den generella marknadsutvecklingen på den nordiska vinmarknaden har påverkats negativt på grund av förändringar och osäkerheter i omvärlden. Konsumenter har successivt återgått till köpmönster som syntes före pandemin och konsumentintenti har påverkats negativt av krigsoro, inflation och ökade levnadsomkostnader. Trots det växer vår nordiska verksamhet. I Finland har vår marknadsandel ökat med 0,7 procentenheter och i Norge med 0,8 procentenheter under 2022.

VÅRA PRODUKTER

I Finland och Norge uppgick Viva Wine Groups totala försäljning i volym till cirka 12 miljoner liter 2022. Vår portfölj består av både egna varumärken och partnervarumärken. Andelen egna varumärken utgör knappt 12 procent i Finland och 24 procent i Norge. Vi

har en bra mix av produkter från olika delar av världen i de flesta prisklasser. I både Finland och Norge väver efterfrågan på våra produkter stadigt vilket medför att vi fortsätter att öka vår marknadsandel.

VÅRA KUNDER

Vi säljer huvuddelen av våra viner genom de statliga monopolen Alko respektive Vinmonopolet. En mindre del säljs genom restauranger.

Det finska monopolet Alko har en snarlik process som svenska Systembolaget vid inlag av nya produkter i sortimentet med ett fast sortiment och ett beställningssortiment. Det är efterfrågan som styr om produkterna sedan är kvar i det fasta sortimentet eller om andra produkter tar plats i det fasta sortimentet genom beställningssortimentet.

I Finland driver vi den i särklass största kundklubben för vin och mat, Rosa Vini & Ruoka, med över 200 000 medlemmar. Detta är en mycket viktig kanal för att marknadsföra våra produkter.

Utveckling 2022

Totalt ökade vår omsättning på den nordiska marknaden under 2022 med 39 procent till 695 MSEK. I Finland hade vi under 2022 totalt över 240 listningar i det fasta sortimentet och mer än 430 listningar i beställningssortimentet. I Norge hade vi under 2022 över 50 listningar i det fasta sortimentet och mer än 240 listningar i beställningssortimentet.

Fokus framåt

Vår ambition är att öka våra marknadsandelar i både Finland och Norge. På den finska marknaden är vårt mål att växa snabbare än marknaden och utmana konkurrenterna om positionen som marknadsledare. I Norge där möjligheterna till marknadsföring är stora ögensått kommer fokus därför att vara långsiktig tillväxt, både organiskt och genom förvärf.



Risto Suomio
VD Cisa Group Oy

Vår vinklubb är unik

En av våra styrkor på den finska marknaden är vår mat- och vinklubb Rosa Vini & Ruoka. Det är den största kundklubben i sitt slag i Finland och en viktig kanal för oss att nå våra slutkunder.



Petter Wulff
VD Norwegian Beverage Group

God marknadsförståelse

Den norska marknaden tillåter inte marknadsföring av vin. Därför är det väldigt viktigt att ha en god förståelse för monolets önskemål och inköpsprocesser för att framgångsrikt kunna lansera nya produkter.

MARKNADSDYNAMIK OCH TRENDER

I Norden spelar hållbarhet en allt större roll på marknaden, särskilt för nya produkter. Ekologiska viner är mer efterfrågade, tillsammans med fokus på hållbarhet, goda arbetsförhållanden och klimatfaktiva förpackningar. Även om efterfrågan på premiumviner fortfarande är hög har intresset för lagprisviner vuxit under det senaste året i Norden. Med vår diversifierade produktportfölj är Viva Wine Group väl positionerad för att möta denna efterfrågan.



Utveckling 2022

Under 2022 integrerade vi Wine in Black, Vicampo och Weinfirst genom att centralisera viktiga funktioner inom Viva eCom. Genom centraliseringen har vi skapat synergier mellan plattformarna samt en mer effektiv organisation där ett dedikerat team arbetar horisontellt med alla varumärken. Under året såg vi särskilt stark tillväxt för året ligeperspektivet Weinfirst. Omsättningen för Viva eCom uppgick till 775 miljoner kronor 2022. Antalet aktiva kunder minskade under året men försäljningen från återkommande kunder ökade till mer än 60 procent.

Fokus framåt

Med tydligt nishade plattformar och en stark portfölj av vinvarumärken inom alla prissegment kommer vi att fortsätta att utveckla vår agila förmåga för ytterligare expansion och tillväxt i Europa. Parallellt med organisk tillväxt är målet att identifiera förvärvskandidater som kan bidra till vår långsiktiga tillväxtstrategi. Marknadens nuvarande läge erbjuder spännande möjligheter för ytterligare värdeskapande förvärv. En annan milstolpe är att öppna vår nya logistikområde i Tyskland.

VICAMPO

Vicampo är en av de ledande onlineaktörerna för vin i Tyskland, Österrike och Schweiz. Kunderna erbjuds vinet i alla prissegment med över 15 000 viner. Inomslagen var en egen varumärken eller exklusiva produkter, som distribueras direkt från vintägarer.

Weinfirst och Vicampo är delar av Vicampo, de Omnit som förvärvades under 2022.

Wine in Black

Wine in Black vänder sig till vin-entusiaster inom premiumsegmentet. Kunderna blir presenterade för ett nytt spännande vin varje dag. Sortimentet varierar stort - från ökända vinnare till erkända prestigevinmarknader.

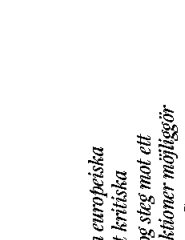
weinflirst

Weinflirst kunder är prismedvetna och vill ha god kvalitet till konkurrenskraftigt pris. Weinfirst gör det enkelt att köpa bra och prisvärda viner online. Weinfirst är vårt varumärke för lussentiger på nya marknader som till exempel i Tyskland. Storvaren och Italien. Vår erbjudande i högsta kvalitet och pris. Vi erbjuder även resultatet av en ren D2C-modell. Varumärken genom en ren D2C-modell.

VIVA eCom

Viva eCom utgör vår viktigaste försäljningskanal på den europeiska marknaden. Under 2022 integrerade vi framgångsrikt kritiska funktioner från våra tre e-handelsvarumärken och tog steg mot ett gemensamt lager. Genom att centralisera flera funktioner möjliggör vi framtida synergi- och effektivitetstrender inom Viva eCom.

eCom	2019	2020	2021	2022
Försäljning volym	0,5	0,7	4,5	8,3
Omsättning	92	137	486	775
EBITA, justerad	-12	-5	33	78
EBITA-marginal, justerad	-12,5	-3,5	6,8	10,1
Gemensamt antal anställda	29	24	130	206



VÅRA PLATTFORMAR

Från vår nya logistikplattform och kommersiella bas i Tyskland expanderar vi vår verksamhet genom Europa. Vårt agila och pragmatiska förhållningssätt till internationalisering är nyckeln till vår framgång inom Viva eCom. Alla våra produkter skickas från ett centraliserat lager i Tyskland, vilket minimerar eventuella logistiska kostnader.

Vi erbjuder produkter i alla prisklasser och har ett brett utbud av såväl premiumvarumärken som egna prisvärda produkter. Över 75 procent av vår försäljning är antingen egna varumärken eller exklusiva produkter som bara är tillgängliga via våra plattformar.

VÅRA KUNDER

Vi har över 451 000 aktiva kunder i åtta länder över stora delar av Europa. Vi kommunicerar med våra kunder genom våra plattformar och nyhetsbrev. Genom att analysera kundbeteenden ökar vi precisionen och anpassar våra erbjudanden. Den unika kundupplevelsen online skapar stark kundlojalitet vilket återspeglas i en hög andel av omsättningen från återkommande kunder, över 80 procent.

MARKNAD

Under året som gått har e-handelsmarknaden för vin präglats av en tillfällig nedgång. Post-covid effekten, låga konsumentsentiment och inflationen är enbart några av de utmaningar som e-handlare för vin har haft. Konsumenter tenderar att återvända till köpmönster som dominerade innan pandemin och det allmänna konsumentsentimentet är lågt. Ett direkt resultat av detta är en ökad efterfrågan på vin i lägre prisklasser. Viva eCom har varit väl positionerade för att hantera förändringen på marknaden, huvudsakligen genom vår diversifierade vinportfölj som riktar sig till olika prissegment. Under året såg vi en stor efterfrågan på våra produkter inom lägrprissegmentet med god tillväxt för lägriskonceptet Weinfirst.

Mindre aktörer på den fragmenterade europeiska e-handelsmarknaden har haft det ansträngt i rådande marknadsmiljö. För Viva Wine Group innebär det spännande möjligheter för framtida förvärv som kan addera värde till Viva eComs erbjudande. Vi letar aktivt efter förvärvskandidater som kan passa in i vår organisationsstruktur och affärsmodell.

MD Viva eCom Group

Stark plattform för tillväxt

Online marknaden för vin i Europa är bara i sin linda och vi ser fantastiska potential. Med våra senaste förvärv har vi skapat en stark plattform för både organisk och förvärvad tillväxt. Vårt mål är att bli den ledande aktören på e-handlet för vin i Europa.

Christian Fricke

MD Viva eCom Group



HÅLLBARHETSDIREKTÖREN HAR ORDET

Hållbarhet som drivkraft

På Viva Wine Group tänker vi hållbarhet i hela vår affär – från druva till till glas. Vi vill vara den mest hållbara aktören inom vår bransch och vår målsättning är att erbjuda konsumenter vin med branschens lägsta miljöpåverkan. Som del av detta antog vi 2023 ett nytt mål i linje med forskningen: Att halvera klimatpåverkan per såld liter vin till 2030!

ETT UTMANANDE MEN FRAMGÅNGSRIKT ÅR

Trots de globala samhällsordningarna som följt av pandemin och låg förteatse var hållbarhet i spridande att förbättras under 2022. Vi lyckades bland annat öka vår uppmätta klimateffektivitet ytterligare, framför allt för transport- och förpackningar. Vi minskade våra sammanlagda utsläpp från transporter och förpackningar med ytterligare två procent per liter under året. Trots det utmanande läget i omvärlden har vi på Viva Wine Group fortsatt att främjagångslikt göra vår del att säkra de globala målens uppfyllnad.

HÅLLA KURSEN & LÄGGA GRUNDEN

Vi lägger grunden för implementering av våra mål och arbetssätt för nordiska verk samtel och för europeiska handelsverksamhet. Vi lägger också grunden för att verka i enlighet med TCOF och uppbylla kommande CSRD. Detta gör vi med analys av dubbel materialitet och implementering av innovativa nykvarnsallier för att digitalisera, automatisera och effektivisera vår konkurrensutsatta hållbarhetsrapportering, analys och styrning. Vår nya system ger oss möjlighet att realtids se våra produkters klimatprestanda, både totalt och per såld liter. Det ger även oss inkoppare och logistikler möjlighet att smidigt göra smulningarer för att snabba se effekterna av transporter och förpackningsval. Vi ser att denna utvecklade hantering av hållbarhetsdata alltså samverkar och vår gemensamma framgång.

SÄKRA FRAMGÅNG I FRAMTIDEN

Vi är väl medvetna om klimatförändringarnas påverkan på odlings- och produktionsförutsättningarna för vin

47 VIVA WINE GROUP 2022

och arbetar med våra partners i våra leverantörskedja för att passera och stärka miljöstandarderna i vårt produkt- och omdögsystem. Vår ambition är att minska vår totala miljöpåverkan för att inte bidra till ökade klimatproblem. Vi vill förbereda för striktare lagstiftning och välkomnar höjda krav för väntningar och krav från kunder och konsumenter. De nordiska företagen inom gruppen har åtagit sig att minska sina totala CO₂-utsläpp med 50 % till 2030. Vår Värme Group är en kritisk del av deras värdekedja, och vi känner oss trygga att vi kommer att kunna se dem gå till nästa nivå genom att implementera våra egna ambitioner på barfotasteg.

HÖJA AMBITIONEN & INSPIRERA BRANSCHEN

Vi arbetar i enlighet med vetenskapen för att uppfylla Paris-avtalet om maximalt 1,5 graders temperaturhöjning globalt och uppnå klimatneutralitet senast 2050. Vi har åtagit oss att uppnå en 50 % minskning av CO₂-utsläppen per ättar till år 2030 med målsättningen att uppnå netto noll-klimatpåverkan till 2050. Vi mäter, mäter och följer upp och utvecklar. Vi mäter alla typer av klimatpåverkan i ett utvecklat och patenterat innovativt AI-utvärderingssystem. Vi introducerar en koldioxidbudget för alla bolag och låter dotterbolagens inreboende entreprenöriella kraft fungera som en bidragande mätning av övergripande, konkurrensutsatta och styrbara klimatpåverkan.

Vi är ledande inom den nordiska vinsektorn inom klimatsektiva förpackningar. För närvarande är 75% av vår volym som säljs i Sverige i lätta klimatsektiva förpackningar, vilka har 60-90% lägre klimatpåverkan än vanliga glasflaskor. Vårt mål är att till 2030 erbjuda 90% av vår sålda volym i klimatsektiva förpackningar.

HÅLLBARHET ←

“

Vår vision och målsättning
är att vara den mest hållbara
inom vår bransch.

Mikael Sundström
Direktör Hållbarhet, Kommunikation
och Investerarrelationer

ANDEL EKO OCH/ELLER ETISKT
CERTIFIERAT VIN AV TOTAL
VOLYM VIN

	2020	2021	2022
48%	49%	49%	48%

KLIMATPÅVERKAN
KG CO₂

	2020	2021	2022
1. Operating income	1,000	1,000	1,000
2. Operating expenses	800	800	800
3. Operating income before taxes	200	200	200
4. Income taxes	80	80	80
5. Net income	120	120	120
6. Dividends	40	40	40
7. Retained earnings	80	80	80
8. Shareholders' equity	1,000	1,000	1,000
9. Debt	0	0	0
10. Total assets	1,000	1,000	1,000

Klimatpåverkan per liter vin totalt

0,33	0,32	0,31
------	------	------

Klimatpåverkan per liter vin från transport

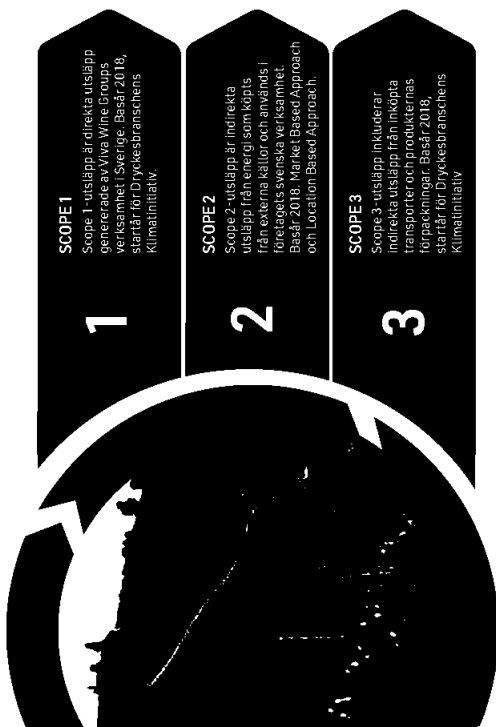
0.12	0.13	0.12
------	------	------

klimatpåverkan per liter vin
från förpackning

0,21	0,19	0,19
------	------	------

	2020	2021	2022
1. Operating income	1,000	1,000	1,000
2. Operating expenses	800	800	800
3. Operating income before taxes	200	200	200
4. Income taxes	80	80	80
5. Net income	120	120	120
6. Dividends	40	40	40
7. Retained earnings	80	80	80
8. Shareholders' equity	1,000	1,000	1,000
9. Debt	0	0	0
10. Total assets	1,000	1,000	1,000

VIVA WINE GROUP 2022 43



Redovisningsprinsipper & ramverk

Viva Wine Group sammanställer med denna rapport en integrerad års- och hållbarhetsredovisning där hållbarhetsavsnittet är framtagit i enlighet med GRI Standards.

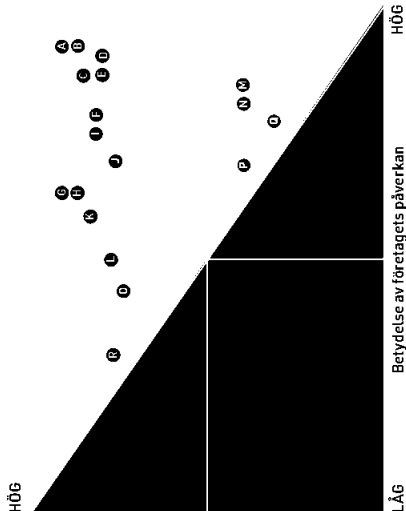
REDOVISNINGENS OMFATTNING

Hållbarhetsavsnittet i årsrapporten för 2022 innehåller övergripande samt väsentlig information om den ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan av Viva Wine Groups verksamhet mellan den 1 januari 2022 och den 31 december 2022. Redovisningen är upprättad i enlighet med GRI Standards 2021. Hållbarhetsdata är avgränsad till den svenska verksamheten och de varor som säljs på den svenska marknaden. Finansiell data avser koncernen i sin helhet. För omräkningar från tidigare rapporteringsperioder se sidorna 9, 130-132. Den integrerade års- och hållbarhetsredovisningen publiceras på företagets webbplats en gång varje kalenderår. Den föregående hållbarhetsrapporten för 2021 publicerades 27 april 2022.

MILJÖDATA

Viva Wine Groups rapporterade miljödata omfattar den svenska verksamheten och miljöpåverkan i form av transporter av varor till den svenska marknaden samt miljöpåverkan för dessa varors förpackningar.

VÄSENTLIGHETSANALYS



- Hållbarhetsplatser**
- 1 Medierhetens välmående
 - 2 Jämsättelighet och mångfald
 - 3 Affärsrisk
- Hållbar produktion / lev. kedja**
- 4 Goda arbetsvillkor
 - 5 Mänskliga rättigheter
 - 6 Spårbarhet i produktion
 - 7 Lönemått
- Hållbar odling / lev. kedja**
- 8 Ekologisk och etik certifiering
 - 9 Spårbarhet råvaror
 - 10 Biologisk mångfald
 - 11 Vattenanvändning
- Hållbar transport / förpackning**
- 12 Klimat smarta transporter
 - 13 Klimat smarta förpackningar
- Hållbart lokalsamhälle**
- 14 Investeringar i sociala projekt
 - 15 Investeringar för värd, hälsa & klimat
- Hållbar konsumtion**
- 16 Produktkvalitet
 - 17 Ansvarfull marknadsföring
 - 18 Alkoholinformation/utbildning
 - 19 Lågalkohol/alkoholfria produkter

INTRESSENTIDLOG

Våra intressenters åsikter är våra viktigaste drivkrafter för att prioritera och ytterligare utveckla vår verksamhet och företagsansvar. Vi vill att våra handlingar ska möta och helst överträffa våra intressenters förväntningar samtidigt som de balanseras mot vad som ligger inom vår kontroll och därefter prioriteras utifrån afärsnytt. Vi genomför regelbundet avstämningar med nyckelintressenter och inför GRI-anpassningen av vår hållbarhetsredovisning 2020 och vår uppdaterade väsentlighetsanalys, genomfördes en samlat och systematisk intressentdialog med strukturerade intervjuer. Intressentdialogen genomfördes av Enact Sustainable Strategies. Intressentdialogens resultat utgör grund för de upplysningar och data som rapporteras även i denna integrerade års- och hållbarhetsredovisning.

VÅRA NYCKELINTRESSENTER

Vi har delat upp våra nyckelintressenter i tio huvudsakliga grupper: Ågare, Anställda, Producenter, Leverantörer, Transportörer, Kunder, Konsumenter, Politiker, beslutsfattare och myndigheter, NGOs, Media. Vi har regelbunden dialog med alla våra nyckelintressenter, vanligtvis genom utbildningar, workshops, möten, mössor och even, undersökningar, audits och rapporteringar – såsom denna integrerade års- och hållbarhetsredovisning.

VÄSENTLIGA HÅLLBARHETSFRÅGOR

Utifrån våra intressenters förväntningar och oro, samt vår verksamhets påverkan och kontroll över påverkan har ett antal övergripande områden samt relaterade hållbarhetsfrågor identifierats som väsentliga. Dessa

övergripande områden och frågor utgör fokus för vårt hållbarhetsarbete som vi mäter, genomför, mäter och rapporterar. Viktigt att påpeka är att den stora merparten av vår produktion och odling sker i vår leverantörskedja, och ägs inte av oss. Här har vi som köpare och partner dock möjlighet till påverkan genom våra inköpskrav, inklusive uppförandekod.

- Hållbar arbetsplats med fokus på hälsa, jämställdhet och mångfald.
- Hållbar produktion med fokus på arbetsvillkor och mänskliga rättigheter.
- Hållbar odling med fokus på biologisk mångfald, gödsel användning och vattenförbrukning.
- Hållbara transporter och förpackningar med fokus på klimat, förpackningsmaterial och återvinningsfrågor.
- Hållbar konsumtion med fokus på ansvarsfull marknadsföring, alkoholinformation och måttulthet.

ÖVRIGA HÅLLBARHETSFRÅGOR

Vissa frågor har vid strukturerad dialog med nyckelintressenter sammanvägt inte bedömts vara de mest väsentliga. Vi på Viva Wine Group väljer att arbeta och rapportera även på dessa områden då vi bedömer dem vara av affärsmässig vikt samtidigt som vi har viss möjlighet att indirekt påverka dess utveckling. Vi ser att hållbara lokalsamhällen, inte minst hos producenter i länder med socioekonomiska utmaningar, är viktigt för utveckling och långsiktigt fungerande vinodling. Vi har därför ett kapitel om Hållbara lokalsamhällen med fokus på vårt arbete för rättvis handel och investeringar i sociala projekt för att skapa bättre livsvillkor och framtidsutsikter i utsatta områden.



En hållbar strategi – från druva till glas

Vi på Vitis Wine Group vill verka för en
hållbar utveckling, från druva till glas.
Hållbarhet är avgörande för vår planet,
jordbruket och vår verksamhets framtid.
Vi vet allt om oss om människor och miljö
ömnar affärerna, särskilt på slit.

EN HÅLLBAR VISION

Vår vision är att vara den mest hållbara aktören inom vår bransch och hoppas inspirera konkurrenter och samarbetspartners till att följa vårt exempel. Vi uppnår detta med satsningar på en hållbar leverantörskedja, en hållbar transportkedja och ett hållbart kund- och konsumentförhållande.

EN HÅLLBAR MÅLSÄTTNING

Vår målsättning är att erbjuda konsumenter vin med branschens lägsta miljöpåverkan. Som del av detta antog vi 2022 ett nytt mål i linje med forskarsamhället: Att halvera klimatpåverkan per såld liter vin till 2030. Som följd av detta utvecklar vi också en ny färdplan för transporter, förpackningar, odling och produktion.

EN HÅLLBAR LEVERANTÖRSKEDJA

Inom Viva Wine Group strävar vi efter högsta möjliga kvalitet, i alla led. Det gäller såväl innehålllet i

46 VIVA WINE GROUP 2022

flaskan som val av förpackning och transporter. Hos våra producenter värnar vi goda arbetsvillkor och miljöansyn. Vi utbildar, ställer krav enligt amfori BSCI och följer upp. Ständigt i dialog och samarbete med lokala och globala organisationer.

EN HÅLLBAR TRANSPORTKEDJA

Vi samdistribuerar och skapar innovativa cirkulära lösningar med våra transportpartners för att minimera vår klimatpåverkan. Det mesta transporteras med båt och låg, enbart i undantagsfall används lastbil.

ETT HÅLLBART ERBJUDANDE

Vårt sortiment spänner över många vinstillar och ursprung och vi är pionjärer och marknadsledande inom ekologiska och etiskt certifierade viner. Vi erbjuder merparten av vårt vin i låtta, klimat effektiva förpackningar och satsar stort på nya förpackningslösningar.

EN HÅLLBAR KONSUMTION

Vi främjar ansvarsfull konsumtion av våra produkter och unika mötesplatser för socialt samkväm. Vi vill att vår verksamhet ska bidra till en hållbar planet, och till människors livskvalitet.

FOKUSOMRÅDEN OCH PRIORITERINGAR

Fokusområden	Mål	Globalt mål	Resultat 2020	Resultat 2021	Resultat 2022	Mål 2023	Mål 2030
Hållbar odling och produktion	Andel producerades godkänd uppförandekod	Mål 6	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
	Andel hållbarhetsgranskad volym	Mål 18, 12, 13, 15	50 %	39 %*	65 %	67 %	100 %
	Andel volym certifierad ekologiskt och/eller etiskt	Mål 12, 15	49 %	49 %	48 %	50 %	75 %
Hållbara transporter och förpackningar	Andel klimatsmart förpackning	Mål 12, 13	72 %	73 %	75 %	75 %	90 %
	Klimatpåverkan CO ₂ eq/liter från transport	Mål 13	0,12 kg	0,13 kg	0,12 kg	0,11 kg	0,06 kg
	Klimatpåverkan CO ₂ eq/liter från förpackning	Mål 13	0,21 kg	0,19 kg	0,19 kg	0,19 kg	0,11 kg
	Klimatpåverkan CO ₂ eq/liter totalt	Mål 13	0,33 kg	0,32 kg	0,31 kg	0,30 kg	0,17 kg
Hållbar arbetsplats	Spårkravaro	Mål 5, 6	2,18 %	1,31 %	2,48 %	2,0 %	2,0 %
Hållbar konsumtion	Varningstext på annonser	Mål 13	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

★ Covid-19 pandemin förhindrade planerade hållbarhetsgranskningar hos producent

MÅL 3: HÄLSA

VI utvecklar och säljer alkoholfria drycker och vill att dessa konsumeras på ett sätt som skänker njutning och välbefinnande. Vi verkar för måttfullhet, dels i marknadsföring, dels genom finansiellt stöd till hälsofrämjande projekt.

itvalda
lobala

MÅL 5: JÄMSTÄLLDHET OCH

MÅL 5: JÄMSTÄLLDHET OCH

TRYGG ARBETSPLATS
Vi tar ansvar på plats i Sverige, i vår egen organisation. Vi ska vara en jämsköld och trygg arbetsplats där alla ges möjlighet att utveckla sina fulla

Vid FNs toppmöte 2013

Vid FN:s toppmöte 2015 togs 17 mål fram som pekar ut riktningen för alla medlemsstaters arbete fram till 2030.

MÅL 6: RENT VATTEN

Watten är bristvara på många platser i världen varför vi uppmantrar producenter att implementera smarta bevattningssystem.

MÅL 8: ARBETSVILLKOR

ÖCH EKONOMISK TILLVÄXT
För oss är det viktigt att arbetarna på fälten och vingården har bra arbetsvillkor. Därför är vi med i Amfori BSC och besöker regelbundet våra producenter.

Läs mer på sidorna 34-35.

MÅL 12: KONSUMTION OCH PRODUKTION

Vi främjar ekologisk och etisk odling och satsar på klimatsmarta, återvinningsbara förpackningar, därmed främjas effektivt nyttjande av naturresurser.

