2024

# Sjálfbærni-skýrsla

KRÓNAN

# Efnisyfirlit

## Sjálfbærniskýrsla Krónunnar


Ávarp framkvæmdastjóra ..... 3
Okkar samfélagslega ábyrgð ..... 4
Stefnan okkar ..... 5
Markmið sem náðust í ár ..... 7
Árið í tölum ..... 8
Áskoranir ..... 9
Umhverfisvegferð síðustu ára ..... 10
Viðurkenningar og verðlaun á árinu ..... 11


## 1. Umhverfismál


Umhverfisstefna ..... 13
Svansvottun ..... 14
Matarsóun ..... 15
Flokkun ..... 17
Krónan og Hringrásarhagkerfið ..... 19
Umbúðastefna ..... 22
Umhverfisvænar orkulausnir ..... 25
Kolefnisspor Krónunnar ..... 27
Krónan og samstarfsaðilar ..... 28


## 2. Lýðheilsa og samfélag


Lýðheilsustefna ..... 34
Styrkir til samfélagstengdra málefna ..... 40
Viðburðir ..... 44


## 3. Jafnrétti


Mannauðsstefna ..... 47
Það er gott að vinna í Krónunni ..... 48
Krónuskólinn ..... 53
Fræðsla og þróun í starfi ..... 54

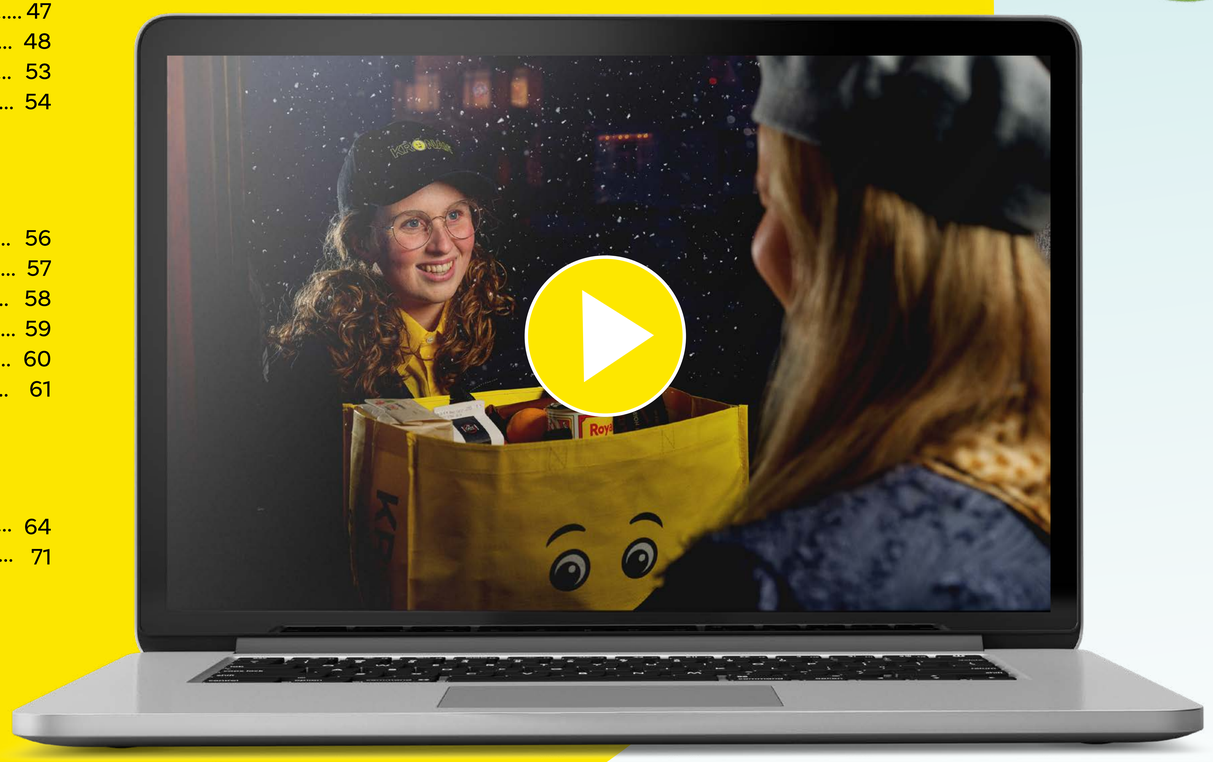

## 4. Stjórnarhættir


Daglegur rekstur og innkaup ..... 56
Broskallakerfið í verslunum ..... 57
Sjálfbærnimat birgja og þjónustuaðila ..... 58
Tvíþátta mikilvægisgreining ..... 59
Kolefnisjöfnun ..... 60
Markmiðin okkar ..... 61


## 5. Ítarefni


Yfirlitstöflur, ítarefni og hugtök ..... 64
Um skýrsluna + Sjálfbærniuppgjör ..... 71


**Sjáðu brot af því besta frá árinu 2024**



# Ávarp framkvæmdastjóra

**Með þakklæti, stolti og auðmýkt kveðjum við liðið ár, sem hefur verið eitt það viðburðarríkasta í sögu Krónunnar. Á liðnu ári fórum við í djúpa stefnumótunarvinnu þar sem yfir 150 manns úr okkar frábæra teymi tóku þátt í að skerpa stefnu okkar. Í þeirri vinnu settum við sjálfbærni í forgrunn – ekki sem valkost heldur nauðsyn í síbreytilegum heimi.**

**Sjálfbærni er rauði þráðurinn í allri okkar starfsemi og árangurinn lætur ekki á sér standa. Við höfum tekið stór skref fram á við og þar má meðal annars nefna;**

- **41% minni losun kælimiðla**
- **5% hærra flokkunarhlutfall úrgangs frá verslunum**
- **Hættum með frauðplast**
- **Fleiri rafmagnsbílar í heimsendingarþjónustu**
- **Innleiðing sjálfbærnimats birgja og útreikningur á umfangi 3**

Við höfum einnig lagt áherslu á fræðslu og upplýsingagjöf til viðskiptavina, enda er markmið okkar að auðvelda þeim upplýst val. **Heillakarfan** markar eitt af okkar stærstu framfaraskrefum á sviði lýðheilsu, en markmið hennar er að stuðla að heilbrigðari neysluvenjum. Við hlutum Hvatningarverðlaun Creditinfo fyrir Heillakörfuna á sviði framúrskarandi sjálfbærni og nýsköpun sem við tökum með okkur inn í nýtt ár. Við hjálpuðum einnig viðskiptavinum að spara þegar við efldum og kynntum betur til leiks Ódýrt vörulínuna okkar með “ódýrt bólunni” og gulum verðmerkingum í verslun. Við höfum stóraukið vöruúrval í “ódýrt” valkostum okkar en það eru ódýrustu vöruliðirnir í hverjum vöruflokki fyrir sig.