MÅL 13: BEKÄMPA

Odling, transport och förpackningar påverkar alla klimatet. Lyckas vi inte stävja den globala uppvärmningen blir det allt svårare att odla bra vin.

MÅL 15: EKOSYSTEM OCH

BIOLOGISK MÅNGFALD
Odling kan både utarma och stärka biologisk mångfald. Vi är många om att vin ska odlas på ett sätt som har så liten påverkan på ekosystem som möjligt.

Läs mer på sidorna 48-49.

→ HÅLLBARHET



Caroline Strindmar
SUSTAINABILITY MANAGER
VIVA WINE GROUP

Succé för ekologiska viner

Vi är stolta över att erbjuda kvalitetsvin med väldigt låg miljöpåverkan. Genom ekologisk odling är begränsningarna kring konstgödsel och bekämpningsmedel större än vid konventionell odling. Under de senaste åren har efterfrågan på ekologiska viner stadigt ökat. Viva Wine Group har varit ledande i den utvecklingen.

Hållbar odling

För oss på Vica Wine Group innebär hållbar
odling att värna jord, vatten och biologisk
mångfald i vingården. Det gör vi genom att
optimalisera produktionssätt utifrån lokala
förutsättningar och arbeta för minskad
kemikalieanvändning, energi- och
vattenförbrukning.

EKOLOGISK ODLING OCH VINFRAMSTÄLLNING

För att ett vin ska kunna märkas och säljas som ekologiskt måste alla ingredienser i vinen vara ekologiska. Det innebär att urvinerna odlas utan konstgödsel, utan kemisk spräckningskänslighet och utan kemiska växtskyddsmedel. För ekologisk odling används i naturens egna skador av jurslekoppare, t.ex. nyckelpigor. Hjälpmedlen som används under vinfieringen är också ekologiska. Utöver det består även användningen av svavel och koppar. För att bli certifierad krävs att odlingen har bedrivits ekologiskt minst tre år i rad.

BIOLOGISK MÅNGFALD

Den ekologiska odlingens naturliga metoder främjar biologisk mångfald och ger en rik variation av växter,



HÄLSOSAMT FÖR ANSTÄLLDA

Ekologisk odling utan kemiska
överskärningsmedel gynnar inte bara
biologisk mångfald, utan även mer
utrymme för människors hälsogärden.

vilket också gynnar djurlivet på gården, minskar påverkan på grundvattnet och säkerställer att vningårdsarbetarna inte blir exponerade för växtgifter i sitt arbete.

EFFEKTIV VATTENANVÄNDNING

Vinplantan är en hårdig växt, med djupa gående rötter, vilket innebär ett begränsat vattenbehov. Mängden vatten pufferar även kvaliteten på vinet och vattning är därför ofta strikt reglerat. Tillförsel sker vanligtvis med hjälp av smarta droppbevattningssystem som minskar riskerna för vattensläpplighet och samtidigt ger vinrankorna mer vatten än vad som verkligen behövs, samt minskar risken för att vatten dunstar bort.

CERTIFIERING GÖR SKILLNAD

Ekologisk odling är tidskrävande vilket kan påverka priset mot konsument. Samtidigt bidrar det till att stärka, variera och produktiva ekosystem, bevara biologisk mångfald och minska mängden gift i naturen. Det finns däremot fler sätt att bidra till hållbar odling utöver ekologisk odling, och många vinbörder jobbar systematiskt för att minska sin miljöpåverkan utan att för den skull vara ekologiskt certifierade.



NATURLIG ODLING

Ekologisk odling förbjuder användning av naturfrämmande kemiska

"Vi är övertygade om att genom att öka biodiversiteten skapar vi ekosystem som är mer hälsosamma, är mer motståndskraftiga mot klimatförändringar och konsekvent ger bättre kvalitetsviner."

Weald Wine Group

CASE YEALANDS WINE GROUP

The Crossings

Y Zealand's Wine Group som producerar varumärket The Crossings från Nya Zeeland har sedan 2008 arbetat med hållbarhet och gör stora insatser för att främja biologisk mångfald. Genom sin Zealand's Biodiversity Plan finns en plan för att de kommande trettiåren återställa och skydda känsliga natur i området, både i och utanför vingårdarna. Zealand's har samarbetat med landskapsarkitekter, regionala myndigheter och lokala befolkningen för att hitta rätt åtgärder och inrätta välmärkta, vattendrag, kust- och bergsområden som ökar risken för erosion.

ÅTGÄRDER I VINGÅRDEN

I vingården planteras täckgrödor och vilda blommor. Valet av växter och molnverkar dränage av näringsämnen och jorderosion, men bidrar också till bättre och hälsosam jordstruktur. Blommorna drar till sig nyttoinsekter som håller skadlur borta från vinet.

ÅTERSKAPADE VÅTMARKER OCH VATTENDRAG

Stora områden som inte är optimala för vindkraft återställs till tidigare funktion. En vindkrafts restaurerats så att ursprungliga vattendrag återskapats. Totalt har ursprunglig vegetation och vätnarker över 250 hektar återskapats, genom plantering av inhemska buskar och växter. Vätmarksområden bidrar med kladd biodiversitet eftersom de är habitat för fåglar och myrtekonser, fångar upp överflödigt vatten, binder koldioxid, filtrerar näringsämnen och motverkar erosion.



Klimatets påverkan på odlingsförutsättningar

För Viva Wine Group är klimatförändringarnas konsekvenser redan en verklighet. Därför investerar vi systematiskt i både bromsande och mitigerande åtgärder för att minska och möta dem. Producenter och odlare vittnar om ombytliga och instabila väderförhållanden men också mer långgående effekter där geografiska områden påverkas permanent.

KLIMATETS KONSEKVENSER FÖR VINODLING

Varmare temperaturer och torrare klimat har en direkt påverkan på vinsts kvaliteten, då de förutsättningarna ger en ökad sockerhalt i druvor. Denna ger i sin tur ökad alkoholhalt och därför finns redan idag exempel på producenter som tvingas dealkoholisera sina viner.

Instabila väderförhållanden kan påverka när knopning inträffar och skördar har under de senaste åren fått påbörjas tidigare än förväntat på många platser. Extrema väderhändelser förekommer oftare, såsom hagel, hårda vindar och slagregn, som skadar eller helt odödliggör planter och frukt. Över tid gör också klimatförändringar att vegetationszoner förflyttar sig och med dem även vinodlingar, vilket producerar mer framtidsutsikter måste ta höjd för.

ÅTGÄRDER HOS PRODUCENTER OCH ODLARE

Att möta dessa utmaningar är inget nytt för många vinproducenter och odlare. Många ser över sammansättningen av druvsorter och investerar i att byta till mer motståndskraftiga varianter. Här finns exempel på att man återupptar gamla sorter men också att man tar fram nya med specifikt eftertraktade egenskaper. Producenter arbetar också med att göra naturen mer resiliert för klimatförändringar genom att återställa områden runt vingården som tidigare skapat högre ardiversitet, absorberat vattenmängder och minskat jorderosion. På vissa platser besöks vinplanter på nya sätt, så att löverket bildar ett skyddande tak mot sol, väder och vind.

Allt fler producenter engagerar sig i att försöka minimera sin klimatpåverkan och bromsa utvecklingen. De mäter sin klimatpåverkan, sätter klimalmål och följer upp genom att bl. a. installera solpaneler, energieffektiv teknik, vattenspar- och återvinningssystem, minskar användningen av konstgödsel etc.

VETENSKAPLIGA MÅL

Vi arbetar systematiskt för att minska vår och dryckesbranschens påverkan. Vi arbetar i enlighet med vetenskapen för att uppfylla Paris-avtalet om maximal 1,5 graders temperaturhöjning globalt och uppnå klimatneutralitet senast 2050. Vi har ålagit oss att uppnå en 50 % minskning av CO₂-utsläppen per liter sålt vin till 2030 med målsättningen att uppnå netto noll klimatpåverkan till 2050. Vi målsätter, mäter och följer upp och utvecklar med partners nya innovativa mjukvarusystem.

MINSKNING OCH ANPASSNING

Vi använder själva enbart el från förnyelsebara källor och uppmuntrar våra producenters arbete med att minska sin klimatpåverkan genom att använda solpaneler, energieffektiv teknik, vattensparsystem och odling utan konstgödsel. Vi ser också positivt på producenters ambitioner att experimentera med druvsorter som är mindre känsliga för torka, anläggandet av vingårdar på nya platser och återskallandet av områden som visat sig sämre lämpade för vinodling, för att förbättra resiliensen i de delar av vingården som blir kvar.

CASE GRUBER RÖSCHITZ Bergh

På uppdrag av vårt dotterbolag Wine Team har familjeföretaget Gruber Röschitz, som producerar varumärket Bergh, tagit fram helt klimatneutrala produkter. I arbetet har produktens totala klimatpåverkan noggrant räknats ut, granskats av oberoende tredje part och åtgärder genomförts.

TREDJEPARTSGRANSKADE RESULTAT

Beräkningarna omfattade klimatpåverkan från alla delar, odling och produktion, förpackning och transporter samt konsumentens beteende, och genomfördes i enlighet med Greenhouse Gas Protocol - The Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard. Studien genomfördes av konsultbyrån Zero Mission och har tredjepartsgranskats av revisionsbyrån Ernst & Young.

KLIMATNEUTRALA PRODUKTER

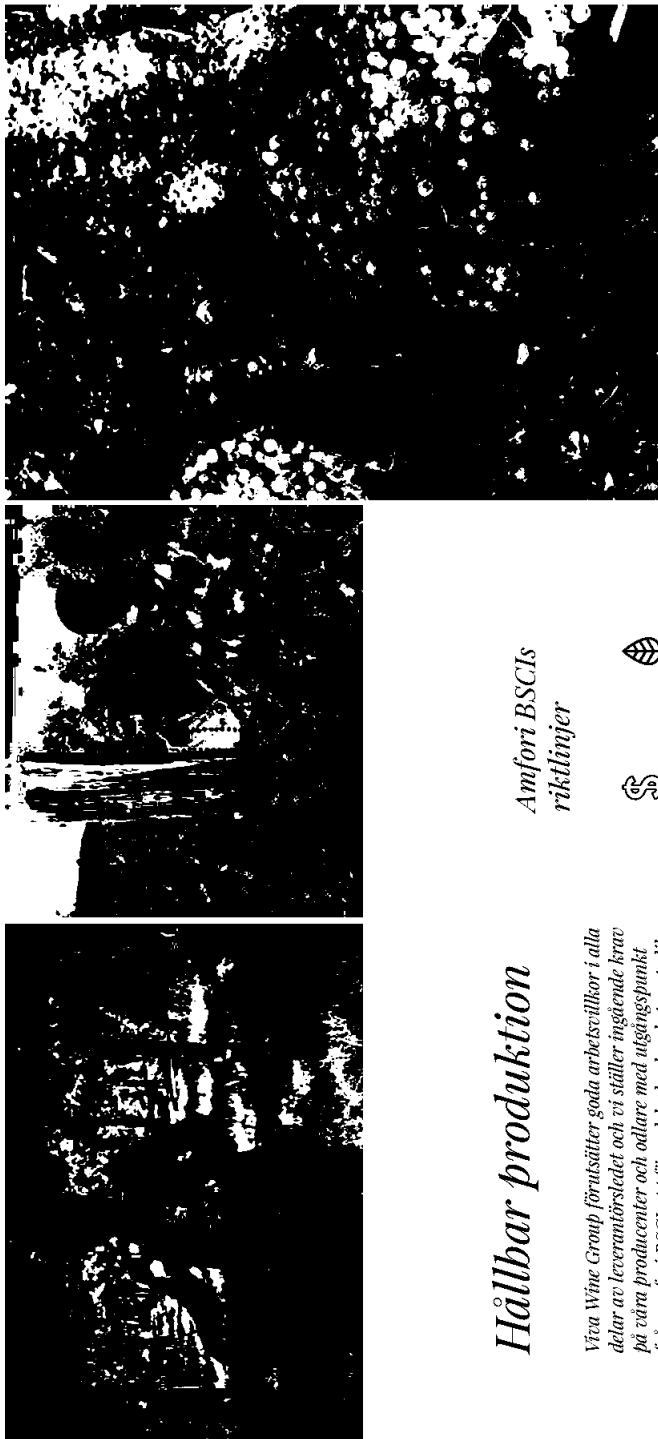
Resultatet blev tre klimatneutrala produkter och ökad kunskap om vilken del av varje produkts värdekedja som har mest klimatpåverkan och hur detta kan åtgärdas. Genom ekologisk odling, lågtransporter och lättviktsglas gjordes produktens klimatavtryck väldigt lågt. Kvarvarande klimatpåverkan kompenseras genom investeringar i certifierad klimalkompensation. Producenten Gruber Röschitz blev inspirerade av projektet och planerar nu ytterligare klimatåtgärder, som att installera solceller, ersätta diesel mot HVO och helt sluta med konstgjorda rengöringsmedel i vineriet.

"Jämförelse med andra studier på viner som gjorts de senaste åren hanterar Ludwig Bergh-sortimentet i det lägre spannet bland de klimatavtryck som uppnåtts. Detta kan förklaras av varumärkets redan etablerade miljöprofil och de åtgärder man har vidtagit för området med hög klimatpåverkan."

Zero Mission



HÅLLBARHET ←



Hållbar produktion

Viva Wine Group förutsätter goda arbetsvillkor i alla delar av leverantörskedjan och vi ställer ingående krav på våra producenter och odlare med utgångspunkt från amfori BSCI uppförandekod och arbetsmetodik.

AMFORI BSCI

amfori BSCI är ett internationellt initiativ som baseras på FN:s deklaration om mänskliga rättigheter och på ILO:s konventioner. Utgångspunkten är att alla arbetare ska ha rätt till skäliga arbetstider, korrekt lön och möjligheten att organisera sig. Diskriminering får inte förekomma och arbetslagernas hälsa och säkerhet måste respekteras. All form av barn- och tvångsarbete är givetvis förbjudet. Mer information på www.amfori.org.

HUMAN RIGHTS DUE DILIGENCE

Vi följer regelbundet upp hållbarhetsarbetet hos producenter. Viva Wine Group är medlem i amfori för att kunna agera på eller förekomma eventuella risker för överträdelser gällande amfori BSCI:s riktlinjer, genom att själva kunna beställa och utföra oberoende revisioner. Vi har ett särskilt fokus på våra 76 producenter i riskländer (Argentina, Bulgarien, Chile, Moldavien, Italien och Sydafrika). Årligen identifieras producenter och produkter med förhöjd risk, en prioriteringsordning och tidsplan tas fram vidare kontroll.

Kontroller genomförs av oberoende revisionsbolag. Varje revision pågår under två till fem dagar där producentens verksamhet och de anställdas arbetsvillkor granskas i detalj. I enighet med amfori BSCI:s kaskadprincip där mänskliga rättigheter ska respekteras genom leverantörskedjan inkluderas också producentens största odlare i revisionen och granskas enligt samma kriterier.

Amfori BSCI:s riktlinjer



RÄTTVIS LÖN



SKYDD AV MÅLJÖN



FÖRENINGSFRIHET



SKYDD FÖR UNGA



INGET TVÅNGSARBETE



INGEN KORRUPTION



LAGLIGA ARBETSTIDER



LAGLIG ANSTÄLLNING



INGEN DISKRIMINERING



INGET BARNARBETE



HÄLSA OCH SÄKERHET

PRODUCENTER I RISKLAND*

76 100%

Totalt antal producenter 2022
Andel som intygat att de följer Amfori BSCI uppförandekod

VOLYM RISKLAND*

Andel av volymen där arbetsvillkor och risk för korruption granskats av oberoende tredje part



*som riskland räknas Argentina, Bulgarien, Chile, Italien, Moldavien, Sydafrika. Här kan särskilda utmaningar finnas kring korruption, arbetsvillkor som bland annat löshandling, hälsa och säkerhet, arbetstider och lön.

och en integrerad del av vår affär är det centralt att föra en kontinuerlig dialog med producenterna om hållbarhetsfrågor. De nordiska monopoliens satsningar på hållbara sortiment förstärker behovet av att utveckla produkter med mer hållbara förpackningar, trovärdiga certifieringar och spårbarhet i alla led.

Därför har Viva Wine Group under 2022 utvecklat ett verktyg för dialog som alla medarbetare, oavsett roll, kan ta stöd av i möten med producenterna och odlare. Verktöget innehåller information om hållbarhet, förslag på frågor eller möjliga observationer där svaren kan ge en fingervisning om producentens hållbarhetsarbete. Det finns också möjlighet att dokumentera svaren och egna kommentarer för eventuell uppföljning eller påminnelse till nästa möte.

VISSELBLÅSARSYSTEM

Vi mäter om hållbara arbetsplatser och goda arbetsvillkor i hela vårt leverantörskedja. Till stöd i detta använder vi oss av ett visseblåsarssystem i samarbete med Lantero. Systemet är under-utveckling i produktionsledet. Inga incidenter rapporterades 2022.





Fairtrade & Fair for Life
Fairtrade och Fair for Life är två erkända globala certifieringar för att säkra goda arbetsvillkor, rättvis handel och hållbara löbalsamhällen.



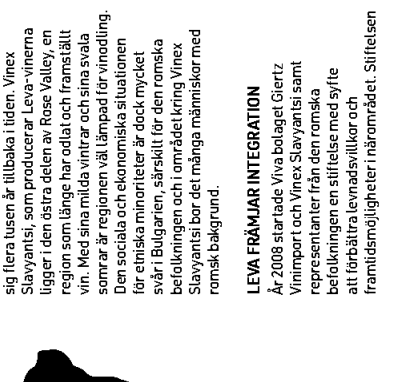
COLEGIO NACIONAL ACROTECNICO
ing: Julio Cesar Martinez



1940
Grundades



500
Familjer



2006
Fair Trade certifiering

Hållbart lokalsamhälle

Viva Wine Group har långtgående samarbeten med nyckelproducenter och tillsammans har vi utvecklat flertal certifierade produkter och projekt.

EKONOMISK TRYGGHET

Fairtrade och Fair for Life certifieringen innebär att vinbönderna får ett garanterat minimipris för sina druvor och en garanterad avsättning för skörden, vare år. Dessutom ges tillgång till lån och krediter, gratis tekniskt stöd och tillgång till lån och krediter, produktionsbortfall samt en premie per kilo druvor som säljs. För varje liter certifierat vin som säljs går en summa direkt tillbaka till lokalsamhället, ofta flera hundratusen kronor per år. Det är producenten och odlarnas anställda som tillsammans bestämmer hur dessa pengar investeras.

SOCIAL HÅLLBARHET

Fairtrade och Fair for Life certifieringarna finansierar flertal projekt genom premien. Både sedan 2010 har vår försäljning av certifierade produkter bidragit med nära 20 MSEK i Argentina, Bulgarien och Sydafrika.

CASE ECOLOGICA La Rioja

KOOPERATIV MED ANOR

Vinkooperativet La Rioja ligger i La Rioja-provinsen i nordvästra Argentina. Kooperativet grundades 1940 och sedan dess har fyra generationer och flera hundra familjer varit engagerade i att odla druvor till Ecologica. De flesta är småskaliga producenter med mindre än 2-3 hektar mark per familj.

Sedan certifieringen 2006 har La Rioja genomfört över 30 projekt som finansierats av Fairtrade-premien. Det största projektet är ett tekniskt jordbruksgymnasium som byggdes 2010 i den lilla byn Tianguá med finansieringsstöd från COOP i England och från Viva bolaget Gieritz Vinimport i Sverige. Skolan har sedan den öppnades vuxit från ett 30-tal elever till över 600 elever och är det första tekniska gymnasiet som byggts i provinsen La Rioja. Det är också ett av världens största Fairtrade-finansierade projekt. Det senaste tillskottet är ett hälsocenter som kommer erbjuda sjukvård till cirka 10 000 människor i regionen.

CASE LEVA

Vinex Slavyantsi

Bulgariens vinodlingstradition sträcker sig flera tusen år tillbaka i tiden. Vinex Slavyantsi, som producerar Leva-vinerna ligger i den östra delen av Rose Valley, en region som länge har odlat och framskällt vin. Med sina milda vintrar och sina svala somrar är regionen väl lämpad för vinodling. Den sociala och ekonomiska situationen för etniska minoriteter är dock mycket svår i Bulgarien, särskilt för den romska befolkningen och i området kring Vinex Slavyantsi bor det många människor med romsk bakgrund.

LEVA FRÄMJAR INTEGRATION

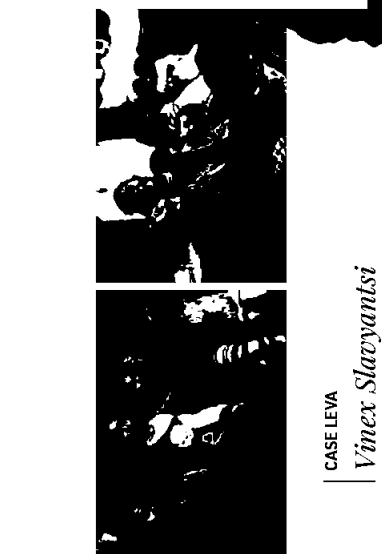
År 2008 startade Viva bolaget Gieritz Vinimport och Vinex Slavyantsi samt representanter från den romska befolkningen en siffelse med syfte att förbättra levnadsvillkor och framtidsmöjligheter i närområdet. Sifelsen

CASE FOOT OF AFRICA

Kleine Zalze

KLEINE ZALZE TRAINING PROGRAM

Kleine Zalze och Viva bolaget Winemarket har startat en utbildningsfond som syftar till att finansiera högre utbildning för vingårdsarbetarna och deras familjer. Tre till fyra individer per år ges möjligheten till en universitetstudie eller motsvarande. Målet är att skapa förbehåll i lokalsamhället samtidigt som vinnindustrin på sikt får tillgång till högre utbildad personal. Kleine Zalze ser kraften i människors drömmar som enorm. Genom stipendiet hjälper de arbetare på vinet, vingården och i byarna omkring uppstå sin fulla potential och samtidigt bli inspirerande förebilder för andra.



2008
Start



Leva
Sifelsen



2014
Fair for Life certifiering

heter LEVA Foundation och sedan 2008 har Gieritz Vinimport bidragit med mer än 8 MSEK. Pengarna har använts till stöd för tre förskolor med 120 barn, bidrag till familjer så att de kan betala för att barnen går på förskolan stöd till skolelever samt stipendier för studier på högre nivå. Vi har också stöttat mindre hälsoprojekt, bidragit med juridisk hjälp till anställda arbetare, försett en dansgrupp med folkdräkter samt genomfört sportaktiviteter och skolresor under loven.

ETISKT CERTIFIERADE

2014 blev Vinex Slavyantsi och Leva Foundation etiskt certifierade av det schweiziska kontrollorganet IMO och deras internationellt erkända "Fair for Life"-system. Det är en etisk certifiering för rättvis handel som utöver rättvisa arbetsvillkor och handelsavtal även omfätar krav på god miljö, både i och runt vingården.



CASE HOPE

Du Toitskloof

THE TRAVELLING LIBRARY

The Travelling Library, ett specialbyggt mobilt bibliotek, rullade under 2022 ut på vägarna i Sydafrikanska Breedekloof. Du Toitskloof har i samarbete med Viva bolaget Iconic Wines engagerat sig i att erbjuda barn till arbetare på vinodlingar möjlighet att visualisera sin potential och sina framtidsdrömmar genom att finansiera och möjliggöra biblioteket. Flera skolor i regionen har inte tillgång till datorer eller böcker och många barn har inte möjlighet att ta sig till publika bibliotek. Lösningen är att biblioteket kommer till dem. Det erbjuder datorer med skrivbordsplatser, tryckta böcker, e-böcker, läsplattor, lärande leksaker och spel. En dedikerad bibliotekarie finns alltid på plats. Bussen besöker nio skolor minst en gång varannan vecka och når på så vis över 1400 barn.



HÅLLBARHET ←

Glasåtervinning

93 prosent av innsamlat glas i Sverige blir till nya flaskor.



Effektiv logistikk og klimatsmart lager

Merparten av våra transporter i Europa sker med låg, och vinet körs på ralls hela vägen in till vårt svenska lager i Jordbro.



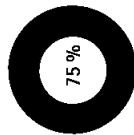
Gemensam satsning

Ledande aktörer i dryckesbranschen samverkar för att minska klimatpåverkan.

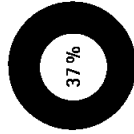


DRYCKESBRANSCHENS KLIMATINITIATIV

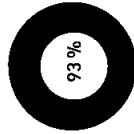
ANDEL AV VOLYMI KLIMATSMART FÖRPACKNING



ANDEL AV VOLYMI LÄTTVIKTSGLAS AV TOTALT GLAS

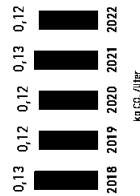


ÅTERVINNINGSGRAD GLAS



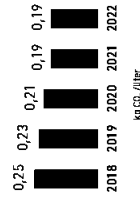
UTSLÄPP 2022

Klimatpåverkan transport



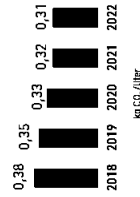
UTSLÄPP 2022

Klimatpåverkan förpackningar



UTSLÄPP 2022

Klimatpåverkan totalt



INOM EUROPA

körs merparten med tåg istället för lastbil



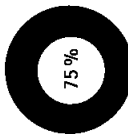
UTOM EUROPA

körs transporter med båt



TÅG HÄR CIRKA 75 PROCENT

lägre klimatpåverkan än lastbil för jämförbara sträckor



KLIMATKOMPENSERADE TRANSPORTER



VÄRDLSELEDANDE ÅTERVINNING

Vi tar aktivt producentansvar i Sverige för återvinning av våra produkter genom finansiering och utveckling av Svensk Glasåtervinning (SGÅ) och Förpacknings- och Tidningsinsamlingen (FTI). Vi har tillsammans med övriga aktörer i branschen hjälpt till att bygga upp de svenska och nordiska återvinningssystemen för glas och papper till att bli ledande i världen.

DRYCKESBRANSCHENS KLIMATINITIATIV

Det gemensamma ramverket för den svenska dryckesbranschen, DKB, initierades år 2017 av Systembolaget, Sveriges Bryggerier och Sveriges Vin- och Sprit-leverantörer (SVL). Viva Wine Groups företag har varit engagerade från start och pådrivande i att få samarbetet på plats med ett tredjepartsgranskat beräkningsverktyg och gemensamma mål.

EFFEKTIV E-HANDEL

Vi jobbar systematiskt för att minska vår klimatpåverkan i vår utomnordiska e-handel. Låg returgrad och samarbeten med budfirmor som enbart kör på förnyelsebara bränslen bidrar till att minska klimatpåverkan. Studier visar också att e-handel i sig kan minska klimatpåverkan jämfört med när konsument själv åker till butik för sina inköp.

Vivet att frakter, lagring och förpackningar har stor miljöpåverkan och tillsammans med våra partners strävar vi efter att ständigt utveckla smarta lösningar och innovativa projekt.

OPTIMERAD LOGISTIK

Tillsammans med våra partners skapar våra logistikter effektiva lösningar för samdistribution med god tillförlitlighet, minimal miljöpåverkan och maximal fyllnadsgrad. Vi har framgångsrikt ställt om merparten av våra transporter inom Europa till Sverige från lastbil till tåg. På längre distanser används båt. Vårt val att skifta från lastbil till tåg och båt har radikalt minskat utsläppen. För vissa produkter sker långväga transport på tank, varefter själva tappningen på flaska eller box sker i Danmark eller Frankrike. På så sätt minskas transportviken och därmed klimatpåverkan. Väl i Sverige har vår lagerpartner en lagterminal vilket innebär att våra produkter rullar med tåget hela vägen in på lagret, där elektriska truckar lastar av.

SMARTA FÖRPACKNINGAR

Förpackningar är en av verksamhetens delar med störst klimatpåverkan. Detta på grund av dess vikt, tillverkningsprocess och potentiell återvinningsgrad. I samverkan med leverantörer och kunder prioriterar vi därför klimatsmarta förpackningar, dvs Bag-in-Box, tetra, lättviktsglas samt PET. Redan idag erbjuder 75 procent av våra volymer i klimatsmart förpackning.



Klimatbudget og klimatkompensation

Vi anvender klimatbudget som et styremiddel i den svenske virksomheden og vi klimatkompenserer udslæp fra transportkøddjen samt klimatpåvirkningen fra tunga glasforpackningar. Våra investeringar görs i samarbete med erkända organisationer för att minska klimatpåverkan globalt samt skapa samhällsnytta lokalt. Sociala mervärderna som hälsa och jämställdhet är i fokus.

Klimatbudget

För våra svenska dotterbolag beräknas varje år en klimatkompensation utifrån förväntade års klimatkompensation och de mål som satts till 2030. Klimatbudgeten anger den totala klimatkompensationen som måste göras för att verksamhetens påverkan från transporter och tunga förpackningar ska bli klimatneutral. Ju klimateffektivare verksamheten ser ut, desto mindre av budgeten måste gå till klimatinvesteringar, och desto mer kan gå till investeringar i annat, alternativt utgå som vinst. Arbetet med klimatkompensation har blivit ett kraftfullt verktyg som hjälper till att syra bolagen att minska sin påverkan.

Klimatinvesteringar

Viva Wine Groups bolag utvecklar flertalet olika klimatprojekt med nyckelproducenter. Investeringar har under senaste åren handlat om installation av solpaneler, solcellsdrevna vattenpumpar samt komposteringsmaskiner. Syftet med investeringarna är dubbelt, dels minskas klimatkompensation i produktionsledet, dels blir producenterna självförsörjande och mindre beroende av inköpt energi och el. I förhållningen finns ambitioner att producenterna ska kunna producera ett överskott som kan säljas tillbaka till enhet. Utöver direkta investeringar hos producent kompenserar vi även för klimatkompensation i transportledet.

Klimatkompensation

Grunden i vårt klimatarbete är att minska klimatkompensationen från egen verksamhet och leverantörskedjan så mycket som möjligt. Det gör vi genom klimatsmart val och effektiviseringar. Kvarvarande påverkan från vår egen verksamhet samt klimatkompensation från transportledet kompenserar vi för. För att vår klimatkompensation från transporter till Sverige ska vara neutral klimatkompenserar de utsläpp som sker genom investering i Solvatten. Solvatten är en innovativ vattenrenningslösning som bidrar till förbättrad hälsa, ökad jämställdhet och minskad klimatkompensation. Vi investerar alltid mer än våra faktiska utsläpp.



Solvatten 2018-2022

8 937 → 56 214
Enheter Sparade träd

62 559 → 3 750 859
Beräknad ton CO₂ m³ rent vatten

SOLVATTEN®
Innovativ vattenrenningslösning

- Upphettat vatten på 2-6 timmar
- Ger cirka 6 000 liter per år
- Indikator visar när vattnet är rent
- Används flera gånger per dag
- Enkel att använda och att bära
- Behöver inga bakterier, reservdelar eller kemikalier
- Har lång hållbarhet, 7-10 år

INNOVATIV VATTENRENNINGSLÖSNING

Solvatten

För oss på Viva Wine Group är det viktigt att vår klimatkompensation bidrar till flera viktiga hållbarhetsmål. Solvatten är en innovativ vattenrenningslösning som bidrar till förbättrad hälsa, ökad jämställdhet och minskad klimatkompensation. Den prisbelönta uppfinningen har utvecklats av ett svenskt familjeföretag och används i flertalet byar i Kenya i samarbete med International Aid Services.

Solvatten-enheten fylls med vatten från tillgängliga vattendrag. När den läggs i solen aktiveras en process som renar vattnet från hälsofarliga bakterier och mikroorganismer och gör det säkert att dricka. Vattnet värms samtidigt upp vilket förenklar matlagning, tvätt och hygien. På detta sätt minskar behovet av bränsle i form av ved och pellets. Minskat behov av ved gör att fler träd står kvar som binder jord, vilket motverkar ökenspridning, samt binder koldioxid, till nytta för klimatet.

HÄLSONYTTA

Solvatten har bekräftats ge miljö- och hälsonyttan i minst sju år. Sedan starten av vårt samarbete 2017 har vår investering i Solvatten hittills inneburit en bekräftad klimatkompensation på över 2 000 ton koldioxid. Totalt sett beräknas investeringarna gjorda mellan 2018 och 2022 resultera i klimatkompensation på över 62 000 ton koldioxid.

DIGITAL AVLÄSNING

Klimatnyttan verifieras av Solvatten tillsammans med International Aid Services på plats i Kenya. Utveckling pågår av prototyp med digital avläsning i realtid samt certifiering av nya projekt.

CERTIFIERING

Under 2022 inleddes arbetet med att certifiera Viva Wine Groups och Solvattens projekt i Kenya i enlighet med WWF Gold Standard.



Hållbar arbeidsplats

Våre medarbeidere er tillsammans med våre producenter Viva Wine Groups främsta tillgång. Hos oss samlas ryfkena, engagerade, kreativa och kunniga personer med passion för dryck och entreprenörskap.

DET GODA LEDARSKAPET

För oss på Viva Wine Group är det viktigt att alla strävar efter att vara goda förebilder. Ett humanistiskt och värderingsstyrt ledarskap är därför vägledande för verksamheten. Målet är att få både medarbetare och organisation att utvecklas och växa. Tillsammans skapar vi ett öppet, snabbt och inkluderande arbetsmiljö.

STÄNDIG UTVECKLING

Vi är måna om att alla medarbetare utvecklas och når sin fulla potential. Vidareutbildningar erbjuds löpande och intern rörlighet uppmuntras. Vår personal växer och utvecklas med företaget, och ges möjlighet till nya roller med bredare ansvar.

MÅNGFALD ÄR EN TILLGÅNG

Vi rekryterar efter bästa meriter och tror att medarbetare med olika bakgrund, intressen och personligheter bidrar till en innovativ och utvecklingsdjupande verksamhet. Det är vår

övertygelse att en jämställd och jämlik arbetsplats gynnar både individ och organisation. Vi strävar därför efter en jämn fördelning avseende kön och ålder, både bland medarbetarna i stort, men också bland dem med personalansvar eller annan ledande ställning.

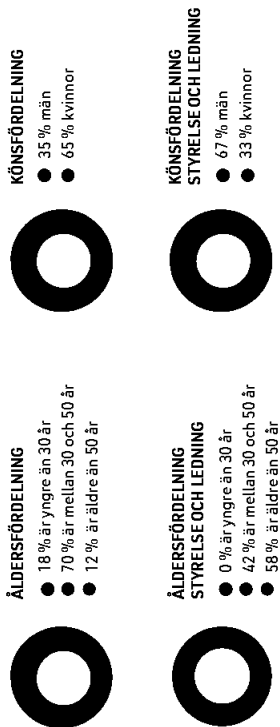
INVESTERINGAR I PERSONAL

Vi värnar våra medarbetare och undersökningar visar att vi erbjuder en lönesättning över branschsnittet. Under 2022 var den totala löneutbetalningen i Sverige 57 MSEK. Utöver grundlön betalas även bonus, givet goda resultat och uppfyllda mål. Vi erbjuder alla medarbetare i Sverige ett frikostigt friskvårdsbidrag samt en frivillig sjukvårdsförsäkring. Utöver detta ingår möjlighet till föräldradagighet, förmålig föräldrapenning samt rådgivning kring pensionsupplägg och försäkringslösningar. Vi genomför även obligatoriska kursier kring alkoholkultur och beroendeproblematik. Medarbetare har rätt att organisera sig och förhandla löner kollektivt men under 2022 var ingen av de anställda i den svenska verksamheten kollektivavtalsansluten.

GOD AFFÄRSED

Vi ser etik och god affärssed som grundläggande vilket sammanfattas i vår antikorruptionspolicy. Vi ska visa på gott uppförande och etiskt omdöme i alla affärsrelationer med medarbetare, leverantörer, kunder och andra intressenter.

FÖRDELNING MEDARBETARE 2022 (SEGMENT SVERIGE)



ANTI-KORRUPTION

I enlighet med våra värderingar, riktlinjer och anför BSCI accepterar vi inte korruption i någon form - varken mutor, utpressning, maktmissbruk eller liknande. Våra medarbetare får inte lämna eller ta emot mutor, eller gåvor som kan uppfattas som mutor. Tvåkar en medarbetare om en gåva eller en förmån, ska denne vända sig till sin chef för ett uttalande. Vi säkerställer att medarbetare, ombud och representanter har kunskap om, och följer riktlinjerna i Systembolagets policy för kontakter mellan leverantörer och Systembolagspersonal. Vi följer även SVLs regler för medlemsförelags utövande i relationer med kunder och varandra. I kortet handlar de om att inte på ett oschysst sätt tillskansa sig fördelar på konkurrenters bekostnad. Våra riktlinjer för anti-korruption omfattar även partners och producenter, och utgör del av det åtagande de måste göra för att samarbeta med oss.

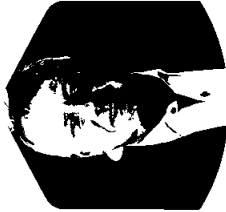
VISSELBLÅSARSYSTEM

Vi värnar också om hållbara arbetsplatser och goda arbetsvillkor i vårt leverantörsled. Till stöd i detta använder vi oss av ett visselblåsarssystem i samarbete med Lantero. Inga incidenter kopplade till korruption, diskriminering eller andra överträdelser rapportades 2022. Det skedde heller inga lagöverträdelser som resulterade i böter eller andra sanktioner.



Vi är angelägna om att tidigt fånga upp och agera på signaler om eventuella missförhållanden. Från såväl medarbetare som producenter, m.fl. I de fall man önskar vara anonym har vi ett excent rapporteringsverktyg i samarbete med Lantero visselblåsarssystem.

Läs mer på lantero.se



Patrik Stare
VD CHRIS WINE & SPIRITS
Ansvarsfull konsumtion

SVLs proaktiva arbete med gemensamma riktlinjer och självregleringsmekanismer har haft stor betydelse för den svenska alkoholbranschens ökade ansvarstagande, vilket utgör en förebild internationellt.

Ansvarsfull konsumtion

På Viva Wine Group bryr vi oss både om hur våra produkter produceras och konsumeras. Alkoholtrycker är en del av vår måltidskultur och för många en del av en komplett måltids-upplevelse.

Vi är dock medvetna om att alkohol konsumeras på felaktigt sätt kan skapa problem, både för individer, närstående och samhället i stort. Vi värnar därför måttfullt och ansvarsfull konsumtion. Vi ser regelbundet över vår produktportfölj och dess potentiella risker för folkhälsan.

KONTROLLERAD FÖRSÄLJNING

Viva Wine Group värnar kontrollerad och ansvarsfull försäljning av alkohol i Sverige, Finland och Norge finns en stark vilja att skydda folkhälsan varför alkohol-försäljningen i butik sker genom statliga bolagen Systembolaget, Alko och Vinmonopolet. De nordiska monopoleten säkerställer kontrollerad försäljning, likabehandling av ursprung samt ett utbud med bredd och djup som på många sätt saknar motstycke i världen.

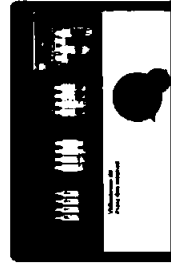
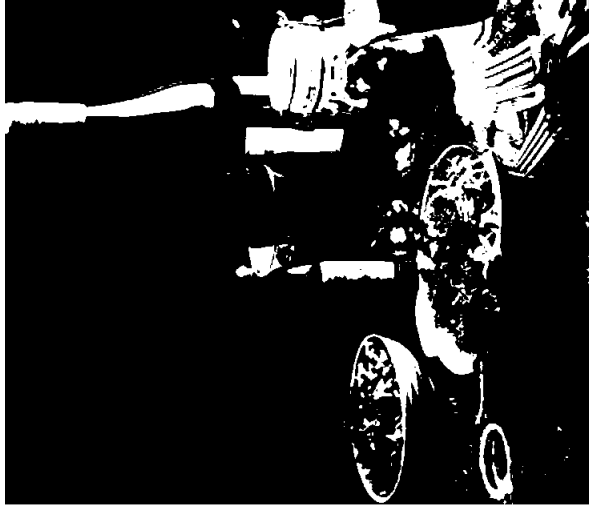
SJÄLVREGLERING

I Sverige och Norden finns många restriktioner kring kommunikation och marknadsföring av alkohol. Viva Wine Groups bolag är nöga med att följa lagen men har även som del av den svenska branschföreningen SVL tagit initiativ till en etisk kod samt Alkoholgranskningsmannen.

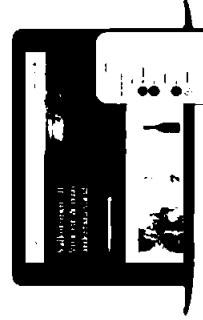
AGM är alkoholbranschens mekanism för självreglering som hjälper till med utbildning och stöd, men har även rätt att ingripa mot företag som bryter mot lagar och etiska riktlinjer och begära att marknadsföringen upphör. Vem som helst kan anmäla reklam till AGM, som utreder, prövar och fattar beslut i ärendet.

KONSUMENTINFORMATION

I Sverige frånar vi konsumenten information genom att tillsammans med andra branschaktörer utveckla hemsidan Drinkwise.se. Hemsidan syftar till att vara en tankeväckande plattform för information, diskussion och reflektion om attityder kring alkohol och hur alkohol ska konsumeras på ett ansvarsfullt sätt. Med denna samsyn vill vi och andra företag i branschen sprida information, skapa dialog och verka för ett mer ansvarsfullt förhållningssätt till alkohol.



Prata om alkohol med unga i skolan
Kostnadsfritt och anpassat material för skolan. Fokus på att lära ungdomar att motstå social press. Åka självkänslan och förstå sitt eget ansvar.



Viva Vin & Matklubb
Varje vecka skriver vi om mat och vin. Läs mer på vivawinomat.se



6

Risikeroch styrning

En effektiv risikohandtering
behöver integreras i strategier och
affärsmodeller, och styrningen ska
säkerställa att den når ut till alla.





Risker och styrning

*God styrning och kontroll minskar risker
och säkrar värden i växande verksamhet. En
effektiv riskhantering behöver integreras i
strategier och affärsmodeller, och styrningen
ska säkerställa att den når ut till alla.*

RISKER OCH RISKHANTERING

NÄRVARANDE RISKHANTERING
Viva Wine Groups riskhantering syftar till att stödja förverkligande av gruppens strategi, kontinuitet, riskidentifiering och medel för att minska samskyddet och effekterna av interna och externa risker. Viva Wine Groups riskarbete sker i enlighet med COSO-ramverket. Koncernens policy för riskhantering har godkänts av Viva Wine Groups styrelse.

RISK POLICY

Riskhanteringspolicyn beskriver mål, principer och ansvar för Viva Wine Groups riskhantering och rapportering. Riskerna hanteras av relevant affärs- och verksamhetsområde och utvärderas årligen av koncernens ledningsgrupp. Resultatet följs upp av styrelsen.

RISKKATEGORIER

Vi kategoriserar riskerna i sex allmänna klasser: strategiska risker, finansiella risker, operativa

risker, legala risker och hållbarhetsrisker. Ledning och styrelse bedömer dessa centrala risker och åtgärder som sftar till att minska sannolikheten för deras inträffande varje år. Riskerna utvärderas utifrån sannolikhet att inträffa och konsekvenser av deras eventuella inträffande. Relevant tidsperiod för bedömning är 3-5 års sikt. Utöver risker inom denna korta tidsperiod bevakar och adresserar vi även mer långsiktiga hållbarhetsrisker, till exempel klimatförändringarnas konsekvenser för vinnning och näringsans utveckling.

BETYDELSEFULLA RISKER

Våra främsta risker är kopplade till finansiella, politiska och regulatoriska faktorer. AktieholmarKnaden är reglerad och beskattad. Forsäkringsbolaget, likvärdighet och enhetlighet i regleringar och beskattningar är en förutsättning för en väl fungerande marknad. Som via all internationell handel finns även en påtaglig valutarisk, där Framförländ den volatila svenska kronan kan ha betydande påverkan på våra resultat. Det finns även betydande såsvarsvalationer i konsumtion av olika betydinga drycker som påverkar Viva Groups nettoomsättning och kassaflöde under året. Merparten av intäkterna genereras under andra, tredje och fjärde kvartalet. Mellan åren kan det Framförländ upptäta skillnader mellan första och andra kvartalet beroende på om påsen inläs i mars eller april.



Hållbarhetsstyrning

Att utveckla vin på ett hållbart sätt kräver kunnande och engagemang från flera aktörer i en komplex värdekedja. Från odling och tillverkning, till transport, marknadsföring och försäljning. Tydlig styrning och lyhörddhet för viktiga intressenter har visat sig vara ett recept till framgång.

VIKTIGA INTRESSENTER

Våra kunder och konsument är tillsammans med våra producenter och odlare våra viktigaste intressenter. Viktigast bland dem alla är de nordiska detaljhandelsmonopolen, det vill säga svenska Systembolaget, finska Alko och norska Vinmonopolet. Andra viktiga kunder är grossister och restauranger. Organisationer som KRAV, Fairtrade och Fair for Life är också betydelsefulla då vi satsar stort på ekologisk och etisk produktion.

DIALOG OCH SAMARBETE

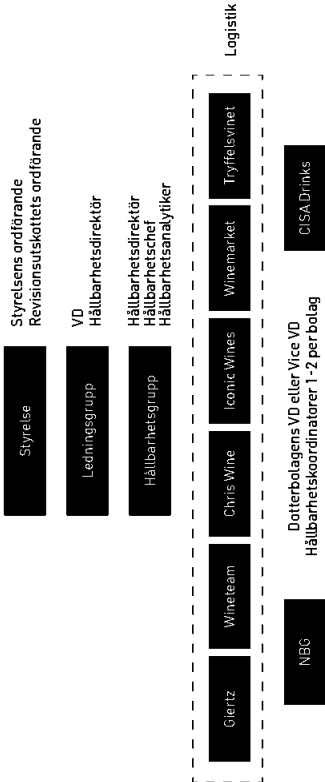
Vi kan bidra med mycket på egen hand men mest skillnad gör vi i samarbete med andra. Ju fler vi är som vill uppnå samma sak, och gör gemensamt slag i saken, desto snabbare uppnår vi storskalig förändring till nytta för människa och miljö. Dryckesbranschen Klimatinitiativ är ett exempel i Sverige på den positiva kraft som skapas när leverantörer och kunder bestämmer sig för att samarbeta.

VÄSENTLIG PÅVERKAN

Förutsättningar för att odla och producera vin påverkas av omvärldsfaktorer, inte minst klimatförändringar. Att odla, producera, buteljera och transportera vin har dessutom påverkan på miljön. Det handlar bland annat om vattenanvändning, biologisk mångfald och klimatpåverkan. Själva konsumtionen kan också vara problematisk. Alkohol konsumeras på fel sätt kan leda till medicinska och sociala problem, både för individer, familjer och samhället i stort. Vi är måna om att informera konsumenter om riskerna och investerar stort i projekt som främjar ansvarstagande och måttfullhet.

STÅNDIGA FÖRBÄTTRINGAR

Viva Wine Groups bolag är alla starkt entreprenördrivna där handling är viktigare än ord. Vi fokuserar på att ständigt förbättra oss i samarbete med våra partners i värdekedjan och bli bättre månad för månad, kvartal för kvartal och år för år.



ORGANISATION OCH STRUKTUR

Hållbarhetsstyrningen på Viva Wine Group utgår från styrelsen och dess revisionsutskott, den koncernövergripande hållbarhetspolicyn och de koncernövergripande hållbarhetsmålen. Hållbarhetsfrågorna leds strategiskt och operativt från ledningsgruppen där koncernens hållbarhetsdirektör utgör medlem. På koncernnivå finns en koncerngemensam hållbarhetsavdelning som leder, stödjer och följer upp dotterbolagens hållbarhetsarbete där varje dotterbolag har möjlighet att utveckla egna hållbarhetsmål i linje med de koncernövergripande målen.

STÖD OCH UPPFÖLJNING

Dotterbolagen inom koncernen har utöver koncerngemensam policy och mål även en koncerngemensam administrativ plattform som stöd. Plattformen innehåller mallar, system och processöd.

RAPPORTERING OCH GRANSKNING

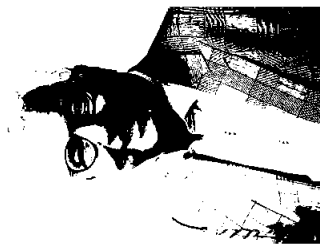
Koncernens hållbarhetsarbete sammanfattas i en årlig hållbarhetsrapport som ges ut tillsammans med koncernens årsredovisning. Hållbarhetsrapporten tas fram i enlighet med GRI standards. Redovisad data för 2022 omfatar den svenska verksamheten och dess värdekedja, inklusive miljöpåverkan från transporter och förpackningar samt arbetsförhållanden i odling och produktion. Den årliga hållbarhetsredovisningen och dess uppfyllnad av GRI standards granskas av revisionsutskottet och koncernens revisorer.



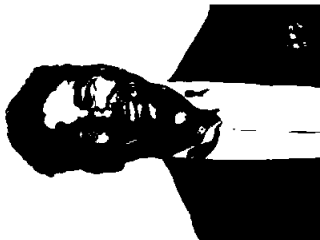
Helen Fasth Gillestedt
STYRELSELEDAMOT OCH
ORDFÖRANDE REVISIONSUTSKOTTET

Hållbarhet högt på agendan

Hållbarhet utgör en av Viva Wine Groups främsta strategiska framgångsfaktorer och följs tillsammans med incidentrapportering från Lantero kvartalsvis upp av revisionsutskottet och styrelsen. Tillsammans med ledningen, koncernens hållbarhetsavdelning och dotterbolagens hållbarhetskoordinatorer läggs grunden för fortsatta framsteg. En gång per år presenteras och diskuteras koncernens hållbarhetsmål och resultat för företagets anställda på en dedikerad hållbarhetsdag.



ANDERS MOBERG
Styrelseordförande
Invald: 2021
Född: 1950
Kön: Man

[illegible]

LARS LJUNGÄLV
Styrelseledamot, U
Revisionsutskotte
Invald: 2022
Född: 1969

Kon: Man
Uppdrag: Civilekonomexamen från Lunds Universitet
Upprättad av: Gyssgärna AB, Kano Bank AB och Anneten AB
Upprättad för: Uppdragsägare: Svenska Idrott i Lunds Universitet och Intersport Sverige AB. Mängder är ansett från ledande positioner inom de offentlig, bank och finans.
Övrigt: Ja, för hållande till agare, bolaget och ledningen.
Övrigt: Innehåller 200 aktier (inklusive närstående): 100 aktier till agare, 100 aktier till agare.



HELEN FASTH GILLSTEDT
Styrelseledamot, ordförande
Revisionsutskottet
Invald: 2021
Född: 1962

Kari Kuorikos
Utdanning: Civilingeniør,
Handelskoleingeniør i Stockholm, samt
studier ved SU/Stockholm Resilience Center
Urnval til valgoppdrag: Styrelsesleder
i Sveriges AB, Munters Group AB, PowerCell
Sveriges AB, Munters Group AB, PowerCell
Sveriges AB, Sørter AB, Handelsbanken Fonder AB
Sørter AB, samt representant til velledninger.
Urnval til valgoppdrag: Styrelsesleder
i Sveriges AB, Humana AB, AcademeMedia AB,
Indorf A/S, Intrum AB.
Overbordene: Ja, i færdhållende til å gjøre,
bolaget og ledningen.
Innebyr/bolaget (inklusive nå-stående):
Ager 5000 aktier og 58 140
tekniskopsjoner.



MIKAEL ARU
Styrelseledam
Revisionsutsk
Invalid: 2021
Född: 1953

[illegible]

ANNE THORSTVEDT SJÖBERG
Styrelseledamot, ledamot i
Ersättningsutskottet
Invald: 2021
Född: 1965

Utbildning: Civilekonom, Handelshögskolan i Göteborg, Göteborgs Universitet

Upprätthålls av: Styrelsesledamot Claas Olsson

Upprätthålls för: Global Vice President Marknadsföring, Insights & Analytics, Electrolux samt ledande internationella företag, koncerner inom Marknadsföring, Konsument & Analytics, Strategic Organisationsutveckling på Måldelen i International Kraft Foods, Procter & Gamble.

Övrigt: Järn, i förhållande till åldern, lagkraftigt och ledningen.

Intresse: Innehav i bolaget (Inklusive närstående) av 15 000 aktier och 58 140 teckningsoptioner.



JOHN WISTEDT
Styrelseledamot
Invald: 2018
Född: 1980
Kön: Man

Utbildning: Civilekonom Uppsala
 Universitet och Master International Wine
 and Spirits Burgundy Business School
 Executive Education, Harvard School
 of Business

Urfall överlag uppdrag: VD Wine Team
 Global AB, Suppleant Sveriges Vin och
 Spiriteverksamhets Förening

Överordnade: Nej, fristående
 majoritetsägare, bolaget och ledningen.

Urfall / Bolaget (inklusive närstående):
 Äger indirekt via Legendum Capital AB
 74045 889 aktier ochinga teckningsoptioner.

Styrelsen

Styrelsen ansvarar för koncernens styrning och resultat samt säkerställer lämplig ledning av dess verksamhet. Styrelsen godkänner koncernens strategi, finansiella mål, budget, större investeringar och principer för riskhantering. Styrelsen utser och säger upp företagets VD. Styrelsens sammansättning speglar målsättningen om en skicklig kompetent, erfaren och effektiv styrelse.

Styrelsen består av sex medlemmar, två kvinnor och fyra män. Styrelsen har bedömt att fem styrelseledamöter är oberoende av företaget och företaget större aktieägare.