Samstörf og samfélagsábyrgð skipta okkur miklu máli. Við unnum með fjölbreyttum aðilum, sér í lagi í skapandi greinum, þar sem umhverfisvitund var leiðarljósið. Verkefni á borð við samstarf okkar við Meltu og Listaháskólann hafa reynst afar dýrmæt bæði fyrir Krónuna og hönnunarsamfélagið – og viðurkenning okkar á Hönnunarverðlaunum Íslands fyrir bestu fjárfestingu í hönnun staðfestir það.

**Í gegnum Samfélagsstyrk Krónunnar höfum við styrkt fjölda verkefna sem stuðla að bættri lýðheilsu og umhverfisvitund.** Í ár hlutu 500 fjölskyldur jólastyrk Krónunnar, sem hefði ekki verið mögulegt án dyggs stuðnings viðskiptavina okkar. Við viljum einnig styðja við nærsamfélag verslana okkar og höfum á liðnu ári stóraukið aðgengi að Krónunni fyrir landsbyggðina með aukinni heimsendingarþjónustu. Það er okkur hjartans mál að bjóða sem flestum landsmönnum upp á fjölbreytt og ferskt vöruúrval á sem allra hagkvæmasta verði og á sama verði um land allt.

Við erum einnig stolt af því að hafa hlotið **Íslensku ánægjuvogina 8. árið í röð.** Það eru verðlaun sem við deilum með öllu okkar frábæra starfsfólki – því þeirra jákvæðni, framsækni og samstaða gerir Krónuna að því sem hún er.

Gagnsæi og aðgengi að sjálfbærniupplýsingum hefur aldrei verið meira í forgrunni. Í ár birtum við niðurstöður umfangsmikillar CSRD greiningar og setjum kolefnisspor keyptra matvæla í aðgengilegra samhengi.

**Við höldum ótrauð áfram – með ábyrgð, framsækni og jákvæðni að leiðarljósi!**

**Við tökum fagnandi á móti nýju ári, vopnuð framsækni og áræðni til að stíga stór skref.**

Guðrún Aðalsteinsdóttir
Framkvæmdastjóri Krónunnar

# Okkar samfélagslega ábyrgð

**Við í Krónunni viljum hafa áhrif til góðs og sýna samfélagslega ábyrgð í verki. Það gerum við með því að beina kröftum okkar að umhverfi og lýðheilsu, bæði í starfsemi Krónunnar sem matvöruverslunar en einnig í fræðslu og miðlun til viðskiptavina okkar til að hjálpa þeim að lifa heilsusamlegum og sjálfbærum lífsstíl.**

Við hugum stöðugt að úrbótum í okkar starfsemi til að stuðla að jákvæðum breytingum og minnka umhverfisáhrif af daglegum innkaupum viðskiptavina – og trúum því að í samvinnu við viðskiptavini okkar og þjónustuaðila getum við sífellt bætt okkur og byggt upp grænni og heilsusamlegri framtíð í sameiningu.

Við höfum sett okkur langtímamarkmið að verða nettó-núll árið 2035. Krónan hefur kolefnisjafnað sína losun síðan 2021, en að minnka losun gróðurhúsalofttegunda er eitt af okkar stærstu verkefnum. Þetta verkefni krefst skýrrar sýnar og raunhæfrar aðgerðaráætlunar.

## Heimsmarkmið Sameinuðu Þjóðanna

**Við teljum mikilvægt að vinna ekki einungis í þágu samfélags okkar heldur samræma okkur við þau markmið sem unnið er eftir á heimsvísu.**

Frá árinu 2019 höfum við unnið að því að móta markmið okkar og samræma við Heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna.

**FRAMTÍÐARSÝNIN**

# Við viljum gera **heilsusamlegan og sjálfbæran lífsstíl** að daglegum venjum allra.

**MARKMIÐIÐ**

**Ánægðustu viðskiptavinirnir**

**HLUTVERKIÐ**

**Við einföldum** lífið í daglegum innkaupum og komum **réttu vöruúrvali** í hendur viðskipta-vina okkar á eins **ódýran** hátt og mögulegt er

**GILDIN**

**Framsækin, Snjöll** og **#TeamKrónan**

# Stefnan

## FRAMTÍÐARSÝNIN

Framtíðarsýn Krónunnar er að gera **heilsusamlegan og sjálfbæran lífsstíl að daglegum venjum allra**.

Krónan er leiðandi í hollum og ferskum matvörum og við vitum að í krafti stærðar okkar getum við haft áhrif til góðs. Viðskiptavinir okkar leita sífellt meira að vörum án gerviefna og rotvarnarefna, framleiddum á sjálfbæran hátt. Við hjálpum viðskiptavinum að taka upplýstar ákvarðanir og stillum heilsusamlegum valkostum framar í flæði.

Við trúum að sjálfbærni stuðli að árangri og ánægju bæði viðskiptavina og starfsfólks. Með áherslu á umhverfi, lýðheilsu og jafnrétti sýnum við samfélagslega ábyrgð í verki, bæði í rekstri Krónunnar og með fræðslu til að styðja heilsusamlegan og sjálfbæran lífsstíl.

## MARKMIÐIÐ

**Ánægðir viðskiptavinir** eru grundvöllur velgengni hvers fyrirtækis.

Krónan miðar að því að uppfylla þarfir og væntingar viðskiptavina sinna með framúrskarandi þjónustu og vöruúrvali, sem stuðlar að tryggð og ánægju.

Krónan hefur nú unnið Íslensku ánægjuvogina átta ár í röð og er markmið okkar að halda því áfram.

## HLUTVERKIÐ

Krónan er snjöll **lágvöruverðsverslun sem einfaldar viðskiptavinum sínum lífið í daglegum innkaupum.** Hvort sem það snýr að því að vera umhverfisvænni neytandi, þægindum í snjalllausnum, upplifun í verslunum og góðu vöruúrvali, þá er Krónan leiðandi á íslenskum matvörumarkaði.