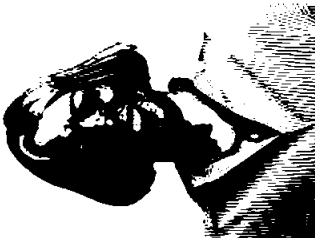
EMIL SALLNÄS
 VD Viva Wine Group
 Født: 1971
 Køn: Mann
 Utbildning: Civilekonom Uppsala Universitet
 Tidligere erfaringer: VD og Partner Gieritz Vinimport, Ledende roller inom Dagab.
 Innehav i bolaget (inklusive nærstående):
 Äger, indirekt via Late Harvest Wine Holding 1971 AB, 23 273 482 aktier och inga teckningsoptioner.



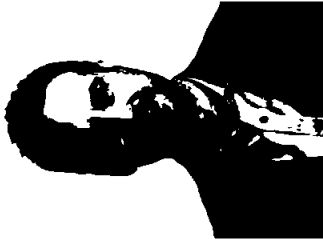
CHRISTIAN FRICKE
 Managing Director Viva eCom
 Født: 1979
 Køn: Mann
 Nationalitet: Tysk
 Utbildning: Master Företagsekonomi Leipzig Graduate School of Management
 Tidligere erfaringer: VD Wine in Black GmbH (Berlin), VD Bauernfel Media (Hamburg/Sydney)
 Innehav i bolaget (inklusive nærstående):
 Christian Fricke äger inga aktier eller teckningsoptioner i bolaget



LINN GÄFVERT
 CFO Viva Wine Group
 Født: 1981
 Køn: Kvinn
 Utbildning: Civilekonom Ekonomihögskolan samt handelsrätt, Lunds Universitet
 Tidligere erfaringer: Head of Business Control Viva Wine Group, Business Control Allia Group, revisor PWC.
 Innehav i bolaget (inklusive nærstående): Äger 4 075 aktier och 69 768 teckningsoptioner.



ANNA MÖLLER
 COO Nordica Viva Wine Group
 Født: 1977
 Køn: Kvinn
 Utbildning: Pol Kand, Linköpings Universitet
 Tidligere erfaringer: Commercial Director Spirits Scandinavia, Director Marketing Scandinavia Allia/Anora Group
 Innehav i bolaget (inklusive nærstående):
 Äger 20 aktier och inga teckningsoptioner.



MIKAEL SUNDRÖM
 Director Sustainability, Communications and Investor Relations Viva Wine Group
 Født: 1978
 Køn: Mann
 Utbildning: Civilekonom, Handelshögskolan i Stockholm, International Business EM Lyon.
 Tidligere erfaringer: Senior Manager CSR, Sustainability and Public Affairs Pernod Ricard Nordic, Senior Consultant Enact Sustainable Strategies.
 Innehav i bolaget (inklusive nærstående):
 Äger 3 800 aktier och inga teckningsoptioner.



JOHN WISTEDT
 VD WineTeam Global
 Født: 1980
 Køn: Mann
 Utbildning: Civilekonom Uppsala Universitet och Master, International Wine & Spirits Burgundy Business School, Executive Education, Harvard Business School
 Tidligere erfaringer: Inköpare Systembolaget
 Innehav i bolaget (inklusive nærstående):
 Äger indirekt via Legendum Capital AB, 9 405 889 aktier och inga teckningsoptioner.



BJÖRN WITTMARK
 Director Business Development
 Gieritz Vinimport
 Født: 1953
 Køn: Mann
 Utbildning: Bachelor of Applied Science, Canberra University, Australien
 Tidligere erfaringer: Director Business Development och Partner Gieritz Vinimport.
 Innehav i bolaget (inklusive nærstående):
 Äger indirekt via Wine & Spirits AB, 23 273 482 aktier.
 Varken Björn Wittmark eller Pamela Wilson har några teckningsoptioner.

VD & ledningsgrupp

Koncernchef och VD ansvarar för koncernens dagliga ledning i linje med styrelsens instruktioner och uppsatta mål. VD säkerställer även efterlevnad av tillämpliga lagar och regleringar. Ledningsgruppen omfattar, utöver VD, andra ledande befattningssavare som bistår VD i genomförandet av koncernstrategi. Ledningsgruppen ansvarar även för koncernens affärsverksamhet och operativa ledning.

Ledningsgruppen består av sju medlemmar, två kvinnor och fem män. Under 2022 utbildades ledningsgruppen med två medlemmar: Anna Möller som COO Nordica, Christian Fricke utträdde till Managing Director Viva eCom.



Bolagsstyrningsrapport

Viva Wine Group AB (publ) är ett svenskt publikt aktiebolag vars aktier är noterade på Nasdaq First North Premier Growth Market. Foremålet för bolagets verksamhet är, i enlighet med bolagsordningen, att direkt eller indirekt driva rörelse avseende utveckling och handel med vin och andra alkoholhaltiga varor, samt bedriva annan därmed förenlig verksamhet.

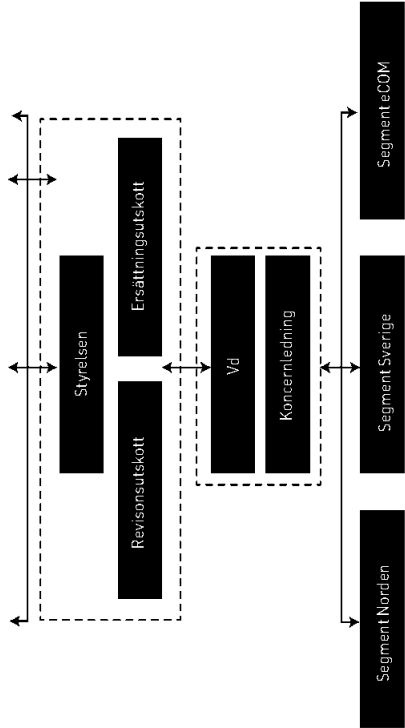
God bolagsstyrning handlar om att säkerställa att Viva Wine Group för samtliga aktieägare sköts hållbart, ansvarsfullt och så effektivt som möjligt. Det övergripande målet är att öka värdet för aktieägarna och på så sätt möta de krav ägarna har på investerat kapital.

BOLAGSSTYRNING I VIVA WINE GROUP

Bolagsstyrningen i Viva Wine Group utgår från gällande lagstiftning, stämmobeslut, noteringsavtal samt styrelsen och ledningens arbete. Viva Wine Group har även valt att följa Svensk kod för bolagsstyrning ("Koden"). De interna styrinstrumenten är huvudsakligen bolagsordningen, styrelsens arbetsordning, instruktioner för styrelsens utskott, VD-instruktionen inklusive instruktion för ekonomisk rapportering samt policyer som fastställs av styrelsen.

Viva Wine Groups styrelse är ansvarig för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. VD ansvarar för att den löpande förvaltningen av bolaget sker enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar. Vidare sammanställer VD, i dialog med styrelsens ordförande, dagordning för styrelsemötena och ansvarar i övrigt för att ta fram informations- och beslutsunderlag till styrelsen.

Aktieägare



KONCERNSTRUKTUR

Viva Wine Group är koncernens namn med moderbolaget Viva Wine Group AB. Verksamheten i Sverige bedrivs genom Giert Vinimport AB, The Wine Team Global AB, Chris Wine & Spirits AB, Iconic Wines AB, Winemarket Nordic AB och Spiritvinsinet AB. I Finland bedrivs verksamheten genom Cisa Group O'ych i Norge genom Norwegian Beverage Group AS. Utanför Norden bedrivs e-handel genom Viva eCom som äger Wine in Black GmbH och Vicampo de GmbH med e-handelsplattformarna Vicampo och Weinlürst.

AKTIEÄGARE

Viva Wine Group är noterat på Nasdaq First North Premier Growth Market sedan den 14 december 2021. De tio största ägarna 31 december 2022 var Late Harvest 1971 Holding AB, Vin & Vind AB, Legendum Capital AB, Bergendahl & Son AB, Svolder, Capital group, Erik Selin, Arntto AB, Danica Pension, Varma Mutual Pension med en sammanlagd ägarandel om 90,3 procent. Resterade 9,7 procent ägs av andra institutionella ägare och privatpersoner i Sverige och utomlands. Bolaget har ett aktieslag med lika röster och rätt till vinstutdelning. Vid omröstning på bolagsstämma berättigar varje aktie till en röst och varje röstberättigad kan rösta för fulla antalet företrädda aktier.

Mer information om Viva Wine Groups aktie och ägarbild finns i avsnitt "Aktie och ägare" på sidorna 10-11 i årsredovisningen och på bolagets hemsida, vivagroup.se.

ÅRSSTÄMMA

Bolagsstämman är det högsta beslutande organet i ett aktiebolag och aktieägares rätt att besluta i bolagets angelägenheter utövas vid bolagsstämma. På bolagets webbplats, vivagroup.se, informeras bolagets aktieägare om sin lagliga rätt att få ett ärende behandlat vid bolagsstämma. Beslut vid bolagsstämma fattas normalt med enkel majoritet, men vissa beslut ska dock i enlighet med aktiebolagslagens regler fattas med kvalificerad majoritet.

Årsstämma ska hållas årligen inom sex månader efter räkenskapsårets slut. Vid årsstämman beslutas i frågor avseende bland annat utdelning, fastställande av årsredovisning, ansvarsfrihet för styrelse och verkställande direktör, val av ersättning till styrelseordförande och övriga styrelseledamöter och revisorer, riktlinjer för bestämmande av ersättning till ledande befattningshavare samt andra för bolaget viktiga angelägenheter. Viva Wine Groups årsstämma ska äga rum i Stockholm.

Kallelse till bolagsstämma sker genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar samt genom att kallelsen görs tillgänglig på bolagets hemsida, vivagroup.se. Aktieägare som har anmält sitt deltagande enligt instruktioner i kallelsen har rätt att delta vid stämman och vid stämman rösta för eller emot framlagda förslag samt ställa frågor till styrelsen och VD.

VALBEREDNING

Valberedningen utses enligt principer som beslutas årligen av årsstämman. Bolagsstämman fastställer även den instruktion som ska gälla för valberedningen. Valberedningens huvuduppgift är att föreslå val av ordförande på årsstämman, val av ordförande och övriga ledamöter i styrelsen, styrelsearvode uppdelat mellan ordförande, övriga ledamöter och eventuellt ersättning för kommittéarbete, samt val och arvodering av revisor. Valberedningens förslag offentliggörs senast i samband med kallelsen till årsstämman.

Valberedningen beaktar de regler om oberoende som är tillämpliga för styrelsen och dess utskott. I arbetet med att bereda förslag till ledamöter i styrelsen ska valberedningen ta särskild hänsyn till frågan om mångfald och en jämn könsfördelning i styrelsen och utskott.

Aktieägare ges möjlighet att vända sig till valberedningen med förslag. Valberedningen gör årligen en bedömning av styrelsens sammansättning främst med avseende på kompetens, erfarenhet och framtida behov. Valberedningen sammanträder så ofta som erfordras för att kunna fullgöra sina uppgifter, dock minst en gång per år.

STYRELSE

Styrelsen är bolagets högsta förvaltningsorgan under bolagsstämman. Styrelsen ska förvalta bolagets angelägenheter i bolagets och samtliga aktieägares intresse samt värna och främja en god bolagskultur. Styrelsen ansvarar för att koncernens organisation är ändamålsenlig och utvärderar löpande bolagets finansiella ställning, handläggningssrutiner samt riktlinjer för förvaltning och placering av bolagets medel. Styrelsen säkerställer även bolagets redovisning, interna kontroll och kvaliteten på den finansiella rapporteringen genom det system för intern kontroll som närmare beskrivs under rubriken Internkontroll avseende den finansiella rapporteringen.

Styrelsen ansvarar för Viva Wine Groups strategiska inriktning och fastställer koncernens långsiktiga finansiella plan, övervakar löpande verksamheten, fattar beslut i frågor rörande större investeringar och avyttringar samt granskar och godkänner bokslut. Styrelsen utser verkställande direktör, fastställer instruktioner för den verkställande direktören och övervakar dennes arbete. VD:s arbete ska årligen utvärderas av styrelsen. I samband med detta fastställs VD:s mål för det kommande verksamhetsåret. Ingen representant från företagsledningen närvarar vid denna utvärdering.

Styrelsens arbetsordning fastställs årligen vid det konsoliderande sammanträdet. Arbetsordningen innehåller bland annat föreskrifter om styrelseordförandens roll, instruktioner avseende arbetsfördelning mellan styrelse och verkställande direktören samt instruktioner för ekonomisk rapportering till

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

Verkställande direktör utses av styrelsen. Denne leder verksamheten inom de ramar som styrelsen fastställt. Verkställande direktören ska bland annat se till att styrelsen inför styrelsens anordningar för ett så skligt, utförligt och relevant informationsunderlag som erfordras för att styrelsen ska kunna fatta väl underbyggda beslut. Verkställande direktören är även förordgad i styrelsen och avger motiverade förslag till beslut. Verkställande direktören tillstår styrelsen mållagligen den information som krävs för att följa bolagets och koncernens ställning, likviditet och utveckling samt håller styrelsens ord förande öppande informerad om bolagets och koncernens verksamhet.

KONCERNLEDNING

Vid sidan av VD utgörs bolagets koncernledning av CFO, COO Nordics, Direktör Hållbarhet, kommunikation och investerarrådgivare, samt av VD för Viva eCom, VD för Winelet Global och Affärsutvecklingsansvarig för Giertz Vinimport.

Koncernledningen träffas regelbundet och behandlar frågor som bland annat rör bolagsstyrning, rapportering och strategi. Vidare ska koncernledningen förbereda ärenden som fördrar beslut av styrelsen enligt styrelsens arbetsordning samt bistå VD att verkställa beslut av styrelsen. Utöver det kollektiva ansvaret för ledningen av bolaget har varje ledamot i koncernledningen ett individuellt ansvar för sin respektive del av bolaget. I början av varje räkenskapsår utvärderar koncernledningen sitt arbete och fokuserar då på kvaliteten i beslut, agenda, mötesstruktur, verkställighet och koncernledningens övergripande prestation.

REVISORER

De externa revisorerna utses av bolagsstämman för en mandatsperiod om mellan ett och fyra år. Enligt bolagsordningen ska årsstämma välja en revisor eller ett revisionsbolag för att granska bolagets årsredovisning samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning.

De externa revisorernas uppdrag innefattar granskning av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning samt bolagets årsredovisning och räkenskaper. De rapporterar löpande till styrelsens revisionsutskott och i samband med årsboksåret rapporterar de sina iakttagelser.

TILLÄMPNING AV KODEN OCH ANDRA REGELVERK

Bolaget väljer att som ledad på Nasdaq First North Premier Growth Market tillämpa Kodens och börsregler. Bolaget har inte avvikt från Kodens och börsregler.

KOMMUNIKATIONSPOLICY

I kommunikationspolicy beskrivs principerna för Viva Wine Groups interna och externa kommunikation i syfte att bidra till en enhetlig, tydlig och långsiktigt effektiv kommunikation mellan bolagets ledning, medarbetare och dess externa intressenter.

INSIDERPOLICY

I insiderpolicy fastställs principerna för handel i Viva Wine Groups aktie och hur bolaget ska hantera insiderinformation.

POLICY FÖR AFFÄRSETIK OCH ANTI-KORRUPTION

I den affärs-etiska policy anges att bolagets kultur ska byggas på ansvar, förtroende och en hög nivå av professionellt uppträdande. Alla styrelsens medlemmar och koncernens ledningsgrupp har fått utbildning i affärs-etik och anti-korruption.

INTERREVISION

Enligt Kodens ska styrelsen årligen ta ställning till om bolaget ska ha en interrevisionsfunktion. Styrelsen har gjort bedömningen att en interrevisionsfunktion inte är nödvändig för närvarande och att uppföljning och utvärdering av intern kontroll sker av styrelsen som helhet.

FINANSPOLICY

I finanspolicy fastställs Viva Wine Groups finansiella risknivå och definierar målsättningar och riktlinjer för gruppens finansiella förvaltning.

INTERNKONTROLLPOLICY

Policyn definierar vilket ansvar och vilka rutiner för rapportering och internkontroll som gäller för den finansiella förvaltningen.

HR-POLICY (JÄMSTÄLDHETS OCH LİKABEHANDLINGSPOLICY), ENBART FÖR SVERIGE

I HR-policy fastställs det övergripande ramverket med avseende på anställda i den svenska delen av koncernen. Den anger bland annat att koncernen behöver, för att möta kunders behov och förväntningar, ha anställda med olika bakgrund och med ett brett spektrum av erfarenhet och kompetens.

HÅLLBARHETSPOLICY

I hållbarhetspolicy beskrivs Viva Wine Groups övergripande vision och riktlinjer för ekonomisk, miljömässig och social hållbarhet med fokus på hållbar odling, hållbar produktion, hållbara transporter och förpackningar, hållbara lokalsamhällen och hållbar konsumtion.

MR-POLICY (POLICY FÖR MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER)

I MR-policy beskrivs Viva Wine Groups övergripande riktlinjer, avgränsningar och ansvar för att säkerställa skydd och främjande av mänskliga rättigheter i den egna verksamheten och genom hela leverantörskedjan.



BOLAGSSTYRNING I VIVA WINE GROUP 2022

Årsstämman 2022

För verksamhetsåret 2021 hölls årsstämman den 20 maj. Årsstämman 2022 fattade bland annat följande beslut:

- Utdelning om 1,50 SEK per aktie för räkenskapsåret 2021.

- Val av Anders Moberg (ordförande), Helen Fasth Gillstedt, Mikael Aru, Anne Thorsvedt Sjöberg, Lars Ljungålv och John Wistedt som ledamöter till Viva Wine Groups styrelse.
- Fastställande av resultaträkningen och balansräkningen för 2021 samt ansvarsfrihet för styrelseledamöterna och verkställande direktören.
- Anslagande av valberedningens arbetsordning.
- Bemyndigande om möjlighet att utge nya aktier motsvarande högst 20% av antalet existerande aktier.

Bemyndigande

Bolagsstämman 20 maj 2022 gav ett bemyndigande till styrelsen med en möjlighet för bolaget att utge nya aktier motsvarande högst 20% av antalet existerande aktier.

Styrelse

Sammansättning

Enligt bolagsordningen ska bolagets styrelse bestå av lagst tre och högst tio ledamöter. Viva Wine Groups styrelse bestod vid utgången av 2022 av sex ledamöter: Anders Moberg (ordförande), Helen Fasth Gillstedt, Mikael Aru, Anne Thorsvedt Sjöberg, Lars Ljungålv och John Wistedt. Ytterligare information om de enskilda styrelseledamöterna och suppleanterna finns på sidorna 70–71 i årsredovisningen för 2022.

Styrelsens oberoende

Enligt valberedningen är fyra av sex styrelseledamöter att anses som oberoende i förhållande till såväl bolagets större aktieägare som till bolaget och bolagsledningen.

Sammanträden

Styrelsen kallas till sex ordinarie sammanträden per år samt ett konstituerande sammanträde. Utöver de ordinarie sammanträdena kallas styrelsen till ytterligare sammanträden när styrelseledamot eller verkställande direktören så påkallar. Vid det styrelsesammanträde där årsbokslutet presenteras avgavs revisorernas rapport till revisionsutskottet.

Ersättning till styrelsen

Ersättning till styrelsen under perioden från årsstämman 2022 till och med årsstämman 2023 har utgått i enlighet med beslut av årsstämman 2022. Styrelsearvode har inte utgått till styrelseledamöter anställda i Viva Wine Group-koncernen.

För mer information om styrelsens arvode under 2022, se Not 7 i bolagets årsredovisning för 2022.

Styrelsens arbete under 2022

Under perioden från 1 januari 2022 till den 31 december 2022, har styrelsen haft nio styrelsesammanträden samt ett konstituerande styrelsesammanträde. Vid samtliga ordinarie styrelsesammanträden fick styrelsen en övergripande presentation av VD samt diskuterade styrelsen bolagets och intresseförslagets resultat samt andra projekt och frågor. Samtliga sammanträden under året har följt en godkänd agenda. Inför varje sammanträde har förslag till agenda, inklusive eventuell dokumentation för varje punkt på agendan, skickats till styrelsen.

Revisionsutskottet

Ledamöter under 2022 har varit: Helen Fasth Gillstedt (ordförande), Mikael Aru och Lars Ljungålv. I samband med det konstituerande styrelsemötet efter bolagsstämman ersattes Mikael Aru av Lars Ljungålv som ny ledamot i revisionsutskottet. Utskottets ordförande har följande hållit styrelsen informerad om utskottets arbete och beslut under året. Antalet sammanträden under 2022 uppgick till sex stycken. Bolagets revisor och CFO har deltagit i samtliga sammanträden med revisionsutskottet under 2022.

Ersättningsutskottet

Ledamöter under 2022 har varit Anders Moberg och Anne Thorsvedt Sjöberg. Bolagets verkställande direktör har varit fördragande i vissa frågor, men är inte ledamot av utskottet och är inte närvarande när utskottet bereder beslut om ersättning till den verkställande direktören. Utskottets ordförande har löpande hållit styrelsen informerad om utskottets arbete och beslut under året. Utskottet sammanträder så ofta som det är nödvändigt, dock minst två gånger per år.

Koncernledning

Viva Wine Groups koncernledning har under 2022 utgjorts av Emil Saltnäs, verkställande direktör och koncernchef, Linn Gälvvert, CFO, Mikael Sundström, Direktör Hållbarhet, Kommunikation och Investerarrelationer, John Wistedt, VD Wineteam Global AB (dotterbolag i Viva Wine Group), Björn Wittmark, Direktör Affärsutveckling Gieritz Vinimport (dotterbolag i Viva Wine Group), Anna Möller, COO Nordic samt Christian Fricke, Managing Director Viva eCom. Ytterligare information om bolagets verkställande direktör och övriga i koncernledningens aktieinnehav i Viva Wine Group finns på sidan 72–73 i årsredovisningen för 2022. Emil Saltnäs har inga väsentliga aktieinnehav eller delägarskap i företag som Viva Wine Group har betydande affärsförbindelser med.

Ersättning till koncernledningen

För information om de av årsstämman fastställda riktlinjerna, se Not 7 i årsredovisningen för 2022. För information om ersättning och övriga förmåner till koncernledningen, se Not 7 i årsredovisningen för 2022.

Revision och revisorer

Bolagsstämman 2022 utsåg EY AB till bolagets revisor för perioden från 2022 fram till och med årsstämman 2023. Under 2022 har EY AB, utöver revision, haft konsultuppdrag för koncernen avseende skatte- och revisionsrelaterade tjänster.

Auktoriserade revisorn Andreas Nyberg är huvud-ansvarig revisor. För information om ersättning till Viva Wine Group revisorer under 2022, se Not 6 Arvode och kostnadsersättning till revisorer i årsredovisningen för 2022.



7

Årsredovising

Viva Wine Group AB (publ) är ett svenskt publikt aktiebolag vars aktier är noterade på Nasdaq First North Premier Growth Market.





Förvaltningsberättelse

Styrelsen för Viva Wine Group AB (publ) med organisationsnummer 559178-4953 får härmed avge årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 1 januari 2022 – 31 december 2022. Företaget har sitt säte i Stockholm. Årsredovisningen är upprättad i svenska kronor, SEK, samtliga redovisade belopp är i MSEK, om inget annat anges.

INFORMATION OM VERKSAMHETEN

Viva Wine Group är Nordens ledande vinkoncern med en stark position på den europeiska e-handelsmarknaden för vin. Bolaget utvecklar, marknadsför och säljer både egna och partners varumärken på flera olika marknader. Koncernen består av entreprenörsdrivna företag som delar en plattform som ger stordriftsfördelar. Bolaget säljer kvalitetsviner från hela världen till konsumenter i 13 länder bland annat Sverige, Norge, Finland, Tyskland, Schweiz, Österrike och Tjeckien. Bolagets verksamhet drivs av tio entreprenörsdrivda bolag baserade i sex länder. Verksamheten skiljer sig på marknaden genom sin decentraliserade organisation som präglas av kreativitet och entreprenörskap. Bolaget är i Sverige huvudägare av vinnipörörems, Giant Vinimport AB, Wines AB, Winemarket Nordic AB och Tryflevinet AB. I Finland är man huvudägare till Cisa Oy, och i Norge är man huvudägare i Norwegian Beverage Group AS. Utöver verksamheten i Norden så äger bolaget Viva eCom Group i Tyskland med bolagen, Vicampo de GmbH och Wine in Black GmbH. Dessutom har bolaget verksamhet i Frankrike och USA.

Bolaget delar in sin verksamhet i fyra segment: (i) Sverige, (ii) Norden (exklusive Sverige), (iii) eCom samt (iv) Övrigt. Segmentet Sverige är det största segmentet baserat på nettoomsättning där det ställiga detaljmonopolet, Systembolaget, utgör den största kunden. Inom det nordiska segmentet är den finska motsvarigheten till Systembolaget, Alko, och den norska motsvarigheten, Vinmonopolet, de största kunderna. Övriga kunder inom segmenten Sverige och Norden inkluderar grossister, hotell och restauranger. Segmentet eCom inkluderar konsumentförsäljning via e-handel i Europa. Segmentet Övrigt inkluderar bland annat plattförsäljning mot B2B-kunder i USA samt ledning och administration av koncernen, moderbolaget och andra koncerngemensamma aktiviteter.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER ÅRET

Den 30 september avyttrade Viva eCom Group, Viva Wine Groups e-handelsverksamhet, en lagerfastighet i Tyskland i en sale-and-leaseback-transaktion som ett led i pågående integration av existerande och förvärvad e-handelsverksamhet i syfte att uppnå effektiviseringar

12-månadersperioden, uppgick till 1,1 (0,9).

Kassalöfde

Kassalöfdet från den löpande verksamheten ökade med 128 MSEK och uppgick till 286 (158) MSEK.

Kassalöfdet från investeringsverksamheten uppgick till -5 (-1 589) MSEK. Kassalöfdet under året inkluderar avyttring av lagerfastighet i Butzbach som hade en positiv kassalöfdeseffekt om 111 MSEK samt rörelseförvärvet av Vinklubben i Norden AB som hade en kassalöfdeseffekt om -119 MSEK.

Kassalöfdet från finansieringsverksamheten uppgick till -281 (-1 714) MSEK. Årets kassalöfde är relaterat till återbetalningar av lån från kreditinstitut om -105 MSEK samt utdelning om -133 MSEK till moderbolagets aktieägare och -21 MSEK till innehav utan bestämmande inflytande. Övriga kassalöfden från finansieringsverksamheten uppgick till -21 MSEK.

Årets kassalöfde summeras till 1 MSEK och efter valutakursdifferens i likvida medel om 7 MSEK ökade koncernens likvida medel till 339 MSEK.

Eget kapital

Eget kapital i koncernen uppgick den 31 december 2022 till 1 865 (1 736) MSEK och soliditeten till 48 (46) procent. Årets resultat uppgår till 278 MSEK. Under året har totalt -155 MSEK delats ut varav -133 MSEK till moderbolagets aktieägare.

FRAMTIDA UTVECKLING

Arbetet med att integrera och effektivisera Koncernens europeiska e-handelsverksamhet, som inleds i samband med förvärvet av Vicampo, har pågått under året och under 2023 kommer vår e-handelsverksamhet vara optimerad för fortsatt försam tillväxt.

Koncernen avser arbeta vidare med att uppnå synergieffekter mellan de svenska och nordiska affärssegmenten i den effektiva organisation som nu är satt på plats både i de nordiska monopolmarknaderna. Kombination av organisk tillväxt inom flera segment och en fortsatt förvärvsstrategi innebär att koncernen bedöms fortsätta växa.

RISER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

Koncernens lönsamhet är känslig för valutakursförändringar i framför allt EUR/SEK och EUR/NOK, där för koncernen arbetar med valutastrategier genom terminer och andra instrument. Från och med 1 oktober 2022 tillämpar koncernen säkringsredovisning, kassalöfdesäkring, för valutaterminer ingående efter detta datum. Säkringssredovisningen avser säkring av inköp i utländsk valuta. Värdeförändring på effektiv del av valutaterminerna redovisas i övrigt totalresultat och ackumuleras i säkringsreserven i eget kapital. Belpo i säkringsreserven inkluderar såväl i resultatposten Handelsvaror. Ytterligare beskrivning av risker och osäkerhetsfaktorer framgår av not 22 samt av Riskavsnitt för verksamhetsrisker på sidan 66-67.

Rörelseresultatet i segment Norden ökade till 71 (49) MSEK. Den förvärvade verksamheten i Norge bidrog med 26 MSEK de månader 2022 där de ej har motsvarande jämförelsesiffror i 2021 då förvärvet gjordes i november 2021.

Rörelseresultatet för helåret 2022 i segment eCom uppgick till 47 (-13) MSEK, förändringen bestod till stor del av poster av engångskaraktär. Jämförelsesförändring poster 2022 är till stor del kopplade till omstruktureringen i segment eCom och inkluderar den positiva effekten från avyttringen av lagerfastigheten i Butzbach samt nedskrivningar på övervärden där logistikkoncernen i Wine Logistik samt e-handelsplattformen Vindex kommer läggas ner. Nettoeffekten på rörelseresultatet uppgick till 50 MSEK.

Rörelseresultatet i segment Övrigt uppgick till -12 (193) MSEK. Förändringen bestod till stor del av poster av engångskaraktär 2021. Till jämförelsesförändring poster 2021 räknas den ej kassalöfdespåverkande effekten från omvärdering av tidigare inbrottsbolagsandel vid förvärvet NBG 213 MSEK. Samt noteringskostnader -32 MSEK.

Nettoresultat

Nettoresultatet för helåret 2022 uppgick till 278 (465) MSEK där 2021 var starkt påverkat av poster av engångskaraktär som redogjorts under koncernens rörelseresultat för helåret 2022. Finansnettot under året uppgick till 49 (118) MSEK där koncernen hade positiva valutaeffekter.

Finansiell ställning och likviditet

Den 30 september avyttrade Viva eCom Group, Viva Wine Groups e-handelsverksamhet, en lagerfastighet i Tyskland i en sale-and-leaseback-transaktion som ett led i pågående integration av existerande och förvärvad e-handelsverksamhet i syfte att uppnå effektiviseringar och synergieffekter.

Försäljningspriset översteg tillgångens bokförda värde och hade en positiv effekt på koncernens finansiella ställning och hade en effekt på EBITA om 65 MSEK. Leasingkontraktet undersligger 12 månader och exkluderas därmed enligt det tillämplade undantaget för korttidsleasing.

Den 1 april 2022 förvärvade Viva Wine Group AB 100 procent av aktierna och röslerna i Vinklubben i Norden AB (d. Mytaste Food & Beverage AB). I och med förvärvet stärker Viva Wine Group ytterligare sin relation med svenska konsumenter och fortsätter den inslagna strategin att stärka bolagets tillväxt med strategiskt viktiga förvärv. Vinklubben i Norden AB hade en balansomslutning på 14 MSEK vid förvärvstillfället. Köpskillingen uppgick till 121 MSEK och erlades med kontanta medel. För mer information, se not 29.

Likvida medel uppgick den 31 december 2022 till 339 (331) MSEK. Därutöver lanns vid periodens utgång outnyttjade kreditlinjen om 155 MSEK. Koncernens nettoskuld, inklusive leasingsskulder enligt IFRS 16, uppgick till 491 (545) MSEK per den 31 december 2022. Nettoskuld/EBITDA, för den senaste

och synergieffekter. Försäljningspriset översteg tillgångens bokförda värde och hade en positiv effekt på koncernens finansiella ställning, mer information i not 13. Den 1 april 2022 förvärvade Viva Wine Group AB 100 procent av aktierna och röslerna i Vinklubben i Norden AB (d. Mytaste Food & Beverage AB), se mer information i not 29. I och med förvärvet stärker Viva Wine Group ytterligare sin relation med svenska konsumenter och fortsätter den inslagna strategin att stärka bolagets tillväxt med strategiskt viktiga förvärv.

Viva Wine Group utökade koncernledningen med Christian Fricke, VD Viva eCom Group, från och med den 1 april 2022.

Anna Möller rekryterades som Chief Operating Officer Nordics till Viva Wine Group 7 mars 2022. Rollen Chief Operating Officer Nordics är en ny central funktion i Viva Wine Group med ansvar för att realisera synergier mellan de svenska och nordiska affärssegmenten och utgör del av ledningsgruppen.

FINANSIELL UTVECKLING UNDER RÄKENSKAPSÅRET

Nettoomsättning

Under 2022 ökade nettoomsättningen med 14,8 procent till 3 825 (3 331) MSEK. Samtliga segment påverkades negativt av återgång i samhället efter Covidpandemin samt ett lågt konsumentbenämnt till följd av kriget i Ukraina, stigande inflation och energikris.

Nettoomsättningen i segment Sverige ökade till 2 354 (2 350) MSEK till följd av fortsatt ökad distribution av befintliga produkter samt lyckade nya produktlanseringar.

Nettoomsättningen i segment Norden ökade 2022 till 679 (426) MSEK, en ökning i huvudsak från förvärvet av NBG där 237 MSEK avser perioden 2022 där de ej har motsvarande jämförelsesiffror i 2021 då förvärvet gjordes i november 2021.

Nettoomsättningen ökade i segment eCom betydligt under året till följd av förvärvet av Vicampo. Nettoomsättningen uppgick till 775 (466) MSEK varav 371 MSEK kan härledas till Vicampo perioden 2022 där de ej har motsvarande jämförelsesiffror i 2021 då förvärvet gjordes i augusti 2021.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet 2022 minskade till 310 (521) MSEK. Rörelseresultatet i segment Sverige minskade till 204 (291) MSEK under året. Under året har den svenska verksamheten påverkats negativt av främst ofördelaktig valutakurs gentemot EUR och ökade transport- och materialkostnader. Den svaga svenska kronan slår direkt mot rörelseresultatet och rörelsemarginalen. De positiva effekterna från valutastrategier har främst redovisats i finansnettot.



MILJÖPÅVERKAN

Koncernen är medveten om sin hållbarhetspåverkan och arbetar systematiskt för att minska verksamhetens negativa effekter samt skapa affärsidningar med positiv påverkan på människor och miljö. Koncernen är övertygad om att omsorg om människor och miljö gynnar affärerna, främjar tillväxt och lönsamhet. Koncernen är även medveten om klimatförändringarnas påverkan på verksamheten och arbetar aktivt för att mildra dessa. Mer information om koncernens hållbarhetsarbete finns i årsredovisningens hållbarhetskapitel sidorna 41-63, 68-69 samt hållbarhetsnoter sidorna 130-132. Respektive bolag i koncernen innehar nödvändiga tillstånd för import och hantering av alkoholhaltiga drycker.

AKTIEN

Viva Wine Groups aktie är noterad på Nasdaq First North Premier Growth Market sedan den 14 december 2021 och 2022 var första året aktien handlades. Den slutliga betalkursen för året var 45 kronor. Viva Wine Groups börsvärde vid årets slut uppgick till 3 977 (5 284) MSEK.

Största aktieägarna 2022-12-31

NAMN	ANTAL AKTIER	KAPITAL, %	RÖSTER, %
Late Harvest Wine Holding 1971 AB	23 273 482	26,20	26,20
Vin & Vind AB	23 273 482	26,20	26,20
Legendatum Capital AB	9 380 989	10,56	10,56
Bergendahl & Son Aktiebolag	6 942 867	7,82	7,82
Svalder	4 181 370	4,71	4,71
Capital Group	4 081 633	4,59	4,59
Erik Selin	3 859 133	4,34	4,34
Ardito AB	3 149 160	3,55	3,55
Danica Pension	1 172 891	1,32	1,32
Vivima Mutual Pension Insurance Company	825 000	0,93	0,93
Totalt 10	80 139 897	90,22	90,22
Övriga	5 601 987	9,78	9,78
Totalt antal ägare	8 282		
TOTALT ANTAL AKTIER	88 831 884		

HÅLLBARHETSRAPPORT

I enlighet med ÅRL 6 kap 11 § har Viva Wine Group valt att upprätta den lagstadgade hållbarhetsrapporten som en del i årsredovisningen avskild rapport. Hållbarhetsrapporten har överlämnats till revisorn samtidigt som årsredovisningen. Hållbarhetsrapporten återfinns på sidorna 6 - 23, 41-63, 68-69 samt 130-132 i detta dokument.

ANTAL ANSTÄLLDA

Medelantalet anställda i koncernen var 333 under 2022, en ökning från 240 föregående år. Andelen kvinnor uppgick till 50 procent och 50 procent män (54 procent kvinnor och 46 procent män).

ERSÄTTNINGSPOLICY FÖR LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Styrelsens föreslagna ersättningspolicy för ledande befattningshavare, som ska presenteras på den ordinarie bolagsstämman 2023 för godkännande, överensstämmer med den policy som godkändes av den ordinarie bolagsstämman den 20 maj 2022. Information om den nuvarande ersättningspolicyn för ledande befattningshavare, som är godkänd av ordinarie bolagsstämma, finns i not 7 och i bolagsstyrningsrapporten på sidorna 74-79.

FLERÅRSÖVERSIKT

KONCERNEN (MSEK)	2022	2021	2020	2019
Nettomsättning	3 825	3 331	2 865	2 335
Resultat efter finansiella poster	359	539	276	169
Rörslämrarginal, %	8,1	15,6	9,9	6,7
Balansomräkning	3 906	3 813	1 426	1 206
Soliditet, %	47,7	65,5	28,3	20,3
Medelantalet anställda	333	240	130	118
MODERBOLAGET (MSEK)	2022	2021	2020	2019
Resultat efter finansiella poster	170	-24	178	169
Balansomräkning	2 599	2 592	520	379
Soliditet, %	67,1	66,0	63,0	44,6
Medelantalet anställda	2	1	0	0

FÖRSLAG TILL VINSDISPOSITION

Till årsstämmans förfogande står följande vinstdisposition:

Balanserat resultat	207 636 425
Överkursfond	1 376 033 917
Årets resultat	160 596 130
1 744 265 472	

Styrelsen föreslår att vinstdispositionerna ska se ut:

Till aktieägare utdelas (1,55 kronor per aktie)	137 689 420
Inryllning överföres	1 606 576 051
1 744 265 472	

Som avslutningsdag för rätt till utdelning föreslås fredagen 19 maj 2023, utbetalning beräknas ske onsdagen 24 maj 2023.

Styrelsen har föreslagit att årsstämman 2023 beslutar om vinstdisposition innebärande att till aktieägarna utdela 1,55 kr per aktie. Förelaggen utdelning uppgår till 1 38 MSEK. Styrelsen anser att den föreslagna utdelningen enligt 18 kap 4 § aktiebolagslagen är försvarlig. Koncernens eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare per den 31 december 2022 var 1 770 MSEK och frit eget kapital i moderbolaget var 1 744 MSEK. Med hänvisning till ovanstående samt vad som övrigt kommit till styrelsens kännedom är det styrelsens bedömning att den föreslagna utdelningen är försvarlig med hänvisning till de krav som verksamhetens art, omfattning och risker ställer på storleken av bolagets och koncernens eget kapital liksom på bolagets och koncernens konsolideringsnivå, likviditet och ställning i övrigt.

Koncernens rapport över resultatet

BELOPP I MSEK	NOT	2022	2021
RÖRSELSENS INTÄKTER			
Nettomsättning	3,4	3 825	3 331
Övriga rörelseintäkter	5	81	8
Summa intäkter		3 905	3 339
RÖRSELSENS KOSTNADER			
Handelsvaror		-2 945	-2 543
Övriga externa kostnader	6	-271	-261
Perssonalkostnader	7	-243	-185
Av- och nedskrivningar på immateriella och materiella anläggningstillgångar	12,13	-143	-59
Resultat från andelar i intresseföretag och joint ventures	15	8	233
Övriga rörelsekostnader		-0	-3
Rörelseresultat		310	521
RESULTAT FRÅN FINANSIELLA POSTER			
Finansiella intäkter	8	128	40
Finansiella kostnader	9	-79	-22
Resultat efter finansiella poster		359	539
ÅRETS RESULTAT			
Skatt	10	-81	-74
Årets resultat		278	465
Årets resultat hänförligt till			
Moderbolagets aktieägare		254	414
Innehav utan bestämmande inflytande		24	51
Resultat per aktie			
Resultat per aktieaktie före utspädning (SEK)	11	2,86	6,63
Resultat per aktieaktie efter utspädning (SEK)	11	2,86	6,63

Koncernens rapport över totalresultat

BELOPP I MSEK	NOT	2022	2021
Årets resultat		278	465
ÖVRIGT TOTALRESULTAT			
Poster som kommer att omklassificeras till resultatet (efter skatt)			
Omräkningsdifferens		22	7
Kassalödesäkring, netto av skatt		6	-
Summa övrigt totalresultat för året, efter skatt		28	7
Årets totalresultat, efter skatt		305	472
Årets totalresultat hänförligt till			
Moderbolagets aktieägare		264	420
Innehav utan bestämmande inflytande		41	5



Koncernens rapport over finansiell stilling

BELOPP I MSEK	NOT	2022-12-31	2021-12-31
ANLÆGGSINNSTILLINGAR			
Goodwill	12	951	821
Øvrige immaterielle tillegningar	12	1186	1170
Materielle anleggsmiddel	13	10	50
Nettjender tillegningar	14	53	57
Andre i investeringar og joint venture	15,16	61	54
Uppskjuten skatteskuld	10	8	11
Andre langfristige verdipapirer/messing	16	3	0
Andre langfristige fordringar	16	19	19
Summa anleggsmiddel		2290	2183
OMSÄTTNINGSTILLINGAR			
Varelager	17	535	477
Kundefordringar	16	670	730
Fordringar hos interesserte	16	5	12
Aktuelle skatteskuld	0	0	2
Øvrige fordringar	16	21	20
Derivatinstrument	16	8	10
Føretakets kostnader og oppgjør i innlei	18	37	46
Likvide midler	19	339	331
Summa omsättningsmiddel		1616	1630
SUMMA TILLINGAR		3905	3813
EBET KAPITAL OCH SKULDER			
EBET KAPITAL			
Aktiekapital	22	1	1
Øvrigt tillegget kapital		1376	1376
Reserver		11	4
Balanserte vinster med inkludert årsresultat		382	281
Summa eget kapital		1770	1662
Innehav utan bestämmande inflytande		95	75
Summa eget kapital		1865	1736
LÅNGFRISTIGA SKULDER			
Skulder til kredittinstitutt	22	689	732
Leasingavskulder	14	37	41
Uppskjuten skatteskuld	10	310	309
Øvrige langfristige avsetninger	23	19	10
Øvrige langfristige skulder	22	3	0
Summa langfristige skulder		1056	1092
KORTFRISTIGA SKULDER			
Skulder til kredittinstitutt	22	89	86
Leverantørskulder	22	427	443
Forsatt frin kunder	22	3	6
Skulder til interesserte	22	44	23
Aktuelle skatteskulder	33	33	29
Leasingavskulder	14	16	17
Derivatinstrument	16,22	1	1
Kortfristige avsetninger	23	3	5
Øvrige kortfristige skulder	24	318	333
Uppgjørskostnader og forutbetalte inntekter	25	50	41
Summa kortfristige skulder		984	985
SUMMA EBET KAPITAL OCH SKULDER		3905	3813

Koncernens rapport over förändringar i eget kapital

BELOPP I MSEK	Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktägare							Summa eget kapital
	NOT 21	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Säkrings-reserv	Områknings-reserv	Balanserade vinster inkl. Årets resultat	Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktägare	
INGÅENDE EBET KAPITAL 2021-01-01								
Årets resultat	0	0	0	0	-3	341	338	66
Årets övrigt totalresultat	0	0	0	0	0	414	414	51
Årets totalresultat	0	0	0	0	6	6	6	7
INGÅENDE EBET KAPITAL 2022-01-01								
Transaktioner med koncernens ägare								
Nyemission eller avdrag för transaktionskostnader och skatt *	0	1 376	0	0	0	0	1 374	0
Fondemission	0	0	2	0	0	0	2	0
Emission av teknisk kapital	0	0	0	0	0	0	0	0
Innehav utan bestämmande inflytande	0	0	0	0	0	0	0	0
Dotterförvärf	0	0	0	0	0	-442	-442	-45
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande	0	0	0	0	0	-31	-31	-52
Utdelning	0	0	0	0	0	-473	-473	-43
Summa	1	1 376	0	0	0	0	903	860
UTGÅENDE EBET KAPITAL 2021-12-31								
Årets resultat	1	1 376	0	0	4	281	1 662	76
Årets övrigt totalresultat	1	1 376	0	0	4	281	1 662	76
Årets totalresultat	0	0	0	0	0	254	254	26
Överföring av kassafärdssäkrings-reserv till varulager samt skatt återförd till resultatet	0	0	0	6	4	0	10	17
Transaktioner med koncernens ägare	0	0	0	0	0	254	254	41
Transaktioner med innehav utan bestämmande inflytande	0	0	0	0	0	-133	-133	-22
Utdelning	0	0	0	0	0	-153	-153	-21
Summa	0	0	0	0	0	0	0	0
UTGÅENDE EBET KAPITAL 2022-12-31								
Årets resultat	1	1 376	0	4	8	382	1 770	95

1) Nyemission med emissionskostnader om -48 MSEK samt skatteeffekt på emissionskostnader om 10 MSEK.

* I nyemission ingår emissionskostnader om -48 MSEK samt skatteeffekt på emissionskostnaderna om 10 MSEK.



Koncernens rapport over kassafløden

BELOPP I MSEK	NOT	2022	2021
DEN LØPANDE VERKSAMHETEN			
Resultat etter finansielle poster		359	539
Justering for poster som ikke inngår i kassaflødet	26	107	-180
Utdeling fra inntessedelag		2	10
Betalt skatt		-106	-73
Kassafløde fra den løpende virksomheten før endringer av førtsekapital		362	297
Kassafløde fra endringer av førtsekapital			
Förändring av varulager		-63	23
Förändring av rörelsefordringar		54	-55
Förändring av rörelsefordringar		-67	-106
Kassafløde fra den løpende virksomheten		286	158
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Rörelseforvärv	29	-119	-1 217
Avyttring av datterforetak	29	9	-
Förvärfv av immateriella tilgångar		-1	-105
Förvärfv av materiella anleggsmidler		-4	-4
Avyttringar av materiella anleggsmidler		111	-
Innsen akter, utløp minoritet		-	-265
Förändring av øvrige finansielle anleggsmidler		-0	1
Kassafløde fra investeringsvirksomheten		-5	-1 589
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Nyemission*	21	-	1 152
Innbetaling av teckningspioner		-	2
Utbetald utdeling til moderbolagets eiere		-133	-31
Utbetald utdeling til i medhold av bestemmelse utlyende		-21	-52
Transaktioner med i medhold av bestemmelse utlyende		-1	-
Förändring av checkrånngårdsrett		-1	-60
Uptagne lån		0	1 570
Amortering av skuld		-105	-854
Amortering av leasingplid		-18	-13
Kassafløde fra finansieringsvirksomheten		-281	1 714
ÅRETS KASSAFLØDE		1	283
Likvida medel ved årets början		331	42
Valutakursdifferens i likvida medel		7	6
Likvida medel ved årets slut		339	331

Kassaflødespåvirkende renter inkludert i den løpende virksomheten

Erholdne renter

Betaltidat renter

* I nyemission inngår emisjonskostnader om 48 MSEK.

Moderbolagets resultatutråkning

BELOPP I MSEK	NOT	2022-01-01 -2022-12-31	2021-01-01 -2021-12-31
RÖRELSENSINTÄKTER			
Övriga rörelsenintäkter		7	5
Summa intäkter		7	5
Övriga externa kostnader	6	-18	-39
Personalkostnader	7	-7	-4
Rörelseresultat		-19	-38
Resultat från andelar i koncernföretag	20	169	-
Resultat från andelar i intressaföretag	15	1	7
Ränterintäkter och liknande resultatposter	8	135	22
Räntekostnader och liknande resultatposter	9	-117	-14
Resultat efter finansiella poster		170	-24
Bokslutstillposter	10, 28	-6	79
Resultat före skatt		164	55
Skatt på årets resultat	10	-4	-10
ÅRETS RESULTAT		161	124

Moderbolagets rapport över totalresultat

BELOPP I MSEK	NOT	2022	2021
Årets resultat		161	124
Övrigt totalresultat		-	-
Årets totalresultat		161	124



Moderbolagets balansräkning

BELOPP I MSEK	NOT	2022-12-31	2021-12-31
TILLEGNGAR			
Finansielle anleggningstilganger			
Andelar i konsernføretag	15	986	866
Andelar i investisjonsføretag	20	0	0
Andelar i øvrige innbøv		3	—
Summa finansielle anleggningstilganger		989	866
Summa anleggningstilganger			
		989	866
Omsættningstilganger			
Ferdigheter hos konsernføretag	28	1 364	1 491
Øvrige ferdigheter		1	3
Ferdigstillede kostnader og oppgjørsmidler		1	0
Kassa og bank	19	245	232
Summa omsættningstilganger		1 610	1 725
SUMMA TILLEGNGAR		2 599	2 592
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital	21	1	1
Bundet eget kapital		1	1
Overkursfond		1 376	1 376
Balansert dividend		208	296
Årets resultat		161	65
PRIE eget kapital		1 744	1 737
Summa eget kapital		1 745	1 738
Ørskattede reserver			
Periodiseringsreserver	10	6	—
Summa ørskattede reserver		6	—
Långfristige skulder			
Uppgjøring fra kredittinstitutt	22	689	713
Summa långfristige skulder		689	713
Kortfristige skulder			
Leverantørskulder		1	11
Skulder til konsernføretag	28	67	69
Uppgjøring fra kredittinstitutt	22	87	80
Øvrige kortfristige skulder		4	1
Uppgjørsmidler og forutbetalte inntekter		1	1
Summa kortfristige skulder		160	161
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		2 599	2 592

Moderbolagets rapport over forandringer i eget kapital

BELOPP I MSEK	Bundet eget kapital		Balanserte midler i likviditet	
	NOT	Aktiekapital	Overkursfond	Årets resultat
INGÅENDE EGET KAPITAL 2021-01-01	21	0	—	327
Årets resultat		—	—	45
Årets totalresultat		—	—	45
Transaksjoner med moderbolagets eiere				
Notasjon etter vedtak for transaksjonskostnader og skatt *		0	1 374	—
Fondemisjon		0	—	—
Emissjon av tekningspioner		—	2	2
Lånmud utdeling		—	—	—
Summa		1	1 376	—
Utgående eget kapital 2021-12-31		1	1 376	341
INGÅENDE EGET KAPITAL 2022-01-01		1	1 376	341
Årets resultat		—	—	161
Årets totalresultat		—	—	161
Transaksjoner med moderbolagets eiere				
Lånmud utdeling		—	—	—
Teckningspioner		—	—	—
Summa		—	—	—
Utgående eget kapital 2022-12-31		1	1 376	368

* 1 nyemisjon ingår emissionskostnader om 48 MSEK samt skattefordel på emissionskostnaderna om 10 MSEK.

[illegible]

Not 2 Väsentliga uppskattningar och bedömningar

Det er vigtigt at vide, at de finansielle rapporter må ikke foretages i bedrøvelsen af, at styrelsen går i stå. De finansielle rapporter er ikke blot et økonomisk svar på, hvordan virksomheden har udviklet sig, men også et svar på, hvordan virksomheden har udviklet sig i forhold til sine værdier og sine mål. Derfor er det vigtigt at vide, at de finansielle rapporter må ikke foretages i bedrøvelsen af, at styrelsen går i stå. De finansielle rapporter er ikke blot et økonomisk svar på, hvordan virksomheden har udviklet sig, men også et svar på, hvordan virksomheden har udviklet sig i forhold til sine værdier og sine mål.

Medskrivningsprövning av goodwill

eraktiveringingsövning av goodwill, värderas de kassagenera-
torer som bestämt om värdet på goodwill minskat, värderas de kassagene-
ratorer som bestämt att goodwill fortfarande, det vill säga respektive
egentliga, värket ska genom en diskontering av enhetens kassagenera-
torer, vilket sker genom en diskontering av enhetens kassagenera-
torer, vilken meningens av denna metod för tillägg till Vins Wine Group på ett antal
faktorer, inklusive uppnådda resultat, affärslägen, ekonomiska prognoser
och marknadsdata. Förändringar av förutslagnar för dessa anslagen
och uppskattningar skulle kunna ha en väsentlig effekt på värdet på
goodwill.

Optioner

Koncernen har förvärvat en del av minoritetens andel i koncernföretag, minoritetsägarna har samtidigt en option som ger rätt att sälja resterande innehav av aktierna i koncernbolaget till Yvva Wine Group.

Enligt miljöminister Magnus Jakobsson är det inte bara utsläppen av koldioxid som är ett problem för klimatet. Enligt honom kan även andra faktorer påverka klimatet, till exempel metan och ozon.

Förvärvsanalyser

Enligt föräldrar på dotterföräldring sker en förvänsanalys varvid det verkliga värdet på föränsdagen av förärvade identifieras tillgängligt samt tvåtagna skulder och eventuellt politiskt redovisas. Förvänsanalyser grundas på väsentliga uppskattningar och bedömningar på framtida förändringar. Faktiska värden kan följaktligen komma att skilja sig från de som anges i förvänsanalysen.

Uppskjutna skatter

Vid upprättandet av de finansiella rapporterna gör bolaget en beräkning av inkomstskatten för varje skatteunderskott. Det bolaget är verksam i samt, liksom av uppskjutna skatter hänförliga till temporära skillnader. Uppskjutna skattefordringar som huvudsaken är hänförliga till under skattens värdag och temporära skillnader redovisas om skattefordringarna kan förväntas återvinnas genom framtida beskattningbara inkomster. Ytterligare information om skatter återfinns mot 10.

Not3 Rörelsesegment

Koncernen har, för redovisning och uppföljning, delat upp sin verksamhet i fyra segment. Segmenten utgörs av Sverige, Norden (exklusive Sverige), Europa och Övrigt. Indelningen baseras på geografisk hemvist samt inlästskunder. Segmentredovisningen bygger på den struktur som ledningen följer. Transaktioner mellan segmenten görs enligt samma villkor som till externa kunder.