Með því að hlusta á þarfir viðskiptavina tryggjum við að hver og einn finni réttu vörurnar, í takt við sínar þarfir og óskir. Við aðlögum **vöruúrvalið** að ólíkum markhópum og leggjum áherslu á að bjóða fjölbreytta, holla og næringarríka valkosti, ásamt lífrænum og umhverfisvottuðum nýjungum.

Sem lágvöruverðsverslun keppist Krónan alla daga við að vera samkeppnishæf í verðum. Einnig býður Krónan upp á sama hagstæða verðið um land allt. Viðskiptavinir geta elt **Ódýrt** merkið í verslunum okkar og vitað með vissu að þeir er að gera ódýrustu kaupin í hverjum vöruflokki eða valið um frekari gæði á góðu verði. Við komum fjölbreyttu vöruúrvali til viðskiptavina á sem allra hagstæðasta verðinu.

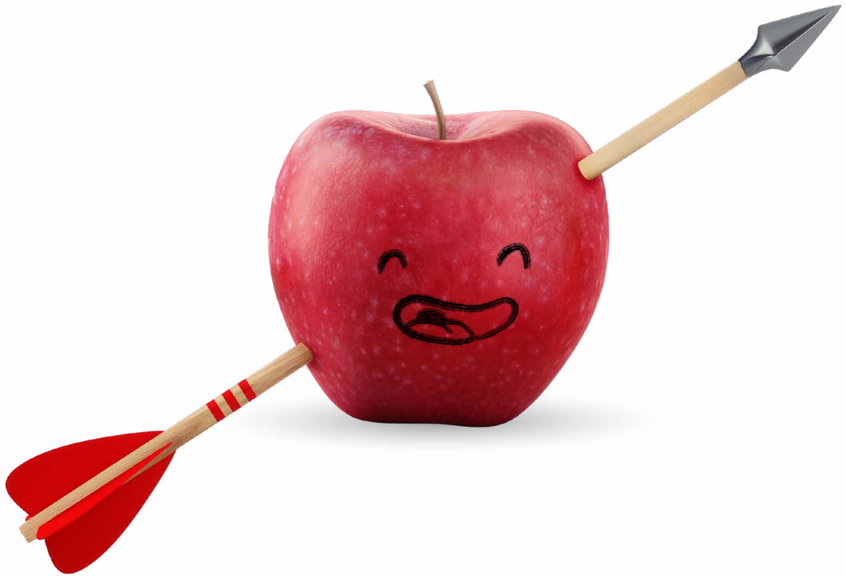
## GILDIN

Krónan er **framsækin**; þorir að vera leiðandi og koma með nýjungar sem breyta leiknum.

Við erum **snjöll** og nýtum gögn, stafrænar lausnir og innsæi okkar til að skapa snjallari framtíð.

Við erum **#TeamKrónan** sem hefur dugnað, liðsheild og gleði að leiðarljósi, enda vitum við að saman getum við gert stórkostlega hluti.

# Markmið sem náðust í ár



**Mælingar og greining á matarsóun**
Já, með daglegu eftirliti og vikulegri greiningu höfum við minnkað hlutfall matvara sem lenda á Síðasta séns.

**Aukum hlutfall rafmagnsbíla fyrir heimsendingar**
Já, við jukum hlutfallið úr 73% í 79% á höfuðborgarsvæðinu.

**Innleiða sjálfbærnimat á 40% birgja okkar**
Já, og gott betur. Í lok árs stóð hlutfallið í **57%** og við stefnum á 100% í lok árs 2025.

**Minnkun almenns sorps um 5%**
Já, almennt sorp minnkaði um 30% og er því komið niður í 379.803 kg.

**Aukum hlutfall CO2 kæla úr 52% í 58%**
Að hluta, hlutfall umhverfisvænni kæla hækkaði upp í 56%.

**Bæta við Krónukrönum**
Já, við bættum við tveimur Krónukrönum á Hvolsvelli og á Selfossi.

**100% LED lýsing**
Nei, við stöndum í 96% en stefnum að 100% LED lýsingu fyrir 2027.

**Hefja innleiðingu á databar í samstarfi við birgja**
Nei, en verkefnið er hafið og verður klárað á nýju ári.

**Byrja að reikna nýja þætti í Umfangi 3**
Já, við byrjuðum meðal annars að reikna kolefnisspor seldra vara og vöruflutninga.

**Fræðsla og miðlun til viðskiptavina um umhverfismál**
Já, við nýtum hvert tækifæri til að fræða um umhverfismál, m.a. með því að bjóða í strætó á Degi jarðar og með grænni seríu á Tiktok.

**Auka sölu á umhverfisvottuðum og lífrænum vörum**
Já, sala á umhverfisvottuðum vörum jókst um 13% og á lífrænum vörum um 6%.

**Tala um ávexti og grænmeti alla daga ársins**
Já, á hverjum degi tölum við um ávexti og grænmeti, hvort sem það er á samfélagsmiðlum, á skjákerfum í verslunum eða í öðru markaðsefni.

**Fræðsla til viðskiptavina um lýðheilsu**
Já, upplýst val um hollari kosti skiptir okkur máli, og höfum við nýtt vettvang eins og Heillakörfuna til að koma þeim skilaboðum áleiðis.

**Viðhalda starfsánægju í 4 af 5 stigum mögulegum**
Já, starfsánægja stendur í 3,99.

**Viðhalda jafnlaunavottun**
Já.

**Hvetja fleira starfsfólk til íslenskunáms**
Já, t.d. með innleiðingu á Bara tala verkefninu.

# Árið í tölum

**Banani**
var vinsælasta vara ársins og hefur verið frá upphafi.

**83,5%**
flokkunar-hlutfall.

**96%**
LED-lýsing - aðeins ein verslun eftir!

**2.151.294**
stykkjum af matvælum bjargað í gegnum Síðasti séns!

**Eina**
Svansvottaða matvöruverslunin á Íslandi.

**Átta**
ár í röð, ánægðustu viðskiptavinirnir í Íslensku ánægju-voginni.

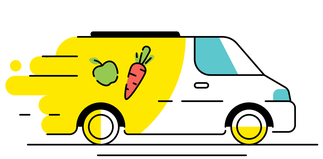
**51%**
hlutdeild á markaði meðal fólks á aldrinum 25-55 ára á höfuðborgar-svæðinu. Árið 2019 var hún 37%.*

**27**
verslanir um allt land að meðtalinni Snjallverslun.

**1.132**
starfsmenn í Krónunni.

**24**
ár í smásölu á Íslandi.

**4.150**
þátttakendur á Krónuviðburðum.



**30%**
aukning veltu í Snjallverslun.

**35%**
aukning notenda í Krónuappinu.

**19.400**
virkir notendur í Heillakörfunni.

**40.000**
viðskiptavinir Skönnuðu og skunduðu á árinu.

*Samkvæmt könnun Gallup.