2022-01-01 - 2022-12-31	Sverige	Norden	eCom	Övrigt	Summa segment	Elimineringar	Koncernens totalt
Nettomsättning, extern	2 350	679	775	21	3 825	—	3 825
Nettomsättning, koncernintern	3	0	—	3	6	-6	—
Övriga rörelseintäkter	6	3	74	53	136	-55	81
Summa intäkter	2 360	682	849	77	3 967	-62	3 905
Rörelseens kostnader							
Handelsvaror	-1 938	-541	-465	-10	-2 954	9	-2 945
Övriga externa kostnader	-19	-115	-115	-32	-324	53	-271
Personalkostnader	-52	-25	-125	-40	-243	—	-243
Av- och nedskrivningar på immateriella och materiella tillgångar	-8	-25	-97	-14	-143	—	-143
Resultat från andelar i intresseföretag och joint ventures	—	—	—	8	8	—	8
Övriga rörelsekostnader	-0	—	-0	—	-0	—	-0
Rörelseresultat	204	71	47	-12	310	—	310
Övriga uppvisningar							
Goodwill	76	262	633	—	951	—	951
Investeringar	2	—	4	—	5	—	5
Summa tillgångar	524	592	1 533	2 640	5 310	-1 404	3 905
Summa skulder	652	327	1 581	885	3 445	-1 404	2 041
2021-01-01 - 2021-12-31							
Nettomsättning, extern	2 348	426	486	72	3 331	—	3 331
Nettomsättning, koncernintern	2	—	—	4	4	-4	—
Övriga rörelseintäkter	4	1	3	56	64	-57	8
Summa intäkter	2 354	427	489	129	3 400	-61	3 339

	Sverige	Norden	eCom	Övrigt	segment	Eliminerar	totala
Nettomsättning, externa	2 368	426	486	72	3 331	—	3 331
Nettomomsättning, konsumenterna	2	—	1	4	—	-4	—
Övriga försäljningsinför	2 354	427	489	56	3 400	-57	3 339
Summa intäkter	2 354	427	489	129	3 400	-61	3 339
Rörelsets kostnader							
Handelsvaror	-1 038	-346	-312	-53	-2 549	6	-2 543
Övriga externa kostnader	-175	-13	-70	-59	-316	55	-261
Personalkostnader	-48	-12	-81	-43	-185	—	-185
Var- och nedskrivningar på immateriella och materiella anläggningstillgångar	-2	-6	-38	-13	-59	—	-59
Resultat från andelar i intresserade företag och joint ventures	—	—	—	233	233	—	233
Övriga försäljningskostnader	-0	—	-3	0	-3	—	-3
Röreleresultat	291	49	-13	193	521	—	521
Övriga upplysningar							
Säddavill	1	234	586	—	821	—	821
Investeringar	—	0	5	103	109	—	109
Summa tillgångar	563	515	1 554	2 660	5 293	-1 480	3 813
Summa skulder	735	281	1 618	921	3 556	-1 480	2 077

Alvo Wine Group har tre kunder som står för mer än 10 procent av omsättningen: Systembolaget i Sverige och dess motsvarigheter i Finland, Alvo och Norge. De sammanlagda intäkterna från Systembolaget uppgår till 2 269 (2 250) MSEK och redovisas som en del av segment Nord.



Not3 Rörelsesegment (forts.)

Uppgifter per land där koncernen har verksamhet		Intäkter från externa kunder		Anläggningstillgångar	
Sverige		2 343		340	
Finland		374		11	
Tyskland		619		1 417	
Norge		304		525	
Övriga länder		186		0	
Totalt		3 825		2 293	

De externa intäkterna är baserade på var kundens är lokaliserade och de redovisade värdena på anläggningstillgångarna är baserade på var tillgångarna är lokaliserade.

Not 4 Intäkter från avtal med kunder

Koncernen		2022-01-01 - 2021-12-31		2022-01-01 - 2021-12-31	
Arvisskulder		2022-12-31		2021-12-31	
Ingående balans		6		9	
Väsentliga förändringar i arvisskulder		1		-3	
härifrån till ordinarie försäljning		-4		-	
Avyttringar		0		1	
Värdtommingsaffekt		0		1	
Utgående balans		3		6	

Redovisade intäkter under året som återfanns i arvisskuden per 1 januari

Arvisskuld avser försäktbelopp från kunder för vilka prestationer redovisats som inkomster i prestationsräkningen. Arvisskuden redovisas som inkomster i prestationsräkningen om de har uppfyllts. För arvisskulder per 31 december ovan uppskattas att prestationsräkningen motsvarande 100% uppfylls under det första kvartalet 2023. Samtliga intäkter från avtal med kunder redovisas vid en tidpunkt.

Not 5 Övriga rörelseintäkter

Koncernen		2022-01-01 - 2021-12-31		2022-01-01 - 2021-12-31	
Kommissionsintäkter		2022-12-31		2021-12-31	
Reavinst från försäljning av materiella och immateriella tillgångar		2		2	
Värdtommingsaffekt		70		-	
Övrigt		8		5	
Summa		81		8	

Not 6 Övriga externa kostnader

Koncernen		2022-01-01 - 2021-12-31		2022-01-01 - 2021-12-31	
Lokal kostnader		2022-12-31		2021-12-31	
Förbrukningsinventarier och material		-7		-9	
Övriga försäljningskostnader		-10		-5	
Frakter och transporter		-1		-1	
Resekostnader		-7		-3	
Reklam och PR		-174		-141	
Kontorsmaterial		-3		-3	
Övriga externa kostnader		-57		-79	
Inkl. konsultkostnader		-3		-5	
Övrigt		-271		-261	
Summa		-271		-261	

Övriga externa kostnader inkl. konsultkostnader

Övrigt

Summa

Koncernen		2022-01-01 - 2021-12-31		2022-01-01 - 2021-12-31	
Enst & Young AB		2022-12-31		2021-12-31	
Revisionsuppdraget		-2		-2	
Annan revisionsverksamhet		-1		-7	
Skatterådgivning		-0		-0	
Summa		-3		-9	

Övriga revisorer

Redt & Partner

Dödlitte

Summa

Koncernen		2022-01-01 - 2021-12-31		2022-01-01 - 2021-12-31	
Enst & Young AB		2022-12-31		2021-12-31	
Revisionsuppdraget		-1		-0	
Annan revisionsverksamhet		-		-7	
Summa		-1		-7	

Med revisionsuppdrag avses revisionsarbete för den lagstadgade revisionen och med revisionsverksamhet olika typer av kvalitetskontroll, skattekonsult, skattekonsult, skattekonsult, skattekonsult eller skattekonsult.

Not 7 Anställda och personalkostnader

Koncernen		2022-01-01 - 2022-12-31		2021-01-01 - 2021-12-31	
Medelantal anställda		Medelantal anställda		Medelantal anställda	
Modertbolaget		2		1	
Dotterföretag i:		45		0	
Sverige		89		76	
Finland		16		13	
Tyskland		206		130	
Norge		12		2	
Kina		8		18	
Totalt koncernen		333		240	

Könsfördelning, styrelse och ledande befattningshavare		2022-01-01 - 2022-12-31		2021-01-01 - 2021-12-31	
Styrelse och övriga ledande befattningshavare		Medelantal anställda		Medelantal anställda	
Styrelse och övriga ledande befattningshavare		12		9	
Summa		12		9	

Personalkostnader		2022-01-01 - 2022-12-31		2021-01-01 - 2021-12-31	
Lön och andra ersättningar		Medelantal anställda		Medelantal anställda	
Lön och andra ersättningar		33		33	
Sociala avgifter		67		67	
Sociala avgifter		181		138	
Pensionskostnader		-40		-32	
Pensionskostnader		-9		-7	
Övriga personalkostnader		-13		-8	
Summa		-243		-185	

Modertbolaget		2022-01-01 - 2022-12-31		2021-01-01 - 2021-12-31	
Personalkostnader		Medelantal anställda		Medelantal anställda	
Lön och andra ersättningar		3		3	
Sociala avgifter		67		67	
Sociala avgifter		1		1	
Pensionskostnader		-0		-0	
Pensionskostnader		-3		-1	
Övriga personalkostnader		-7		-4	
Summa		-7		-4	

Koncernen		2022-12-31		2022-12-31	
Ersättning till styrelse och ledande befattningshavare		Lön		Styrelsearvode	
Styrelsen ordförande, Anders Möberg		-		-1	
Styrelseledamot, John Wistedt (ingår i ledande befattningshavare)		-1		-0	
Styrelseledamot, Helen Fasth Gillstedt		-		-0	
Styrelseledamot, Anne Thorsweth Sjoberg		-		-0	
Styrelseledamot, Mikael Åru		-		-0	
Styrelseledamot, Lina Ljungqvist		-		-0	
VD, Emi Salinas		-2		-2	
Övriga ledande befattningshavare, 5 pers		-7		-0	
Summa		-10		-1	

Koncernen		2022-12-31		2022-12-31	
Ersättning till styrelse och ledande befattningshavare		Lön		Styrelsearvode	
Styrelsen ordförande, Anders Möberg		-		-0	
Styrelseledamot, John Wistedt (ingår i ledande befattningshavare)		-1		-0	
Styrelseledamot, Helen Fasth Gillstedt		-		-0	
Styrelseledamot, Anne Thorsweth Sjoberg		-		-0	
Styrelseledamot, Mikael Åru		-		-0	
Styrelseledamot, Lina Ljungqvist		-		-0	
VD, Emi Salinas		-2		-2	
Övriga ledande befattningshavare, 3 pers		-6		-0	
Summa		-9		-1	

Not 8 Finansiella intäkter

Pension och andra förmåner

Pensionerna ska vara premiebestämd och uppgå till högst 30 procent av den fasta årslönen. Pensionsålder är generellt 67 år. Andra förmåner kan omfatta sjukvårdsförsäkring, förmånsbil och friskvårdsbidrag.

Beredning och beslutsprocesser

Summa redovisat resultatet	1	28
Tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde:		
Pantenslåtar övriga finansiella tillgångar	3	1
Summa änteslåtar enligt effektiviseringsmetod	3	1
Övriga finansiella inaktier:		
Valutakursvinster	123	11
Övriga finansiella poster	1	-

Följande riktlinjer för ersättning till anställda i Bolaget är

implementeringen och tillämpningen av riktlinjerna. Styrelsen ska vidare förbereda en ersättningsrapport.

Definition

Styrelsen har rätt att besluta om att emottaga frångående inkomster, helt eller delvis, om det finns särskilda anledningar i enskilda fall där en sådan avvikelse är nödvändig för att tillgodose Bagatels långsiktiga intressen.

Ansvar för ersättningskommittén omfattar att förbereda inför styrelsebeslut om reglering, inklusive avvikelse från riktlinjerna. För ansättningen av styrelsen regleras av annan lag än svensk för tillämpningsanpassningar avseende pensionsförmåner och andra förmåner för eller levdad av tillämpningslagstiftning och lokal praxis, varav de övergripande syften med riktlinjerna tillämpades; såsom tillgången till mobila resurser.

Rörög ersättning

Fluktinjererna har inte förtträdde framför tvingande lagstiftning eller kollektivt avtal tillämpa på anställningsvillkoren och tillämpas heller inte på redan ingångna avtal.

Förmåner till VD och övriga ledande befattningshavare om anställnings-

Summa övriga finansiella intäkter	108
Summa ränteintäkter och liknande resultatposter	22

Övriga beräkningsgrunder är en saktning ådrag av taxa och, per aktie och förmåner. Övriga ledande befäktningshavare som inte är större aktieägare

Not 9 Finansiella kostnader

	2022-01-01 – 2022-12-31	2021-01-01 – 2021-12-31
Koncernen		
Tillgångar och skulder värderade till verkligt värde via resultatet:		
Värdeförändringar valutaderivat	-9	-
Summa reducerat resultat	0	0

Räntekostnader skulder till kreditinstitut	-17	-13
Räntekostnader övriga finansiella skulder	-1	-2
Summa räntekostnader enligt effektivräntemetod	-17	-15

Summa finansjella intäkter	128	40
----------------------------	-----	----

Räntekostnader leasingsskuld	-
Övriga finansiella poster	-2
Summa övriga finansiella kostnader	-53

www.merck.com/medwatch

	2022-01-01 - 2022-12-31	2021-01-01 - 2021-12-31
Moderbolaget		
Tillgångar och skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde:		
Dislokater och skulder till kreditinstitut	-17	-17

Division of Social Sciences

Summa ränte kostnader och liknande resultatposter	-17	-12
---	-----	-----

Summa räntelätäkter och liknande

-	Nedskrivning av koncerninterna lån	-28
-2	Upplysningsavgifter för upptagna lån	-2
-2	Summa övriga finansiella kostnader	-100
	Summa räntebeträdda och illiknande	



Not 10 Skatt

Koncernen	2022-01-01	2021-01-01
Aktuelt skatt	-2022-12-31	-2021-12-31
Aktuelt skatt på årets resultat	-110	-51
Summa aktuelt skatt	-110	-51
Uppsjetten skatt		
Uppsjetten skatt avsettende temporære skilnader	29	-24
Summa uppsjetten skatt	29	-24
Redovisad skatt i resultatrækningen	-81	-74
Avtæmming av effektiv skattesats		
Resultatfôre skatt	2022-01-01	2021-01-01
	-2022-12-31	-2021-12-31
Skatt enligt gællande skattesats fôr moderbolaget (20,6 %)	359	539
Skatteeffekt av:	-74	-111
Ej adræggelige kostnader	-8	-9
Ej skattepliktiga inntækt	6	5
Ej adræggelig skattepliktigt resultat frân inntættsefreløst	1	48
Effekt av utlândska skattesatser	7	3
Utryffande av tidigare aktiverte underskottsdræg	2	0
Ôndring av underskottsdræg den nettsværende aktivering av uppsjetten skattefordran	-11	-10
Temporære skilnader avsettende leasing	0	-0
Ôvrigt	-4	-0
Redovisad skatt	-81	-74
Effektiv skattesats	22,5%	13,8 %
Moderbolaget		
Aktuelt skatt	2022-01-01	2021-01-01
	-2022-12-31	-2021-12-31
Aktuelt skatt på årets resultat	-4	-10
Summa aktuelt skatt	-4	-10
Redovisad skatt i resultatrækningen	-4	-10
Avtæmming av effektiv skattesats		
Resultatfôre skatt*	2022-01-01	2021-01-01
	-2022-12-31	-2021-12-31
Skatt enligt gællande skattesats fôr moderbolaget (20,6 %)	144	55
Skatteeffekt av:	-34	-11
Ej skattepliktiga inntækt	36	1
Ej adræggelige kostnader	-6	-
Ôndring av underskottsdræg den nettsværende aktivering av uppsjetten skatt	-	-
Redovisad skatt	-4	-10
Effektiv skattesats	-2%	-18 %

*Posten påføres av bokslutspostioner om -6 (0) MSEK som består utar periodiseringsfond. Skatteeffekter på emissionskostnader under 2021 har bokst direkte over eget kapital om 10 MSEK.

Not 10 Skatt (forts)

Koncernen					
Uppsjetten skattefordran					
Inngæende redovisat værd 2022-01-01	1	10	11	Summa	11
Redovisat:					
Resultatet	-	-4	1	-3	
Valutavæskingseffekt	-0	1	-0	-0	
Utgæende redovisat værd 2022-12-31	1	7	1	8	
Uppsjetten skattefordran					
Inngæende redovisat værd 2021-01-01	1	10	17	Summa	17
Redovisat:					
Resultatet	0	-22	-6	-28	
Tilkommet gjennom fôrskelsværv	-	22	-	22	
Valutavæskingseffekt	-	-	-	-	
Utgæende redovisat værd 2021-12-31	1	10	-	11	
Uppsjetten skatteskuId					
Inngæende redovisat værd 2022-01-01		Immaterielle uttgænger	303	Summa	309
Redovisat:					
Resultatet	-29	-4*	-33		
Utgæende redovisat værd 2022-12-31	11	1	1		
Tilkommet gjennom fôrskelsværv	22	-	22		
Valutavæskingseffekt	-	-	-		
Utgæende redovisat værd 2022-12-31	306	3	309		
Uppsjetten skatteskuId					
Inngæende redovisat værd 2021-01-01		Immaterielle uttgænger	12	Summa	12
Redovisat:					
Resultatet	-10	-4	-4		
Tilkommet gjennom fôrskelsværv	326	-	326		
Valutavæskingseffekt	-25	-	-25		
Utgæende redovisat værd 2021-12-31	303	6	309		

*1 posten ingår uppsjetten skatt på beskattede reserver. Det finns skattemæssige underskottsdræg fôr vilka uppsjetten skattefordran mætt med skatt balansrækningen oppgætt 11.250 (117) MSEK mot 11.250 (117) MSEK i regnskapsåret 2021. 1 MSEK mot 1 MSEK og bvr har ingen tidbegrensning.

Uppsjetten skattefordran har ikke redovisat fôr dessa poster, dâ det ikke er gællende skattefordran som skatteeffekten av utvæking mot fôrânde beskattede skattefordran.



Not 11 Resultat per aksje

Resultat per aksje før utspåning		2022-01-01 -2021-12-31	2021-01-01 -2021-12-31
Årets resultat håndtert til moderbolagets saktegjøre (MSEK)		254	414
Gjennomsnittlig antall ordinære utestående aksjer (tusental)		88 832	62 403
Resultat per aksje før utspåning (SEK)		2,86	6,63
Viktig gjennomsnittlig antall stemaktiver før utspåning		2022-01-01 -2021-12-31	2021-01-01 -2021-12-31
Antall aksjer ved årets inngang (tusental)		88 832	60 000*
Antall aksjer ved årets slutt (tusental)		88 832	62 403
Viktig gjennomsnittlig antall aksjer (tusental)		88 832	62 403

*Med anledning av akkordspillet 1.12 som gjennomførtes den 25. november 2021 justeres antallet aksjer, som om handelen inntreffer i løpet av den tidligste period som redovises.

Not 12 Immaterielle tilgjenginger

Koncernen	Programvarer inkl. IT-plattform	Kund- relasjoner	Produsent- relasjoner	Varumærker	Balanserte utg. for utveksling	Sa imm tilgjengelig exkl. Goodwill	
Anskaffingsværdi	Goodwill						
Per 1 januar 2022	821	77	300	305	548	4 1234	
Årets anskaffninger	–	1	–	–	–	–	
Årets nedskrivninger	75	–	43	–	17	38 98	
Returselvbetalinger	–	2	–	–	–	–	
Omklassifiseringer	59	7	26	9	39	1 82	
Omleknings-effekt	–	–	–	–	–	–	
Per 31 desember 2022	955	87	369	314	603	41 1415	
Åvskrivninger							
Per 1 januar 2022	–	–19	–25	–5	–14	–2 –64	
Årets avskrivninger	–	–24	–37	–21	–21	–3 –105	
Omklassifiseringer	–	–	–	–	–7	–30 –37	
Omleknings-effekt	–	–3	–4	–	–1	–8 –2	
Per 31 desember 2022	–	–45	–66	–26	–42	–35 –214	
Nedskrivninger							
Per 1 januar 2022	–	–	–	–	–	–	
Årets nedskrivninger	–4	–2	–6	–	–4	– –13	
Omleknings-effekt	–	–	–1	–	–	– –2	
Per 31 desember 2022	–4	–2	–7	–	–5	– –15	
Utgående redovisningsværdi per 31 desember 2022							
951	40	295	289	556	6	1186	
Anskaffingsværdi	Goodwill	Programvarer inkl. IT-plattform	Kund- relasjoner	Produsent- relasjoner	Varumærker	Balanserte utg. for utveksling	Sa imm tilgjengelig exkl. Goodwill
Per 1 januar 2021	19	9	32	11	16	3	71
Årets anskaffninger	–	–	–	–	–	2	105
Årets nedskrivninger	798	67	267	291	426	–	1052
Returselvbetalinger	–	0	2	3	2	–1	6
Per 31 desember 2021	821	77	300	305	548	4	1234
Åvskrivninger							
Per 1 januar 2021	–	–9	–7	–1	–2	–2	–20
Årets avskrivninger	–	–9	–18	–4	–12	–	–43
Omleknings-effekt	–	–0	–0	–0	–0	–	–1
Per 31 desember 2021	–	–19	–25	–5	–14	–2	–64
Utgående redovisningsværdi per 31 desember 2021							
821	58	275	301	534	2	1170	



Not 13 Materiella anleggningstillgångar

Koncernen	Bygninger og mark	Inventar, verktyg og installasjoner	Nedlagde utgå på annons fastliget	Bil	Sa materiella anleggningstillgångar
Anskaffingsvårde per 1 januar 2022	40	13	3	2	58
Årets anskaffninger	1	3	—	4	4
Førsligninger og utangninger	-43	-0	-2	-1	-47
Omkræftninger	2	2	0	0	3
Anskaffingsvårde per 31 december 2022	—	17	1	1	19
Akkumulerte avskrivninger per 1 januar 2022	-1	-5	-1	-0	-8
Årets avskrivninger	-1	-2	-0	-0	-3
Førsligninger og utangninger	2	0	1	1	4
Omkræftninger	0	-0	—	—	—
Omkræftninger	-0	-1	-0	-0	-1
Akkumulerte avskrivninger per 31 december 2022	-	-8	-1	-0	-9
Utgående redovist värde per 31 december 2022	—	9	0	0	10
Anskaffingsvårde per 1 januar 2021	39	7	2	—	49
Årets anskaffninger	1	2	—	0	3
Anskaffat via rörelsebrary	—	—	—	—	—
Omkræftninger	—	-1	—	1	0
Omkræftninger	1	0	1	0	2
Anskaffingsvårde per 31 december 2021	40	13	3	2	58
Akkumulerte avskrivninger per 1 januar 2021	0	-4	-1	—	-5
Årets avskrivninger	-1	-1	-1	0	-4
Førsligninger og utangninger	—	—	—	0	0
Omkræftninger	0	0	0	0	0
Akkumulerte avskrivninger per 31 december 2021	-1	-5	-1	0	-8
Utgående redovist värde per 31 december 2021	39	8	2	1	50

Not 14 Leasingavtal

Viva Wine Group's väsentliga leasingavtal utgörs huvudsakligen av avskrivningskontrollanter och fordon. Viva Wine Group klassificerar sina leasingavtal i verktygsleasing, fordonleasing och byggnadsleasing. Nedan presenteras koncernens utgående balanser avseende nyttjanderättstillgångar och leasingavtal, samt resultatet under året.

Koncernen	Lokaler	Fordon	Nyttjanderättstillgångar	Kontorsinvt.	Totalt	Leasingavtal
Utgående balans 1 januari 2021	34	3	0	37	38	38
Tillkommande avtal*	31	1	0	32	32	32
Avskrivningar	-11	-2	-0	-13	-13	-
Räntekostnader	—	—	—	—	—	—
Leasingavgifter	—	—	—	—	—	—
Valutaeffekt	1	—	—	—	—	-14
Utgående balans 31 december 2021	54	3	0	57	58	58
Tillkommande avtal*	10	3	—	13	13	—
Avskrivningar	-15	-3	-0	-18	-18	—
Avskrivningar	-2	—	—	-2	-2	—
Räntekostnader	—	—	—	—	—	—
Leasingavgifter	—	—	—	—	—	—
Valutaeffekt	2	0	0	2	2	-20
Utgående balans 31 december 2022	52	4	0	53	53	53

*Tillkommande avtal är främst relaterade till nya leasingavtal men innehåller även utering av befintliga avtal.

Nedan presenteras de belopp som redovisats i koncernens rapport över resultat under året hänförligt till leasingverksamheten:

	2022-01-01 - 2022-12-31	2021-01-01 - 2021-12-31
Avskrivningar på nyttjanderättstillgångar	-18	-13
Räntekostnader på leasingavtal	-1	-1
Kostnad avseende kortfristiga leasingavtal	-1	-0
Kostnad för avtal där den underliggande tillgången är av värdet	-0	-0
Summa	-20	-14

Viva Wine Group redovisar ett kassaflödes hänförligt till leasingavtal uppgående till 18 MSEK för räkenskapsåret 2022 (13 MSEK). För en öpt analys av koncernens leasingavtal se not 22 Finansiella risker.



Not 15 Andelar i intresseforetag

Neden vises de interesserede, som er uansetlige for koncernen per 2022-12-31. Efterlag angives, nedan har aktiekapital, som består af skattekter vilka ägs direkt av koncernen. Kapitalandelen är densamma som restandelen om inget annat anges nedan.

Koncernen	Förtecknans		Kapitalandel %	Karakter av förändring	Värderingsmetod
	2022	2021			
Norwegian Beverage Group AS	Norge	—	—	—	Kapitalandelsmetoden
SA Vins Blecher	Frankrike	469	25,0	25,0	Kapitalandelsmetoden
Norwegian Beverage Group AS					
Det tidigare intresseforetaget Norwegian Beverage Group AS blev under förloppande år ett koncernforetag efter att koncernen förvärvat ytterligare 40 procent av aktierna i bolaget och läger därmed 89 procent av aktierna numerära. Se mer information om bolaget i not 20.					
Förtecknans	2022-12-31	2021-12-31			
Norwegian Beverage Group AS	—	—			
SA Vins Blecher	59	53			
Övriga innehav*	2	2			
Summa investeringar redovisade enligt kapitalandelen	61	54			

* Utöver innehaven i intresseforetagen som beskrivits ovan, har koncernen även innehav i ett antal intresseforetag och joint ventures som enskilt är oansetliga, vilka har redovisats enligt kapitalandelsmetoden.

Finansiell information i sammandrag för intresseforetag

Nedanstående tabell visar finansiell information i sammandrag för de

SA Vins Blecher		Norwegian Beverage Group AS	
2022-12-31	2021-12-31	2022-12-31	2021-12-31
Avstämmning av redovisade värden	—	—	22
Ingående redovisat värde 1 januari	—	—	-236
Förändring koncernstruktur	—	—	226
Resultatandel i intresseforetag*	—	—	-12
Utbetalad utdelning	—	—	0
Överäkningsdifferens	—	—	—
Utgående redovisat värde 31 december	—	—	—

* 213 MSEK avser vinst vid omvärdering av befintligt innehav till verkligt värde vid förvärv av bestämmande inflytande

Not 15 Andelar i intresseforetag (forts)

SA Vins Blecher		SA Vins Blecher	
2022-12-31	2021-12-31	2022-12-31	2021-12-31
Avstämmning i sammandrag	47	45	45
Anläggningstillgångar	—	—	289
Överföringstillgångar	231	177	177
Kontraktiga skulder	123	—	—
Långfristiga skulder	0	0	0
Nettollgångar	168	128	128

Avstämmning av redovisade värden

2022-12-31	2021-12-31
Ingående redovisat värde 1 januari	53
Resultatandel i intresseforetag	6
Utbetalad utdelning	-2
Överäkningsdifferens	2
Utgående redovisat värde 31 december	59

Utöver innehaven i intresseforetagen som beskrivits ovan, har koncernen även innehav i ett antal intresseforetag och joint ventures som enskilt är oansetliga, vilka har redovisats enligt kapitalandelsmetoden.