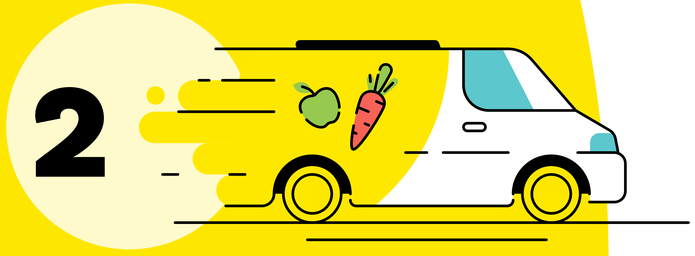
# Áskoranir

**Ýmsar áskoranir munu verða á sjálfbærnivegferð okkar. Við fetum ótroðnar slóðir og erum stöðugt að læra. Með því að greina þessar áskoranir erum við betur í stakk búin til að ráðast í fyrirbyggjandi aðgerðir. Helstu áskoranir sem við stöndum frammi fyrir eru:**

## Að auka eftirspurn á umbúðalausum lausnum

Við erum afar stolt af okkar umbúðalausu lausnum og myndum helst vilja auka vægi þeirra í verslunum okkar.  Að versla umbúðalaust og fá áfyllingu kemur í veg fyrir framleiðslu á nýjum einnota umbúðum með tilheyrandi umhverfisáhrifum og kostnaði.

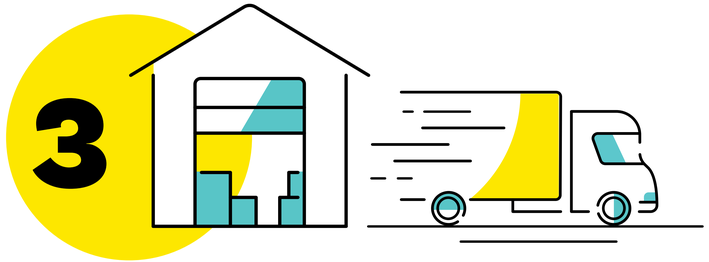
Sala á umbúðalausum lausnum hérlendis hefur gengið hægar en við vonuðumst eftir. Þetta hefur meðal annars leitt til þess að við höfum verið knúin til að hætta með bæði sápubarinn og Hreppamjólk í sjálfsala. Við höldum áfram að vinna ótrauð áfram að því að bæta lausnirnar og gera þær eftirsóknarverðari. Þannig verður ávinningur fyrir alla, ekki síst umhverfið.




## Að ná 100% hlutfalli rafbíla í bílaflotanum okkar

Árið 2024 keyptum við meira af eldsneyti en árið áður. Ástæða þess er bætt þjónusta okkar á landsbyggðinni og eins og tæknin er í dag, og til að tryggja öryggi og velferð bílstjóra, verða þeir bílar sem notaðir eru utan höfuðborgarsvæðisins að ganga fyrir eldsneyti. Markmiðið er að hinsvegar að kaupa eingöngu rafbíla og þegar um díselbíla er að ræða reynum við að kaupa lífrænan dísel.

Góðu fréttirnar eru þær að við erum sífellt að fjölga rafmagnsbílum á höfuðborgarsvæðinu og hækka þar með hlutfall þeirra í heimsendingum. Það er okkar von að tækni og innviðir verði til þess að við getum farið í umskipti og fært okkur nær jarðefnaeldsneytislausri framtíð.




## Ábyrgð sem fylgir langri aðfangakeðju

Við erum hluti af umfangsmikilli aðfangakeðju og hluti af stærra matvælakerfi sem er langt frá því að vera sjálfbært. Á árinu fórum við í mikla endurskoðun eftir að í ljós kom að store-in-store rekstraraðili hjá okkur var að fara illa með starfsfólk. Við drógum mikinn lærdóm af atvikinu og fórum í miklar betrumbætur á verkferlum til að koma í veg fyrir að slík atvik komi upp aftur.

Langar aðfangakeðjur í matvörubransanum hafa veruleg áhrif á sjálfbærni og fela í sér flóknar áskoranir. Löng flutningsvegalengd og margþætt net framleiðenda og birgja torveldar eftirlit með sjálfbærri framleiðslu og sanngjörnum vinnuskilyrðum. Sem stór aðili á markaði getum við haft áhrif með því að stytta aðfangakeðjuna, krefjast aukins gagnsæis og leggja áherslu á góða stjórnarhætti birgja með innleiðingu á sjálfbærnimati og siðareglum þar sem markmiðið er ávallt að stuðla að sjálfbærari matvæladreifingu.

# Umhverfisvegferð síðustu ára

2020

**Kvöddum burðarpoka** úr plasti.

2021

Urðu allar verslanir okkar **Svansvottaðar.**

Byggðum við upp innviði fyrir hringrásarverkefnið okkar **„Taktu poka - skildu eftir poka“.**

2022

**Tókum við í notkun nýjar innkaupakerrur og -körfur,** sem framleiddar eru úr endurunnum fiskinetum og plasti úr hafinu.

Settum við upp fyrstu umbúðalausu aðstöðurnar; **vatnskrana í Vík, Hreppamjólk í Lindum og sápubar á Granda.**

2023

**Settum upp fyrsta þurrvörubarinn** okkar í Skeifunni.

**Settum af stað flokkunarkeppni** til að betrumbæta flokkunarhlutfall.

2024

**Byrjuðum við að molta okkar eigin lífræna úrgang** í samstarfi við Pure North.

**Kvöddum við frauðplastið fyrir fullt og allt** á okkar eigin vörum.

**Gáfum við út Heillakörfuna** til að hvetja viðskiptavini til sjálfbærari innkaupa.

2025

# Viðurkenningar og verðlaun á árinu

Við erum hrærð!
Ánægðustu viðskiptavinirnir 8. árið í röð

**Best Of Reykjavík - Best Grocery Store** (Grapevine)

**Vörumerki ársins** (Maskína)

**Lúður** (Ímark) Val fólksins, sumarherferðin

**Jafnvægisvogin** (FKA)

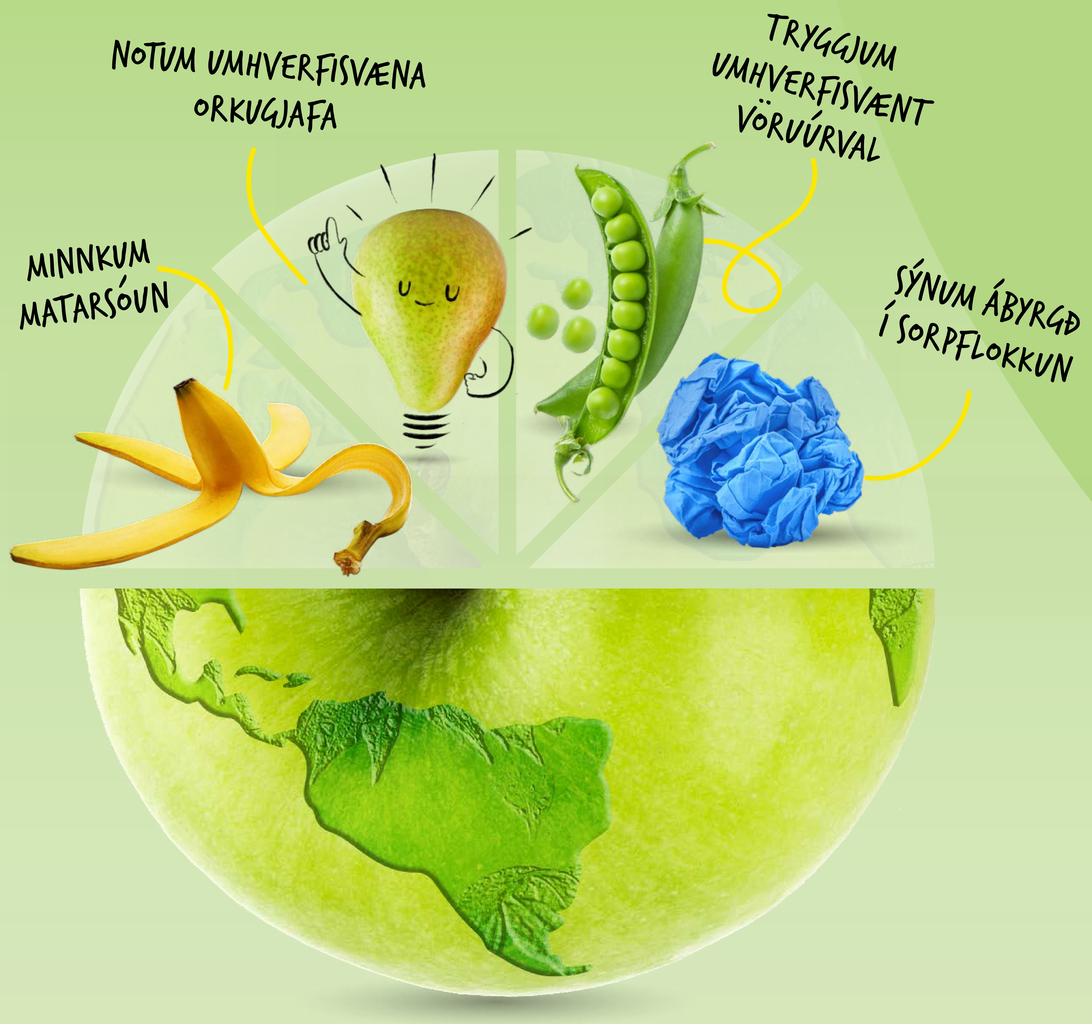
**Hvatningarverðlaun** (CreditInfo og Festa)
Fyrir framúrskarandi framtak um nýsköpun á sviði sjálfbærni

**Besta fjárfesting í hönnun**
(Hönnunarmiðstöð Íslands)

**Sjálfbærniásinn** (Prósent, Langbrók og Stjórnvísi)

# Umhverfismál

**Umhverfisstefna Krónunnar leggur fyrst og fremst áherslu á að minnka matarsóun, nota umhverfisvæna orkugjafa, tryggja umhverfisvænt vöruúrval og sýna ábyrgð í sorpflokkun.**




# Umhverfisstefna

**Minnkum matarsóun**
Að minnka matarsóun í allri aðfangakeðjunni – allt frá innkaupum og vörustýringu til sölu á matvöru sem er að renna út á tíma. Við hendum aldrei mat sem enn er neysluhæfur og flokkum í lífrænar tunnur þegar matvaran er ónýt. Við mælum og greinum matarsóun okkar reglulega til að koma í veg fyrir frekari sóun í framtíðinni.

**Sýnum ábyrgð í sorpflokkun**
Við viljum vera leiðandi í flokkun og leita leiða til að minnka almennt sorp. Við erum hlynnt hringrásarhagkerfinu og sýnum ábyrgð í sorpflokkun. Við flokkum og endurvinnum allan pappír og pappa, plastumbúðir og matarleifar sem falla til í starfseminni, ásamt því að safna textíl, málmi, gleri og spilliefnum. Við bjóðum upp á umbúðalausar og umhverfisvænar umbúðir til að auðvelda og minnka sorpflokkun viðskiptavina okkar.

**Notum umhverfisvæna orkugjafa**
Krónan styðst við umhverfisvæna orkugjafa og 100% endurnýjanlega raforku. Græn umskipti eru nauðsynleg til að binda enda á notkun jarðefnaeldsneytis og koma í veg fyrir frekari loftlagshlýnun. Við nýtum þá orku sem við þurfum vel og leitum sífellt leiða til að takmarka orkunotkun eins og hægt er í allri starfsemi Krónunnar.