Övriga innehav		2021-12-31	
2022-12-31	2021-12-31	2022-12-31	2021-12-31
Ingående redovisat värde 1 januari	2	2	2
Investeringar	0	0	2
Avyttringar	-1	-1	—
Resultatandel i intresseforetag	1	1	—
Nedskrivning av andelar i intresseforetag	—	—	-2
Utbetalad utdelning	-0	-0	-2
Överäkningsdifferens	0	0	—
Utgående redovisat värde	2	2	2

Karakter av förändring		Värderingsmetod	
2022-12-31	2021-12-31	2022-12-31	2021-12-31
Förtecknans	—	—	—
Larax AB	30,0	40,0	Kapitalandelsmetoden
EcoViva AB	39,0	39,0	Kapitalandelsmetoden

Resultat från andelar i intresseforetag

2022-01-01	2021-01-01
Utdelning från intresseforetag	1
Summa resultat från andelar i intresseforetag	7

Avstämmning av redovisade värden

2022-12-31	2021-12-31
Ingående redovisat värde 1 januari	14
Förändring koncernstruktur	-14
Nedskrivning av andelar i intresseforetag	-0
Utgående redovisat värde	0



Not 16 Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 2022-12-31

Koncernen	Finansiella tillgångar/ skulder värderade till verkligt värde via resultatet	Finansiella tillgångar/ skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	Verkligt värde	
			Summa redovisat värde	Summa verkligt värde
Finansiella tillgångar				
Andra långfristiga värdepappersinnehav	-	3	3	3
Kundfordringar	-	19	19	19
Fordringar hos intressparter	-	670	670	670
Övriga fordringar	-	5	5	5
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	-	21	21	21
Derivatinstrument	8	37	37	37
Likvida medel	-	8	8	8
Summa	8	1 093	1 102	1 102
Finansiella skulder				
Skulder till kreditinstitut	-	778	778	778
Övriga långfristiga skulder	-	3	3	3
Leverantörsskulder	-	427	427	427
Förskott från kunder	-	3	3	3
Skulder till intressparter	-	44	44	44
Derivatinstrument	1	1	1	1
Övriga kortfristiga skulder	-	318	318	318
Upplypna kostnader och förutbetalda intäkter	-	50	50	50
Summa	1	1 622	1 623	1 623

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 2021-12-31

Koncernen	Finansiella tillgångar/ skulder värderade till verkligt värde via resultatet	Finansiella tillgångar/ skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	Verkligt värde	
			Summa redovisat värde	Summa verkligt värde
Finansiella tillgångar				
Andra långfristiga värdepappersinnehav	-	0	0	0
Kundfordringar	-	19	19	19
Fordringar hos intressparter	-	730	730	730
Övriga fordringar	-	12	12	12
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	-	20	20	20
Derivatinstrument	10	46	46	46
Likvida medel	-	331	331	331
Summa	10	1 150	1 168	1 168
Finansiella skulder				
Skulder till kreditinstitut	-	818	818	818
Leverantörsskulder	-	443	443	443
Förskott från kunder	-	6	6	6
Skulder till intressparter	-	23	23	23
Derivatinstrument	1	1	1	1
Övriga kortfristiga skulder	-	333	333	333
Upplypna kostnader	-	41	41	41
Summa	1	1 664	1 665	1 665

För kortfristiga fordringar och skulder, som till exempel kundfordringar och leverantörsskulder, samt för långfristiga skulder med rörlig ränta anses det redovisade värdet vara en god approximation av det verkliga värdet.

Koncernen har inga finansiella tillgångar eller skulder som har kvittats i redovisningen eller som omfattas av ett rättligt bindande avtal om netting. Tillgångarnas maximala kreditrisk utgörs av nettobeloppet av avtalade skulder och tillgångar. Koncernen har inte emottagit några skulda säkerheter för de finansiella nettotillgångarna.

Not 16 Finansiella instrument (forts)

Värdering till verkligt värde

Verkligt värde är det pris som vid värderingstidpunkten skulle erhållas vid försäljning av en tillgång eller betalas vid överlåtelse av en skuld genom en ordnad transaktion mellan marknadssaktörer. Värdet i noten visar koncernens verkligt värde efter skatt. De olika nivåerna definieras enligt följande:

Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde per 31 december 2022

Derivatinstrument	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Summa
	-	6	-	6

Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde per 31 december 2021

Derivatinstrument	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Summa
	-	10	-	10

Finansiella skulder värderade till verkligt värde per 31 december 2022

Derivatinstrument	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Summa
	-	1	-	1

Finansiella skulder värderade till verkligt värde per 31 december 2021

Derivatinstrument	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Summa
	-	1	-	1

Not 17 Varulager

Koncernen

Färdiga varor och handelsvaror

Förskott till leverantörer

Redovisat värde

Varav andel som redovisat till nettobärlingsvärde

2022-12-31

2021-12-31

535

477

1,2 %

0,7 %

535

477

1,2 %

0,7 %

535

477

1,2 %

0,7 %

535

477

1,2 %

0,7 %

535

477

1,2 %

0,7 %

535

477

1,2 %

0,7 %

535

477

1,2 %

0,7 %

535

477

1,2 %

0,7 %

535

477

1,2 %

0,7 %

535

477

Not 18 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

Koncernen

Upplypna inkomster

Upplypna promotionsintäkter

Förutbetalda alkoholskatt

Förskott leverantör

Övriga förutbetalda kostnader

Redovisat värde

2022-12-31

2021-12-31

1

1

2

15

9

18

10

11

37

46

Not 19 Likvida medel

Koncernen

Banklikviditetsavanden

Redovisat värde

I beloppet ovan ingår inga bankmedel som är spärrade.

2022-12-31

2021-12-31

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

339

331

12.05.2024 kl 14:23

Brønnøysundregistrene

Side 151 av 166

112 VIVA WINE GROUP 2022

VIVA WINE GROUP 2022 113

Not 20 Koncernföretag (forts)

	2022-01-01	2021-01-01	2020-01-01
Moderbolaget			
Beslutad förändring i moderbolagets kapitalstruktur			

[illegible]

Not 21 Aktiekapital och övrigt tillskjutet kapital

Handelse	Anal aktier		Aktekapital (SEK)		Övrigt tillskjutet kapital (SEK)	
	Förändring	Totalt	Förändring	Totalt	Förändring	Totalt
1 januari 2021		5 000 000		50 000		
Fondensomkostnader		5 000 000		500 000		
Fondensomkostnader		5 000 000		450 000		
Sjutt (112)	55 000 000	60 000 000				
Nyemission	4 342 089	64 342 089	36 184	538 184	212 726 159	212 726 159
Tekningsoptioner		64 342 089		538 184		216 881 005
Nyemission	24 489 795	88 831 884	204 062	740 266	1 161 369 657	1 376 210 662
31 december 2021		88 831 884		740 266		1 376 210 662
Aktierops tekningsoptioner		88 831 884		740 266	-176 746	1 376 033 916
31 december 2021		88 831 884		740 266		1 376 033 916

År	Aktiekapital	Aktiekapital
2017	Det registrerade aktiekapitalet på 0,7 MSEK består av 88 831 884 aktier. Vinn Wine Group AB har endast ett aktieslag där alla aktier har lika röstvärde. Aktiernas kvotvärde är 0,0083 (0,0083) SEK.	Det registrerade aktiekapitalet på 0,7 MSEK består av 88 831 884 aktier. Vinn Wine Group AB har endast ett aktieslag där alla aktier har lika röstvärde. Aktiernas kvotvärde är 0,0083 (0,0083) SEK.

[illegible]

Inc/Amendment no

Emissioner

[illegible]

VIVA WINE GROUP 2022 115

Not 22 Finansiella risiko (forts)

5 582,10 SEK, motsvarande cirka 0,78 procent av Bolagets aktiekapital. För varje teckningsoption betaldes 3,0 SEK, grunden för teckningskursen är teckningsoptionens marknadsvärde. Totalt utlades 9 MSEK för de tecknade optionerna. Teckningsoptionerna kan nyttjas direkt efter offentliggörandet av kvartalsrapport för fjärde kvartalet 2024, senast till och med 15 mars 2025. Låsenpriset för teckningsoptionerna kommer motsvara 63,70 SEK.

Systembolaget AB utgör största delen av kundstocken, 59 (49) procent av omsättningen, den finska motsvarigheten Alko utgör ytterligare 17 (13) procent av ansättningen och den norska motsvarigheten Vinmonopolet utgör ytterligare 8 (2) procent.

Marknadspriser. Marknadsskisser indelas enligt IFRS i tre typer; valutarisk, marknadsskisser och andra prisskisser. De marknadspriser som påverkar koncernen utgörs främst av ränterisker och valutarisker.

Value	
EUI ₁	L ₁
EUI ₂	L ₂
EUI ₃	L ₃
EUI ₄	L ₄
EUI ₅	L ₅

*Lånet reglerades i sin helhet som ett led av avyttringen av lagerfastighet

⁴¹Lånet reglerades i sin helhet som ett led av avyttringen av lagerfastighet

[illegible]

Koncernen säkrar löpande inköp i utländsk valuta, främst i EUR. Koncernens kostnadssatser i lokal valuta ökar, såvida exporterade varor inte utvärderas till en lägre kurs än den som gäller för inköpet. Koncernen utsätts för valutarisker som uppstår från olika verktyg internationellt och utsätts för valutarisker som uppstår från olika valutaeponeringar, framför allt avseende EUR. Valutarisk uppstår genom framtida affärstransaktioner och när redovisade tillgångar och skulder

[illegible]

mot svenska kronan

EUR

resultat före
skatt

på

Säkringsredovisning
- 1 %

Säkringsredovisning
Koncernen tillämpar säkringsredovisning för kassaflödessäkkringar. Koncernens utländska verksamheter har avseende inköp i utländsk valuta till var utager, i de fall då säkring sker via främmande valutor, avseende inköp till svenska och norska koncernbolag. Säkringsredovisning tillämpas på valutaterminer som koncernen ingått transaktioner med 1 oktober 2022.

Säkringsredovisning tillämpas på valutaterms som koncernen ingått från och med 1 oktober 2022.

identifieras till säkringsredovisning. Den säkrade posten utgörs av mycket sannolika förväntade betalningar i utländsk valuta, avseende inköp till

Not 22 Finansiella risiko (forts)

[illegible]

Avkastningskraft och refinansieringskraft
 Avkastningskraften är risken för att företag får svårigheter att tillgripa kreditmarknaden för att sammanhålla med finansiella stöd som redovisat i balansräkningen. Refinansieringskraften är risken för att företag förlorar kontakt eller annan finansiell tillgång. Företagets finansiella tillgångar och skuldsättning kan kontinuerligt uppdateras av verksamheten såsom genom att sprida ut en koncernkontrollstruktur, om säker ställer budagens tillgångar och skuldsättning, om företaget har en hög andelen av finansiella tillgångar som är likvida eller likvida i väntande, om företaget har en hög andelen på likvida tillgångar som är likvida eller likvida i väntande.

eller utveckling inte kan behållas, förlängas, utökas, refinansieras eller omfinansieras, och att refinansiering eller omfinansiering för ett sådant företag inte ska betraktas som en omstrukturering för att undvika beskattning. Behovet av refinansiering ses regelbundet över av företaget och

En tydelig trend för säkerställa finansiering av företags expansion och investeringar. Måttningen av att säkerställa att koncernen bopäde har tillgång till likviditet uppfyller utt. kostnad för uppläggning har minskat. Behovsfinansieringsrisken minskas genom att strukturerat i god tid utföra finansieringsprocessen. Förelagt uppfyller dessutom en kontinuerlig dialog med flera kreditörer.

Handtering av kapitalrisk

Planering av kapitalstruktur
Kapitalstrukturen ska trygga koncernens förmåga att fortsätta sin verksamhet och att den kan fortsätta att generera avkastning till aktieägarna. Samtidigt ska den kunna finansiera tillväxt och investeringar i nya produkter och nya marknader, och tillgodose andra intressenter, och ett upprätthållande av optimal kapitalstruktur för att hålla kostnaderna för kapitalnetet. Koncernen bedömer kapitalstruktur på basis av nettoskuld/EBITDA och soliditet. Soliditet beräknas som totalt eget kapital i procent av balanssumman. Soliditeten per 31 december 2022 var 47,7 (46,5) procent och bedöms därför värdelöst god.

Not 22 Finansiella risiko (forts)

Koncernen		<1 mån	1-3 mån	2022-12-31	1-5 år	>5 år	Totalt
Låptänslys		2	22	65	689	-	778
Souder till kreditinstitut		5	0	1	3	-	8
Övriga souder		2	3	12	36	1	53
Leasingsouder		333	102	1	0	-	436
Leverantörsouder		31	12	-	-	-	44
Souder till investerbörlag		0	0	1	0	-	1
Dervälinstrument		372	139	80	728	1	1 320
Summa							
Koncernen		<1 mån	1-3 mån	2021-12-31	1-5 år	>5 år	Totalt
Låptänslys		4	20	61	721	10	818
Souder till kreditinstitut		-	-	-	0	-	0
Övriga souder		2	3	13	40	1	58
Leasingsouder		349	92	5	2	-	448
Leverantörsouder		23	0	0	-	-	23
Souder till investerbörlag		1	-	-	-	-	1
Dervälinstrument		378	117	79	764	11	1 350
Summa							
Moderbelaget		<1 mån	1-3 mån	2022-12-31	1-5 år	>5 år	Totalt
2022-12-31		22	65	689	-	-	776
Souder till kreditinstitut		1	-	-	-	-	1
Leverantörsouder		67	-	-	-	-	67
Souder till koncernbelag		68	22	65	689	-	844
Summa							
Moderbelaget		<1 mån	1-3 mån	2021-12-31	1-5 år	>5 år	Totalt
2021-12-31		20	60	713	-	-	793
Souder till kreditinstitut		69	-	-	-	-	69
Souder till koncernbelag		69	20	60	713	-	862
Summa							

Nedan visas kreditanta/r-ramar som Viva Wine Group har ingått:

Koncernen	Belopp	Upplyd	Upplyd
	2022-12-31	2021-12-31	2021-12-31
Checkräkningskredit	155	-	155
Summa			

Not 23 Avsättningar

Koncernen	Omsättningsåtgärder	övriga avsättningar	Totalt
Redovisat 1 januari 2021	-	-	-
Avsättningar som gjorts under året	5	10	15
Redovisat 1 januari 2022	5	10	15
Avsättningar som gjorts under året	2	12	17
Avsättningar som avvikits under året	-6	-3	-9
Redovisat 31 december 2022	3	19	22
Varav kontraktsgäld	-	3	3
Varav långfristig del	-	19	19

Omstruktureringsåtgärder

Enligt utredningsgruppen ska denna avställning för omstrukturering redovisas när koncernen har fastslått sin utvärdering och beslutat om omstruktureringen. Detta innebär att omstruktureringen kan bli en utfrågning på kort sikt, eftersom utvärderingen på kort sikt kan bli en utfrågning på kort sikt. Detta innebär att omstruktureringen kan bli en utfrågning på kort sikt, eftersom utvärderingen på kort sikt kan bli en utfrågning på kort sikt.

Övriga avsättningar

Beloppet under rubriken avser bonusåtagande hänförligt till förvärv av Vivacampo. En del av denna avsättning reglerades under året. Den utestående avsättningen om 19 MSEK förväntas leda till ett utflöde av resurser under räkenskapsåret 2024.



Not29 Rörelseförvärv

Förvärv 2022
Den 1 april 2022 förvärfade Viva Wine Group AB 100% av aktierna och kontrollerna i den tyska bolaget Vicampo de GmbH. Förvärfaget är verkligt skattat och resulterar i att 121 MSEK och 743 SEK överläts med kontanta medel. Köpeskillingen uppgår till 1 315 MSEK.

Förvärfade nettotillgångar vid förvärvstidpunkten	
Innomateriella tillgångar	Verkligt värde
Immateriella tillgångar	54
Kundförordningar och övriga fordringar	0
Likvida medel	2
Uppskjutna skatteskulder	-11
Leverantörsskulder och övriga rörelseskulder	-3
Goodwill	46
Total köpeskilling	121

Köpeskillingen	
Kontanter	121
Sammanlagd köpeskilling	121

I samband med förvärfvet av Vinklubben i Norden AB upptod en goodwill om 75 MSEK i form av erskuld mellan den överförda ersättningen och det verkliga värdet av de förvärfade nettotillgångarna. Goodwill avser i huvudsak förvärfade synergieffekter av att så sammanverksamheten i Vinklubben i Norden AB. Goodwillen förväntas inte vara skattenässlgi andragsgill.

Förvärfets påverkan på koncernens kassatide	
Kontant köpeskilling	Vinklubben i Norden AB
Kontanter	121
Kassa (förvärfad)	2
Nettokassatide	119

Avyttring av dotterbolag
Den 1 juni genomförde Viva Wine Group AB en transaktion där 81 procent av aktierna i dotterbolaget Viva Global AB ställes till Vin och Vind AB, som i sin tur har sålt 81 procent av aktierna i Viva Wine Groups re. Transaktionen värdade underskider 1 procent av Viva Wine Groups börsvärde och bedöms därmed ej som väsentlig. Transaktionen sker i kontanta medel till ett värde om 11 MSEK som fastställts genom värdering av tredje part.

Not29 Rörelseförvärv (forts)

Förvärv 2021
Den 1 januari 2021 förvärfade Viva Wine Group AB 100% av aktierna och kontrollerna i det tyska bolaget Vicampo de GmbH. Förvärfaget är verkligt skattat och resulterar i att 121 MSEK och 743 SEK överläts med kontanta medel. Köpeskillingen uppgår till 1 315 MSEK. Den 1 november 2021 förvärfade Viva Wine Group AB ytterligare 40% av aktierna i Vicampo de GmbH. Förvärfaget är verkligt skattat och resulterar i att 121 MSEK och 743 SEK överläts med kontanta medel. Köpeskillingen uppgår till 1 315 MSEK. I och med förvärfvet stärker Viva Wine Group sin marknadsposition på den nordiska marknaden. Norge och holländska Nederländerna har en betydande del av koncernens försäljning. Godwillen förväntas inte vara skattenässlgi andragsgill.

Förvärfade nettotillgångar vid förvärvstidpunkten	
Innomateriella tillgångar	Verkligt värde
Immateriella tillgångar	296
Materiella anläggningstillgångar	0
Nyttjanderättstillgångar	3
Immateriella anläggningstillgångar	0
Uppskjutna skatteskulder	-
Vardag	29
Kundförordningar och övriga fordringar	42
Övriga fordringar	20
Likvida medel	3
Uppskjutna skatteskulder	13
Leverantörsskulder och övriga rörelseskulder	-64
Goodwill	-46
Identifierade nettotillgångar	255
Innehav utan betalningsansvar	-53
Total köpeskilling	428

Köpeskillingen	
Kontanter	187
Emission av eget kapitalinstrument	5
Verkligt värde på aktiemehugen före rörelseförvärfvet	236
Total köpeskilling	428

I samband med förvärfvet av Vicampo de GmbH upptod en goodwill om 57 MSEK i form av erskuld mellan den överförda ersättningen och det verkliga värdet av de förvärfade nettotillgångarna. Goodwill avser i huvudsak förvärfade synergieffekter av att så sammanverksamheten i Vicampo de GmbH. Goodwillen förväntas inte vara skattenässlgi andragsgill. Transaktionskostnader relaterande till förvärfvet av Vicampo de GmbH uppgick till 11 MSEK. Transaktionskostnaderna redovisades som en kostnad i resultaträkningen under Övriga externa kostnader.

Förvärfets påverkan på koncernens kassatide	
Kontant köpeskilling	Vicampo de GmbH
Kontanter	187
Kassa (förvärfad)	13
Nettokassatide	174

Under de 6 månader från till 31 december 2021 bidrog Vicampo de GmbH till koncernens resultat efter skatt. Om förvärfvet hade skett per början av räkenskapsåret uppskattar Viva Wine Group att koncernens intäkter och 6 MSEK till koncernens resultat efter skatt.

plattformarna. Vicampo de GmbH har en balansomslutning på 199 MSEK. Köpeskillingen uppgick till 1 315 MSEK och överläts med kontanta medel. Den 1 november 2021 förvärfade Viva Wine Group AB ytterligare 40% av aktierna i Vicampo de GmbH. Förvärfaget är verkligt skattat och resulterar i att 121 MSEK och 743 SEK överläts med kontanta medel. Köpeskillingen uppgår till 1 315 MSEK. I och med förvärfvet stärker Viva Wine Group sin marknadsposition på den nordiska marknaden. Norge och holländska Nederländerna har en betydande del av koncernens försäljning. Godwillen förväntas inte vara skattenässlgi andragsgill.

Norwegian Beverage Group AS	
Verkligt värde	Vicampo de GmbH
296	756
0	4
3	27
0	-
-	22
29	42
20	30
3	-
13	272
-64	-262
-46	-168
255	743
-53	-
428	1 315

Norwegian Beverage Group AS	
Verkligt värde	Vicampo de GmbH
187	1 315
5	-
236	-
428	1 315

I samband med förvärfvet av Norwegian Beverage Group AS upptod en goodwill om 227 MSEK i form av erskuld mellan den överförda ersättningen och det verkliga värdet av de förvärfade nettotillgångarna. Goodwill avser i huvudsak förvärfade synergieffekter av att så sammanverksamheten i det förvärfade företaget med förvärfvets verksamhet. Goodwillen förväntas inte vara skattenässlgi andragsgill.

Norwegian Beverage Group AS	
Verkligt värde	Vicampo de GmbH
187	1 315
13	272
174	1 043

Under de 6 månader från till 31 december 2021 bidrog Norwegian Beverage Group AS till koncernens resultat efter skatt. Om förvärfvet hade skett per början av räkenskapsåret uppskattar Viva Wine Group att koncernens intäkter och 6 MSEK till koncernens resultat efter skatt.



Inga väsentliga händelser har skett efter balansdagen.

	2022-12-31	
Nærstående agent		
Tilrådsåttomsforingane står følgende vinstmedel:		
Balansert resultat, kr	707 635 025	
Overkursfond, kr	1 376 033 817	
Arets resultat, kr	160 596 130	
Summa	1 744 265 472	
Sykretten foreslår at vinstmedel disponeres så att:		
Til rådgivere uddøles (1,55-kroner per aksje)	137 689 420	
I ny råning overføres	1 406 576 051	
Summa	1 744 265 472	

Stvarelsen föreslår att vinstmedel disponeras så att:

Till aktieägare utdelas (1.55 kronor per aktie)

Iny räkning överföres

Summa

Stockholm, 24 april 2023

Anders Moberg
Styrelseordförande

Emil Sallnäs
Verkställande direktör

Helen Fasth Gillstedt
Styrelseledamot

Mikael Aru
Styrelseledamot

Anne Thorstvedt Sjøberg
Styrelseledamot

John Wistedt
Styrelseledamot

Lars Ljungälv
Styrelseledamot

Vår revisionsberättelse har lämnats den 24 april 2023

Ernst & Young AB

Andreas Nyberg Selvring
Auktoriserad revisor



Till bolagsstämman i Viva Wine Group AB, org.nr 559178-4953

Revisionsberättelse

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

UTTALANDEN

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för Viva Wine Group AB för år räkenskapsåret 2022. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 82-125 i detta dokument.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2022 och av dess finansiella resultat och kassaläge för året enligt årsredovisningslagen. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2022 och av dess finansiella resultat och kassaläge för året enligt International Financial Reporting Standards (IFRS), såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker där för att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

Vi tillstyrker där för att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledandor och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

GRUND FÖR UTTALANDEN

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisionssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

ANNAN INFORMATION ÄN ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen och återfinns på sidorna 6-81. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för denna andra information.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen och koncernredovisningen omfattar inte denna information och vi ger inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och över väga om

Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risken för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på misstag, eftersom oegentligheter kan innebära påstådda i maskopi, för falskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.
- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.
- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som kan leda till betydande tvivel om bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen och koncernredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag inte längre kan fortsätta verksamheten.
- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen och koncernredovisningen, där bland upplysningarna, och om årsredovisningen och koncernredovisningen åtgärder de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.
- inhämtar vi tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för enheterna eller affärsaktiviteterna inom koncernen för att göra ett uttalande avseende koncernredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och utförande av koncernrevisionen. Vi är ensamt ansvariga för våra uttalanden.

Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionsplanerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

UTTALANDEN

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning av Viva Wine Group AB för år räkenskapsåret 2022 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledandor och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

GRUND FÖR UTTALANDEN

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisionssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

STYRELSENS OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ANSVAR

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning inbegår detta bland annat en bedömning av om utdelningen är förvarlig med hänsyn till de krav som bolagets och koncernens verksamhetsår, omfattning och risker ställer på storleken av moderbolagets och koncernens egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta inbegår bland annat att fortsätta bedöma bolagets och koncernens ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bolagets medel förvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska följä dras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.



REVISORNS ANSVAR

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionssed i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skapad inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningssågar som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Stockholm den 24 april 2023

Ernst & Young AB

Andreas Nyberg Selvring
Auktoriserad revisor



Hållbarhetsnoter

Segment Sverige

Not H1 Klimatpåverkande utsläpp, per scope

Klimatpåverkande utsläpp, moderbolaget och de svenska dotterbolagen och deras leverantörskedjor	2022	2021	2020	2019	2018
Utsläpp ton CO ₂ eq direkta utsläpp egen verksamhet (scope 1)	38,71	36,14	38,48	32,32	45,62*
Utsläpp ton CO ₂ eq indirekta utsläpp egen verksamhet (scope 2 – Market Based Approach)	4,59	5,69	5,38	5,36	4,34
Utsläpp ton CO ₂ eq indirekta utsläpp egen verksamhet (scope 2 – Location Based Approach)	12,66	13,49	7,11	10,20	10,09
Utsläpp ton CO ₂ eq indirekta utsläpp egen verksamhet (scope 3)	265,89	84,06	87,15	195,53	236,38
Utsläpp ton CO ₂ eq indirekta utsläpp leverantörskedja (scope 3)	16 708,14	17 949,35	18 487,27	16 910,81*	16 988,02*
Utsläpp ton CO ₂ eq totalt (scope 1+2+3)	17 017,33	18 095,24	18 618,28	17 146,02*	17 274,37*

* Uppdaterad data som följd av förbättrad datakvalitet

Not H2 Klimatpåverkande utsläpp, per kartlagt fokusområde och såld liter vin

Klimatpåverkande utsläpp, moderbolaget och de svenska dotterbolagen och deras leverantörskedjor	2022	2021	2020	2019	2018
Försäljning miljoner liter vin	54,23	56,66	56,37	48,36	45,26
Utsläpp ton CO ₂ eq transporter	6 402,30	7 274,77	7 083,80	6 340,78	5 827,38
Utsläpp ton CO ₂ eq förpackningar	10 005,73	10 494,58	11 987,90	10 681,41	10 973,81
Utsläpp ton CO ₂ eq kontor och affäresresor	309,19	125,89	131,01	233,21	286,35
Utsläpp ton CO ₂ eq totalt (scope 1+2+3)	17 017,33	18 095,24	18 618,28	17 146,02*	17 274,37*
Utsläpp kg CO ₂ eq/rån transporter per såld liter vin	0,12	0,13	0,12	0,12	0,13
Utsläpp kg CO ₂ eq/rån förpackningar per såld liter vin	0,19	0,19	0,21	0,23	0,25
Utsläpp kg CO ₂ eq totalt (scope 1+2+3) per såld liter vin	0,31	0,32	0,33	0,35	0,38

* Uppdaterad data som följd av förbättrad datakvalitet

Not H3 Hållbarhetsprestanda produktportfölj

Hållbarhetsprestanda produktportfölj/Utlämnande av svenska dotterbolagen	2022	2021	2020	2019	2018
Försäljning miljoner liter vin	54,23	56,66	56,37	48,36	45,26
Andel liter vin i klimatcertifierad förpackning**	75,19	73,40	72,10	69,81	69,33
Andel liter vin certifierad ekologiskt**	39,15	38,48	37,68	36,00	35,16
Andel liter vin certifierad etiskt***	13,07	13,83	15,14	16,94	10,27
Andel liter vin certifierad ekologisk och/eller etiskt***	48,30	48,72	48,55	47,24	40,72
Andel liter vin med certifiering godkänd enligt Fairtrade eller Fair for Life	54,00	-	-	-	-

* Med klimatcertifierad förpackning menas Bag-in-Box, Tetra, PET, burk, pouch och lättviktsglas. Dessa förpackningar har väsentligt lägre klimatpåverkan sett över en livscykel per liter vin än konventionella glasförpackningar. Sett över flera livscykler, där återvinning och återanvändning tas i beaktande, minskar skillnaden i klimatpåverkan.