**Tryggjum umhverfisvænt vöruúrval**
Við leggjum áherslu á umhverfisvænt vöruúrval og sjálfbæra kosti. Við erum meðvituð um ábyrgð okkar sem tengiliður neytenda við matvælakerfið. Við nýtum okkur snjallar lausnir til að skapa gagnsæi fyrir neytendur, styðjum við staðbundna framleiðslu og hækkum hlutdeild lífrænna matvæla. Með réttu vöruúrvali sköpum við hvata til að velja sjálfbæra og heilsusamlega kosti, bæði fyrir viðskiptavini og umhverfið.

# Svansvottun

**Allar verslanir Krónunnar eru Svansvottaðar sem hluti af heildrænni umhverfisnálgun fyrirtækisins. Kröfur Svansins fyrir dagvöruverslanir ná yfir umhverfisþætti í rekstri verslana, svo sem matarsóun, orkunotkun, flokkun úrgangs og umhverfisvænt vöruúrval.**

Krónan er eina verslunin á landinu með Svansvottun og ein af þremur á öllum Norðurlöndunum!

## Hvað er Svansvottun?

Svansvottun er opinbert og vel þekkt umhverfismerki á Norðurlöndunum sem hefur meðal annars það markmið að halda umhverfislegum áhrifum af vöru og þjónustu í lágmarki. Til viðbótar við þessar lágmarkskröfur Svansins þarf matvöruverslun að hafa náð tilteknum fjölda tilgreindra umbótaaðgerða til að hljóta vottun.

## Hvernig hjálpar Svansvottun Krónunni?

Krónan hefur verið Svansvottuð síðan 2019. Það er okkur mjög mikilvægt að viðhalda vottuninni en viðmið Svansvottunar eru endurskoðuð á 3–5 ára fresti og það hjálpar okkur að setja raunhæf en krefjandi umhverfismarkmið í okkar rekstri.

## Svansvottun Krónunnar þýðir að:

**Að minnsta kosti 12% af öllum rekstrar- og snyrtivörum sem Krónan selur eru umhverfisvottaðar (vottaðar með Svaninum, Evrópublóminu eða annarri vottun).**

**Að minnsta kosti 3% af matar- og drykkjarvörum sem Krónan selur eru lífrænt vottaðar.**

**Áhersla er lögð á mælingar og greiningar á matarsóun og markvisst unnið að því að sporna gegn henni. Það sama á við um flokkun og almennt rusl.**

**Krónan þarf að hafa virka orkustefnu og aðgerðaáætlun sem dregur úr orkunotkun.**

**Krónan notar einungis umhverfisvottaðar ræsti- og hreinlætisvörur fyrir eigin þrif og rekstur.**

**Hluti af nýliðaþjálfun er að veita fræðslu um Svansvottun verslunarinnar og hvað hún þýðir.**

# Matarsóun

Á síðustu árum höfum við bjargað um 95% af þeim matvælum sem annars hefði verið hent

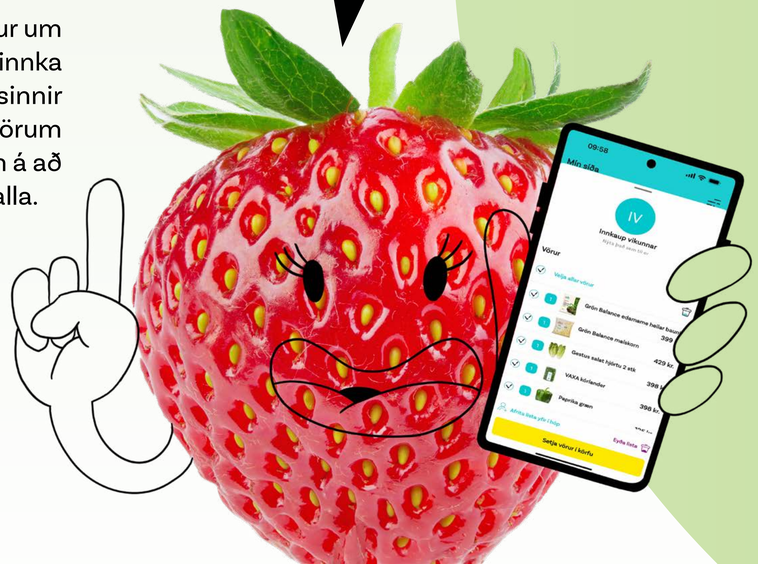
**Eitt mikilvægasta verkefnið sem við tökumst á við er að lágmarka alla matarsóun. Við hendum aldrei neysluhæfum mat og seljum því vörur sem eru orðnar þreyttar á lægra verði í gegnum Síðasti séns-verkefnið okkar, en það gegnir mikilvægu hlutverki í aðfangakeðju Krónunnar. Ef varan selst heldur ekki á lægra verði bjóðum við viðskiptavinum okkar hana frítt.** Það er svo ekki fyrr en varan er orðin óneysluhæf að hún er flokkuð í lífrænan úrgang. Með þessum aðgerðum tókst okkur að bjarga 2.151.294 stykkjum af matvælum á árinu sem höfðu verið skráð í rýrnun vegna minni ferskleika, útlitsgalla, umbúðagalla eða vegna fyrningar-dagsetninga sem nálguðust óðfluga. Við erum afar ánægð með að sjá þessar tölur, því þarna er um að ræða matvöru sem áður hafði farið ósnert í förgun.

Krónan fylgist með innkaupum og sölu daglega. Það gildir ekki síður um sölu vara í gegnum Síðasta séns því það er okkur kappsmál að minnka sóun í aðfangakeðjunni með betri innkaupum. Starfsfólk okkar sinnir daglega öflugu gæðaeftirliti og hefur heimild til að lækka verð á vörum ef stutt er í fyrningardagsetningu, umbúðir eru skaddaðar, ef varan á að hætta í sölu eða einfaldlega ef um er að ræða minniháttar útlitsgalla.

Viðskiptavinir Krónunnar hafa tekið þessu verkefni fagnandi því með þessu fá þeir vörur á góðu verði og við getum lagt okkar af mörkum til að draga úr matarsóun.

**Í tilefni Evrópsku nýtnivikunnar, þar sem þemað var matarsóun, gáfum við viðskiptavinum hagnýt ráð**

**Skrifaðu innkaupalista til að minnka matarsóun heima hjá þér!**



## Við spornum gegn matarsóun í hverju skrefi

**1 Vara pöntuð**

Þegar vara er pöntuð er hugsað út í að það sé rétt magn á réttum tíma til að bjarga verðmætum og koma í veg fyrir matarsóun.

**2 Vöruhús**

Þegar vara er móttekin í vöruhús er skráð hvenær hún rennur út. Virkt eftirlit er á dagsetningum í vöruhúsi.

**3 Verslun**

Vörur sem eiga styttri líftíma fá betri framstillingu, svo þær séu auðsjáanlegri fyrir viðskiptavini.

**4 Síðasti séns**

Þar gefst viðskiptavinum tækifæri á að kaupa vörur á veglegum afslætti, allt niður í 99 kr.

**5 Gefins**

Í ákveðnum tilvikum eru vörur gefnar, til að koma í veg fyrir að þeim sé hent.

**6 Molta**

Þegar vörur eru orðnar of þreyttar til að selja eða gefa fara þær í lífrænan úrgang. Þeim úrgangi er svo komið í jarðgerð.

# Mælingar og greiningar á matarsóun

**Krónan leggur mikla áherslu á kerfisbundnar og reglulegar mælingar á úrgangi til að efla umhverfisvitund og bæta rekstur. Verslanirnar framkvæma mánaðarlegar flokkunarmælingar á úrgangi, sem skipt er í almennan úrgang, pappír, plast, litað plast og lífrænan úrgang. Markmiðið er að halda hlutfalli almenns úrgangs undir 20% af heildarúrgangi. Árið 2024 var hlutfall almenns úrgangs 17%.**

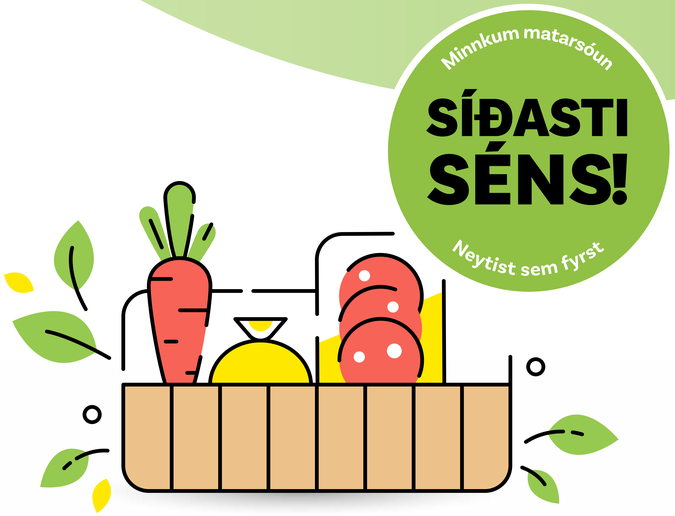
**Hvað varðar matarsóun, þá byggjast lykilmælikvarðar Krónunnar á tveimur aðalþáttum: minnkun matarsóunar og stöðugum mælingum á rýrnun. Rýrnun er mæld daglega og borin saman við sambærileg gögn frá fyrra ári.**

Til að hámarka nýtingu er birgðastýring aðlöguð út frá sölutölum. Daglegar pantanir á fersku hráefni hjálpa til við að draga úr rýrnun og fylgjast með framvindu **Síðasti séns**-verkefnisins, þar sem ferskvörur eru yfirfarnar og pantaðar daglega með samanburði við fyrra ár. Frammistaða er einnig metin með því að bera saman rýrnunarhlutfall miðað við veltu.
Rýrnun í kílóum fyrir ávexti og grænmeti er skoðuð ásamt hlutfalli lífræns úrgangs milli ára. Þessar mælingar eru uppfærðar og greindar vikulega af verslunarstjóra Krónunnar, en úrgangsgögn eru tekin saman mánaðarlega. Daglega upplýsir verslunarstjóri aðra stjórnendur um gögnin og bendir á hvar hægt sé að bæta sig.

## Fyrirbyggjandi aðgerðir

Krónan vinnur markvisst að því að koma í veg fyrir matarsóun á öllum lífsferli vörunnar. Þegar vörur eru pantaðar er vandlega hugað að því að tryggja að rétt magn sé pantað á réttum tíma til að varðveita verðmæti og lágmarka sóun. Við móttöku vöru í vöruhúsi eru geymsluþolsskráningar teknar og fylgst er með dagsetningum af kostgæfni. Þegar vörur eru orðnar of skemmdar til að þær verði seldar eða gefnar eru þær flokkaðar sem lífrænn úrgangur sem síðan er sendur í moltugerð.

Hjá Krónunni starfa gæðastjórar til að sinna eftirliti, meðal annars fyrir ávexti og grænmeti annarsvegar og kjötvörur hinsvegar, en þessir tveir vöruflokkar eru viðkvæmastir þegar kemur að ferskleika og geymsluaðstæðum.



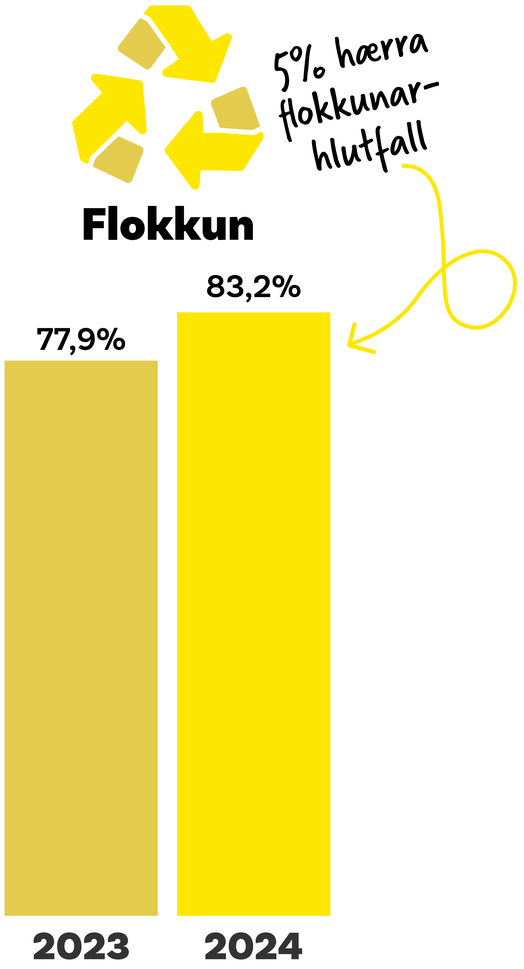

## Hvatning

Krónan notar hvatningu og efnahagslegan ávinning til að koma í veg fyrir matarsóun. Þegar vörur koma í verslanir fá þær sem eru með skemmra geymsluþol meira áberandi staðsetningu til að auka sýnileika fyrir viðskiptavini. Ef þær seljast ekki af hillum eru þær færðar í „Síðasti séns“-deildina þar sem viðskiptavinir geta keypt þær á verulegum afslætti – allt niður í 99 krónur. Í sumum tilvikum eru vörur gefnar til að koma í veg fyrir förgun. Þannig skapast fjárhagslegur hvati til að kaupa vörur með styttra geymsluþol. Við notum viðburði eins og Evrópsku nýtnivikuna og Alþjóðlega daginn gegn matarsóun, ásamt uppskriftum sem einblína á afganga, til að vekja athygli á matarsóun, fræða viðskiptavini okkar og hafa áhrif á hegðun þeirra til að draga úr sóun.