** Med etiskt certifierad menas produkt som certifierats enligt Fairtrade eller Fair for Life.

*** Med hållbart val menas Systembolagets narkering introducerad 2022 som erkänner flertal internationella och nationella etiska, ekologiska och andra miljöcertifieringar.



Not H7 Åldersfordeling anställda

Åldersfördelning, moderbolaget och svenska dotterbolag	2022-01-01-2022-12-31			2021-01-01-2021-12-31		
	Yngre än 30 år	Mellan 30-50 år	Äldre än 50 år	Yngre än 30 år	Mellan 30-50 år	Äldre än 50 år
Moderbolaget och svenska dotterbolag	18	71	12	14	60	9
Totalt	18	71	12	14	60	9
Åldersfördelning, styrelse och ledande befattningshavare	2022-01-01-2022-12-31			2021-01-01-2021-12-31		
	Yngre än 30 år	Mellan 30-50 år	Äldre än 50 år	Yngre än 30 år	Mellan 30-50 år	Äldre än 50 år
Styrelse och övriga ledande befattningshavare	0	5	7	0	4	6
Totalt	0	5	7	0	4	6

Not H8 Personalomsättning och sjukfrånvaro

Personalomsättning och sjukfrånvaro, moderbolaget och svenska dotterbolag					
	2022	2021	2020	2019	2018
Personalomsättning %	14,3	14,7	8,6	3,5	10,6
Sjukfrånvaro %	2,5	1,3	2,2	2,7	3,0

Not H9 Produktsäkerhet

Reklamationer och kvalitetsavvikelser på produktbatchar som resulterat i återkallelse från kund.

Produkter återkallades svenska dotterbolagen				
	2022	2021	2020	
Antal produkter återkallades	9	6	3*	
* Uppdaterad data som följd av ändrad definition.				

Not H10 Ansvarsfull marknadsföring

Incidenter kopplade till övertrötthet i marknadsföring

Ansvarsfull marknadsföring				
	2022	2021	2020	
Antal incidenter	0	0	0	

Not H11 Påverkan, mål och åtgärder

EKONOMISKA RESULTAT

Vår verksamhet är lönsam där ett årligen överskott delas ut till aktieägarna efter beslut på årsstämma.

Företagsledningen, revisionsutskottet, styrelsen och våra revisorer följer löpande upp våra ekonomiska resultat, vilka rapporteras kvartalsvis till omvärlden. Finansiella mål är definierade och gäller på mellanlång sikt. 2022 års finansiella resultat återfinns på sidorna 82-124.

INDIREKT EKONOMISK PÅVERKAN

Vår verksamhet genererar indirekt ekonomisk påverkan genom bland annat arbetstillfällen och investeringar i de områden våra producenter och partners är verksamma. Vår verksamhet ger även upphov till arbetstillfällen på våra försäljningsmarknader, dels i den egna verksamheten, dels hos återförsäljare. Slutligen ger vår verksamhet även upphov till betydande punktskatteintäkter.

Vi är måna om att vår indirekta ekonomiska påverkan ska vara gynnsam i de områden där vi, våra producenter eller partners är verksamma. Av dessa skäl har vi en ambitiös hållbarhetsagenda som omfattar både ekonomisk, miljömässig och social påverkan. Denna regleras på ett övergripande plan av vår hållbarhetspolicy, vår policy för mänskliga rättigheter, antiot BSCI uppförandekod samt vår anti-korruptionspolicy. Våra policies revideras årligen. För mer information om våra hållbarhetsmål, våra resultat och hållbarhetsarbete se sidorna 42-69.

BIOLOGISK MÅNGFALD

Vi är medvetna om att verksamheten i vårt leverantörsnät kan ha negativ påverkan på biologisk mångfald. Vi är måna om att denna verksamhet inte ska ha alltför stor negativ påverkan och främjar certifieringar och initiativ hos odlare och producenter som är gynnsamma för biologisk mångfald. Vi följer därför upp andelen ekologiskt och miljööcifierad andel av vår försäljningsvolym samt lyfter producenters inspirerande arbete. Vårt förhållningssätt till biologisk mångfald regleras övergripande i vår hållbarhetspolicy samt i antiot BSCI uppförandekod. Vår hållbarhetspolicy revideras årligen. För mer information om våra hållbarhetsmål, våra resultat och hållbarhetsarbete se sidorna 42-69.

UTSLÄPP

Vi är medvetna om att vår verksamhet ger upphov till klimatpåverkande utsläpp. Framförallt i leverantörsnätet. Den absoluta merparten av vår verksamhets klimatpåverkan kommer från odlingen av råvaran, produktens förpackningar och transport från producent till försäljningsmarknad. Vi mäter och följer noggrant upp alla dessa tre områden och har satt ambitiösa mål, både på kort och lång sikt. Vårt övergripande mål är att halvera vår klimatpåverkan per såld liter vin till 2030. Vår klimatpåverkan rapporteras

årligen i vår års och hållbarhetsredovisning och i Dryckesbranschens Klimatinitiativ, ett initiativ som samtar Sveriges ledande producenter, leverantörer och återförsäljare av öl, vin och sprit. Vår och branschens mål, resultat och åtgärder rapporteras till intressenter i initiativets årliga branschrapport.

Under 2022 fortsatte våra klimatpåverkande utsläpp att minska, både sammanräknat för scope 1, 2 och 3 samt mått som klimatpåverkan per såld liter. Vår klimatpåverkan minskade hos våra transporter samt förpackningar. Detta var ett resultat av frångångsrika distributionseffektiviseringar, flytt från vägutsläp till låg transporter samt val av lättare förpackningslösningar.

Klimatpåverkan från våra tjänsteresor ökade dock under 2022 jämfört med 2021 och 2020. Detta var väntat då covid-19 pandemin och dess rese- och rörelserestriktioner gjorde det svårt att resa under de åren. Att besöka internationella vinmässor och producenter utgör viktig del av vår verksamhet. Vi har som mål att utveckla en förtydligad resepolicy.

Vårt förhållningssätt till klimatpåverkande utsläpp regleras övergripande i vår hållbarhetspolicy.

Vår hållbarhetspolicy revideras årligen. För mer information om våra hållbarhetsmål, våra resultat och hållbarhetsarbete se sidorna 42-69.

ARBETSVILLKOR OCH MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Vi är medvetna om att det finns risker för arbetsvillkor och mänskliga rättigheter i vårt leverantörsnät. Vi kräver goda arbetsvillkor hos våra producenter och deras odlare och att deras verksamhet bedrivs i enlighet med ILO standarder och antiot BSCI uppförandekod.

Vi granskar årligen vårt produktions- och odlingsnät utifrån risker och följer regelbundet upp efterlevnad av antiot BSCI uppförandekod. Vi har satt mål för andel av volym från producenter i riskland vars arbetsvillkor som granskats och godkänts av oberoende tredje part. Vårt resultat förbättrades betydligt under 2022 jämfört med 2021 och 2020, delvis som följd av att vi under 2022 kunnat återuppta producentbesök och revisioner vilket inte var möjligt under Covid-19 pandemin. Vi ser att vårt arbetsnät är frångångsrikt och utvecklande för producenter och odlare varför vi kommer genomföra än fler platsbesök och revisioner kommande år.

Vårt förhållningssätt till arbetsvillkor och mänskliga rättigheter regleras övergripande i vår hållbarhetspolicy samt i antiot BSCI uppförandekod. Vår policies revideras årligen. För mer information om våra hållbarhetsmål, våra resultat och hållbarhetsarbete se sidorna 42-69.

KONSUMENTHÄLSA OCH MARKNADSFÖRING

Vi följer noggrant upp kvalitetsavvikelser och följer lagstiftning och branschrekoder gällande marknadsföring. Under 2022 hade vi fler recalls jämfört med tidigare år. Denna ökning berodde inte på fler kvalitetsavvikelser i vätska eller förpackning utan på felmärkningar hos producent. Vårt förhållningssätt till konsumenthälsa och marknadsföring regleras övergripande i vår hållbarhetspolicy som revideras årligen.



Nyckeltal och aktiedata

KONCERNEN	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Aktieslutt på eget kapital, %	15,4	50,4
Bruttomarginal, %	23,0	23,7
EBITDA (MSEK)	454	580
EBITDA-marginal, %	11,9	17,4
EBITDA (MSEK)	433	564
EBITDA-marginal, %	11,3	16,9
EBITDA, justerad (MSEK)	377	399
EBITDA-marginal, justerad, %	9,8	12,0
Rörelseresultat (EBIT) (MSEK)	310	521
Rörelsemarginal (EBIT-marginal), %	8,1	15,6
Sollditet, %	47,7	65,5
Nettoskuld	491	545
Eget kapital per akte (SEK)	19,9	18,7
Kassalikviditet, %	109,8	117,1
Genomsnittligt antal anställda	333	240

Nyckeltal definitioner

I enlighet med riktlinjer från ESMA (European Securities and Markets Authority), avseende redovisning av alternativa nyckeltal redovissas här definition och avstämning av alternativa nyckeltal för Viva Wine Group AB. Riktlinjerna innebär utökade upplysningar avseende de finansiella mått som inte definieras av jämförbara med mått som används av andra företag.		IFRS. De nyckeltal som framgår nedan är redovisade i delårsrapporten. De används för intern styrning och uppföljning. Eftersom inte alla företag beräknar finansiella mått på samma sätt är dessa inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag.
NYCKELTAL	DEFINITION	SVTFE
EBITDA	Rörelseresultat före avskrivningar och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar.	Måttet används för att analysera lönsamheten i verksamheten, oberoende av avskrivningar.
EBITDA-marginal, %	EBITDA / nettoomsättning	EBITDA-marginal används för att visa den operativa verksamhetens lönsamhetsgrad.
EBITA	Rörelseresultat före avskrivningar och nedskrivningar på immateriella anläggningstillgångar.	Måttet används för att analysera lönsamheten i verksamheten, oberoende av avskrivningar på immateriella anläggningstillgångar. Måttet kan dock påverkas av övervärden från gjorda förvärf.
EBITA, justerad	EBITA justerat för jämförelseförändrande poster.	Justerat EBITA är ett mått som används för att bibehålla överskådlighet och jämförbarhet i resultat för den operativa verksamheten över tid.
Justerat för jämförelseförändrande poster	Mått eller belopp justerat för kostnader relaterat till börsintroduktion samt bonusutdelande hänförligt till förvärf av Vicampo och Norwegian Bever age Group.	Måttet används för att analysera lönsamheten för den operativa verksamheten exklusive jämförelseförändrande poster.
EBITA-marginal, %	EBITA / procent av nettoomsättning	EBITA-marginal används för att visa den operativa verksamhetens lönsamhetsgrad.
EBITA-marginal, justerad %	Justerat EBITA / procent av nettoomsättning	Justerat EBITA-marginal används för att analysera lönsamhetsgraden för den operativa verksamheten, exklusive jämförelseförändrande poster.
Bruttomarginal, %	Nettoomsättning reducerat med kostnader för handelsvaror, i relation till nettoomsättningen.	Måttet används för att belysa lönsamhet i form av marginal på under periodens sålda varor.
Eget kapital per akte	Eget kapital hänförligt till medelbolagets aktieägare/antalet akter vid periodens utgång.	Måttet nettovärde per akte och visar om bolaget blir aktieägarnas förmögenhet över tid.
Kassalikviditet, %	Likvida medel i förhållande till de kortfristiga skulderna. Måts som (Omsättningstillgångar – varulager och pågående arbeten) / kortfristiga skulder.	Måttet visar bolagets betalningsförmåga på kort sikt.
Rörelseresultat (EBIT)	Rörelseresultat före finansnetto och skatt. Med finansnetto menas finansiella inkomster minus finansiella kostnader.	Måttet används för att förstå bolagets lönsamhetspotential.
Rörelsemarginal, %	EBIT / nettoomsättning	Rörelsemarginal används för att visa hur stor andel av omsättningen som blir kvar efter rörelsens kostnader och som kan disponeras till andra ändamål.
Sollditet, %	Totalt eget kapital / balansomsättning	Sollditet används för att analysera finansiell risk och visar hur stor andel av tillgångarna som är finansierade med eget kapital. En hög sollditet är ett mått på finansiell styrka.
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	Plömtbärande skulder minus likvida medel vid periodens utgång.	Nettoskuld är ett nyckeltal som visar bolagets totala nettoskuldställning.



GRI Index Viva Wine Group 2022

Viva Wine Group rapporterer i enlighet med GRIs prinsipper och GRI Standards 2021.

INDIKATOR	BESKRIVNING	SIDHÄNVISNING	KOMMENTAR/RESERVATION
			UtlämnningAnledningFörklaring
Generella upplysningar			
GRI 2: Generella upplysningar 2021	2-1 Information om organisationen	82-84	
	2-2 Avgivnings- och hållbarhetsrapportering	44	
	2-3 Rapporteringsperiod, frekvens och kontakt	44, 82-84	
	2-4 Omfördelningar och omberäkningar	44	
	2-5 Extern bestyrkande	89, 138-139	
	2-6 Verksamhet och värdekedja	6-7, 18-21, 34-39, 52-53, 82	
	2-7 Anställda	44, 60-61, 84, 101-102	
	2-8 Arbets- och miljöförhållanden	Alla som arbetar i den svenska verksamheten är anställda	
	2-9 Styrelsestruktur och sammansättning	68-78	
	2-10 Nominering och val av högsta ledningsorgan	74-79	
	2-11 Styrelseordförande	70, 78	
	2-12 Styrelsens roll i hantering av hållbarhetspåverkan	68-73	
	2-13 Daglig verksamhet	68-73	
	2-14 Styrelsens roll i hantering av hållbarhetsrapportering	68-73	
	2-15 Intresskonflikter	66, 70-71, 84	
	2-16 Kommunikation av kritiska synpunkter	88-89	
	2-17 Styrelsens bakgrund och samhälle kompetens	68-73	
	2-18 Utvärdering av styrelsens prestation	88-89, 75-79	
	2-19 Ersättningspolicy	84, 101-102	
	2-20 Process för att bestämma ersättning	84	
	2-21 Årlig total ersättning	101-102	Data för andel av procentuell ökning är inte tillgänglig
	2-22 Hållbarhetsstrategi	42	
	2-23 Policy för ledningen	42, 44-47, 52-53, 89-91	
	2-24 Integration av policyfölganden	42, 46-47, 52-53	
	2-25 Processer för att åtgärda negativa effekter	50, 52-53, 61	
	2-26 Möten och aktiviteter för att söka råd och synpunkter	53, 61	
	2-27 Lag och regelverk	88-89, 82-84	
	2-28 Medlemskap i organisationer	52, 56, 59, 62-63	
	2-29 Förhållningssätt till intressentengagemang	44-45	
	2-30 Kollektivitet	60-61	
Väsentliga frågor			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-1 Process för att identifiera väsentliga frågor	44-45	
	3-2 Lista över väsentliga frågor	45, 47	
EKONOMISKA RESULTAT			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	44, 70-79, 82-124, 133	
GRI 201: Ekonomiska resultat GRI 2016	201-1 Ekonomiska resultat	8-9, 110-111	
	201-2 Finansiella implikationer och risker som följer av klimatförändringar	45, 50	

INDIKATOR	BESKRIVNING	SIDHÄNVISNING	KOMMENTAR/RESERVATION
			UtlämnningAnledningFörklaring
INDIREKTA EKONOMISKA BIDRAG			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	47, 54-55, 104-105, 133	
GRI 203: Indirekta ekonomiska bidrag GRI 2016	203-1 Investeringar i infrastruktur och samhällsservice	54-55	
	203-2 Signifikanta indirekta ekonomiska bidrag	54-55, 104-105	
ANTI-KORRUPTION			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	52-53, 61, 77, 133	
GRI 205: Anti-korruption GRI 2016	205-1 Verksamhet gränsad utifrån korruptionerisk	52-53, 61, 77, 131	
	205-2 Kommunikation och utbildning i anti-korruption	52-53, 61, 69-77	Data för andel av anställda är inte tillgänglig
	205-3 Förhållningssätt till incidenter	52-53, 61, 77	
BIOLOGISK MÅNGFALD			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	48, 133	
GRI 304: Biologisk mångfald 2016	304-2 Signifikant påverkan på biologisk mångfald	48, 133	Data för påverkade arter är inte tillgänglig
UTSLÄPP			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	9, 14, 43-44, 47, 57, 130, 133	
GRI 305: Utsläpp GRI 2016	305-1 Direkta CO2 utsläpp (Scope 1)	9, 14, 43-44, 47, 57, 130	
	305-2 Indirekta CO2 utsläpp (Scope 2)	9, 14, 43-44, 47, 57, 130	
	305-3 Indirekta CO2 utsläpp (Scope 3)	9, 14, 43-44, 47, 57, 130	
	305-4 Intensitet CO2 utsläpp	9, 14, 43-44, 47, 57, 130	
LEVERANTÖRSBEDÖMNING MILJÖPÅVERKAN			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	46-51, 54-59, 133	
GRI 308: Kontroll leverantörerskred GRI 2016	308-2 Miljöpåverkan leverantörerskred och åtgärder	46-51, 53, 56-59	Data för andel av leverantörer där förbättringar överenskomits är inte tillgänglig
ANSTÄLLNING OCH ANSTÄLLNINGSVILLKOR			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	60-61, 133	
GRI 401: Anställning GRI 2016	401-2 Anställningsförhållanden	10, 49-61, 101-102	
MÅNGFALD OCH LIKA MÖJLIGHETER			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	43, 60-61, 77, 133	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Mångfald bland styrande organ och anställda	60-61, 131-132	
LEVERANTÖRSBEDÖMNING SOCIAL PÅVERKAN			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	52-53, 77, 133	
GRI 416: Kontroll leverantörerskred GRI 2016	416-2 Social påverkan leverantörerskred och åtgärder	52-53, 77, 103	Data för andel av leverantörer där förbättringar överenskomits är inte tillgänglig
KONSUMENTERS HÄLSA OCH SÄKERHET			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	45, 62-63, 77, 133	
GRI 416: Produkt säkerhet GRI 2016	416-2 Incidenter kopplade till produkt säkerhet	132	
MÄNNISKÖFÖRNING OCH MÄRKNING			
GRI 3: Väsentliga frågor GRI 2021	3-3 Styrning av väsentliga frågor	45, 62-63, 77, 133	
GRI 417: Marknadsföring och mörkning GRI 2016	417-3 Incidenter kopplade till oövertroddelse i marknadsföring	132	



Revisorns rapport over oversiktlig granskning av Viva Wine Group AB:s h  lbarhetsredovisning samt yttrande avseende den lagstadg  de h  lbarhetsrapporten

Till Viva Wine Group AB, org.nr 5591 78-4953

INLEDNING

Vi har fått uppdrag av styrelsen f  r Viva Wine Group AB att översiktligt granska Viva Wine Group AB:s h  lbarhetsredovisning f  r   r 2022. Företaget har definierat h  lbarhetsredovisningens omf  tning på sidan 136-137 i detta dokument varav den lagstadgade h  lbarhetsrapporten definieras på sidan 3.

STYRELSENS OCH LEDNINGENS ANSVAR

Det är styrelsen och ledningen som har ansvaret för att upprätta h  lbarhetsredovisningen inklusive den lagstadgade h  lbarhetsredovisningen i enlighet med tillämpliga kriterier respektive   rsredovisningslagen. Kriterierna framgår på sidan 44 i h  lbarhetsredovisningen, och utgörs av de delar av ramverket för h  lbarhetsredovisning utgivet av GRI (Global Reporting Initiative) som   r tillämpliga f  r h  lbarhetsredovisningen, samt av företagets egna framtagna redovisnings- och beräkningsprinciper. Detta ansvar innefattar även den interna kontroll som bedöms nödvändig för att upprätta en h  lbarhetsredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa berör på oegentligheter eller misstag.

REVISORNS ANSVAR

Vårt ansvar är att uttala en slutsats om h  lbarhetsredovisningen grundad på vår översiktliga granskning och l  rna ett yttrande avseende den lagstadgade h  lbarhetsrapporten. Vårt uppdrag   r begränsat till informationen i detta dokument, och den historiska information som presenteras och oml  ttar således inte framtidsorienterade upp  gifter. Vi har utf  rt vår översiktliga granskning i enlighet med ISAE 3000 (revised). Andra besv  randeuppdrag   n revisioner och översiktliga granskningar av historisk finansiell information. En   versiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till

personer som är ansvariga för upprättandet av h  lbarhetsredovisningen, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. Vi har utf  rt vår granskning avseende den lagstadgade h  lbarhetsrapporten i enlighet med FARs rekommendation RevR 12. Revisorns yttrande om den lagstadgade h  lbarhetsrapporten. En   versiktlig granskning och en granskning enligt RevR 12 har en annan inriktning och en betydligt mindre omf  tning jämfört med den inriktning och omf  tning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i övrigt har.

Revisionsföretaget tillämpar ISQM 1 (International Standard on Quality Management) som kräver att företaget utformar, implementerar och hanterar ett system för kvalit  tsstyrning inklusive riktlinjer eller r  nner avseende efterlevnad av yrkesetiska krav, standarder för yrkesut  bningen och tillämpliga krav i lagar och andra författningar. Vi är oberoende i förhållande till Viva Wine Group AB enligt god revisionssed i Sverige och har i övrigt f  ljg  rt vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning och granskning enligt RevR 12 g  r det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning och granskning enligt RevR 12 har därför inte den säkerhet som en utt  lad slutsats grundad på en revision har.

Vår granskning av h  lbarhetsredovisningen utg  r från de av styrelsen och företagsledningen valda kriterier, som definieras ovan. Vi anser att dessa kriterier   r lämpliga för upprättande av h  lbarhetsredovisningen.

Vi anser att de bevis som vi skaffat under vår granskning   r tillräckliga och ändamålsenliga i syfte att ge oss grund för våra uttalanden nedan.

UTTALANDEN

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att h  lbarhetsredovisningen inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan av styrelsen och företagsledningen angivna kriterierna.

En lagstadgad h  lbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm den 24 april 2023

Ernst & Young AB

Andreas Nyberg
Auktoriserad revisor
Ouli Alestalo
Specialistmedlem i FAR



Aktieeigarinformasjon

RAPPORTERINGSTILLFÄLLEN 2023

Årsredovisning 2022	25 april
Årsstämma 2023	16 maj
Delårsrapport januar – mars 2023	17 maj
Delårsrapport januar – juni 2023	29 augusti
Delårsrapport januar – september 2023	22 november

DISTRIBUTIONSPOLICY

Viva Wine Groups årsredovisning skickas per post vid begäran. Delårsrapporter distribueras endast i elektronisk form.

För prenumeration, investors.vivagroup.se/sv/
pressmeddelanden/

INVESTERARRELATIONER / AKTIEÄGARKONTAKT

Mikael Sundström
mikael.sundstrom@vivagroup.se

KONTAKTA VIVA WINE GROUP

Adress: Blasieholmsgatan 4A, 111 48 Stockholm
Tel: +46 8 - 21 83 88
E-post: info@vivagroup.se
Hemsida: vivagroup.se

ÅRSSTÄMMA I VIVA WINE GROUP

Årsstämman i Viva Wine Group hålls tisdagen den 16 maj 2023 kl. 10.00 i bolagets lokaler på Blasieholmsgatan 4 A i Stockholm.

Rätt att delta i stämman

Aktieägare som önskar delta i årsstämman ska dels vara införd i den av Euroclear Sweden AB förda aktieboken på avstämningsdagen som är måndagen den 8 maj 2023, dels senast onsdagen den 10 maj 2023 anmäla sig och eventuella biträden (högst två) skriftligen per post till Baker & McKenzie Advokatbyrå, Ait: Carl Isaksson, Box 180, 101 23 Stockholm eller per e-post till carl.isaksson@bakermckenzie.com.

Fullmakter

Aktieägare som företräds genom ombud ska utfärda skriftlig och daterad fullmakt för ombudet. En kopia av fullmakten samt eventuellt registreringsbevis bör, för att underlätta inpasseringen vid stämman, ha kommit bolaget tillhanda genom att insändas till Bolagets adress Blasieholmsgatan 4A, 111 48 Stockholm, senast den 10 maj 2023. Fullmaktformulär finns tillgängligt på bolagets hemsida, www.vivagroup.se.

Omregistrering av förvaltare registrerade aktier

Aktieägare som har sina aktier förvaltarregistrerade hos bank eller annan förvaltare måste genom förvaltarens försorg tillfälligt låta registrera aktierna i eget namn för att äga rätt att delta i stämman. Sådan registrering, som normalt tar några dagar, ska vara verkställd senast måndagen den 8 maj 2023 och bör därför begäras hos förvaltare i god tid före detta datum. Rösträtsregistrering som av aktieägare har begärts i sådan tid att registreringen har gjorts av relevant förvaltare senast onsdagen den 10 maj 2023 kommer att beaktas vid framställningen av aktieboken.



Våra försäljningsmarknader

Våra dryckers ursprung



Viva Wine Group | Blasieholmsgatan 4A, Stockholm | +46 8-21 83 88 | info@vivagroup.se

Design: formgärda.se



Tryck:
DanagårdLitho, 2023



Miljömärkt trycksak
3041 0196



Klimatkompenserat
papper