# Flokkun og flokkunarhlutfall

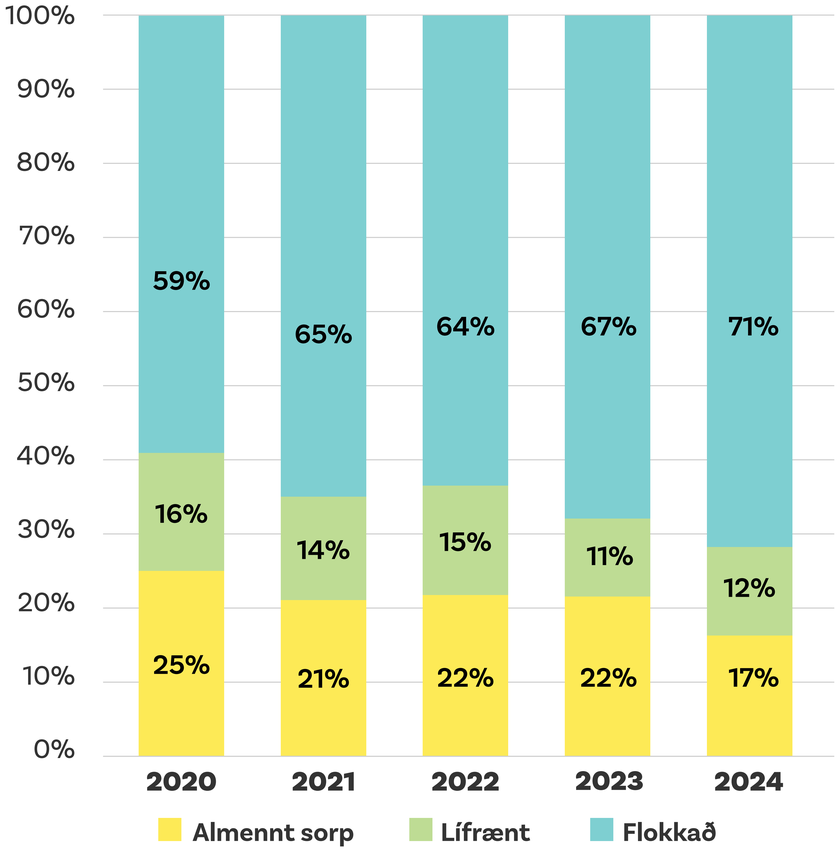
**Við höfum einsett okkur að vera leiðandi í flokkun og halda förgun á óflokkuðu sorpi í algjöru lágmarki.**

Umhverfis- og efnahagslegur ávinningur af því að minnka almennt sorp er ótvíræður og því um verðugt markmið að ræða. Við leitum stöðugt nýrra leiða til að bæta úrgangsstjórnun okkar og valdefla starfsfólk til að hjálpa okkur að því marki.




Flokkunarhlutfall úrgangs frá verslunum

Almennt sorp árið 2024 var 379.803 kg, en árið áður var það 543.222 kg. Magn af almennu sorpi var því 163.419 kg minna, þrátt fyrir að síðasta ár hafi verið söluhæsta ár Krónunnar frá upphafi og flæði af vörum í gegnum verslun okkar hafi aldrei verið meira. Markmið ársins var að minnka almennt sorp um 5%, en það var þess í stað í kringum 30%. Þessi árangur hefur ekki komið að sjálfu sér og erum við afar stolt af starfsfólki okkar verslanna sem sýnir gífurlegan metnað þegar kemur að því að gera vel í þessum málaflokki.



Gummi og hans frábæra starfsfólk á Hvolsvelli

# Flokkunarkeppni Krónunnar

**Annað árið í röð veitum við verðlaun fyrir flokkara ársins. Þar keppast verslanir um að koma sem stærstu hlutfalli af rekstrarúrgangi Krónunnar aftur inn í hringrásarhagkerfið með flokkun. Keppnin er skemmtileg leið til að virkja starfsfólk og upplýsa um mikilvægi flokkunar og minna á nauðsyn umhverfisvitundar í okkar rekstri, en afrakstur keppninnar var bættur árangur í flokkunarmálum, vitundarvakning og fræðsla.**

Sigurvegarinn hlýtur að launum veislu fyrir sitt starfsfólk og farandsbikar eftir Stúdíó Fléttu sem er endurnýttur úr öðrum verðlaunagripum. Veitt voru verðlaun í þremur flokkum ásamt hástökkvara ársins, en í ár var það Hvolsvöllur sem fór með sigurinn með aðeins 8,1% af almennu sorpi. Hástökkvari ársins var Akureyri sem hlaut einnig verðlaun sem sigurvegari í sínum stærðarflokki, ásamt Krónunni á Akrabraut og Krónunni í Mosfellsbæ.

Farandbikar flokkunarkeppninnar

## Viðtal við Guðmund Jónsson, verslunarstjóra á Hvolsvelli:

**Hvernig náðuð þið þessum ótrúlega árangri síðasta árið?**
*Við höfum náð árangri með betri upplýsingagjöf, betri aðstöðu og hvatningu fyrir starfsfólk og viðskiptavini. Sérstakir átakstímar með aukinni áherslu á flokkun og endurvinnslu hafa líka hjálpað.*

**Hvernig virkjar þú starfsfólk til flokkunar?**
*Við tölum um mikilvægi þess að flokka og hvetjum til þátttöku. Hér í Rangárþingi kunna allir að flokka á sínum heimilum og það er í raun ekkert öðruvísi hér í Krónunni.*

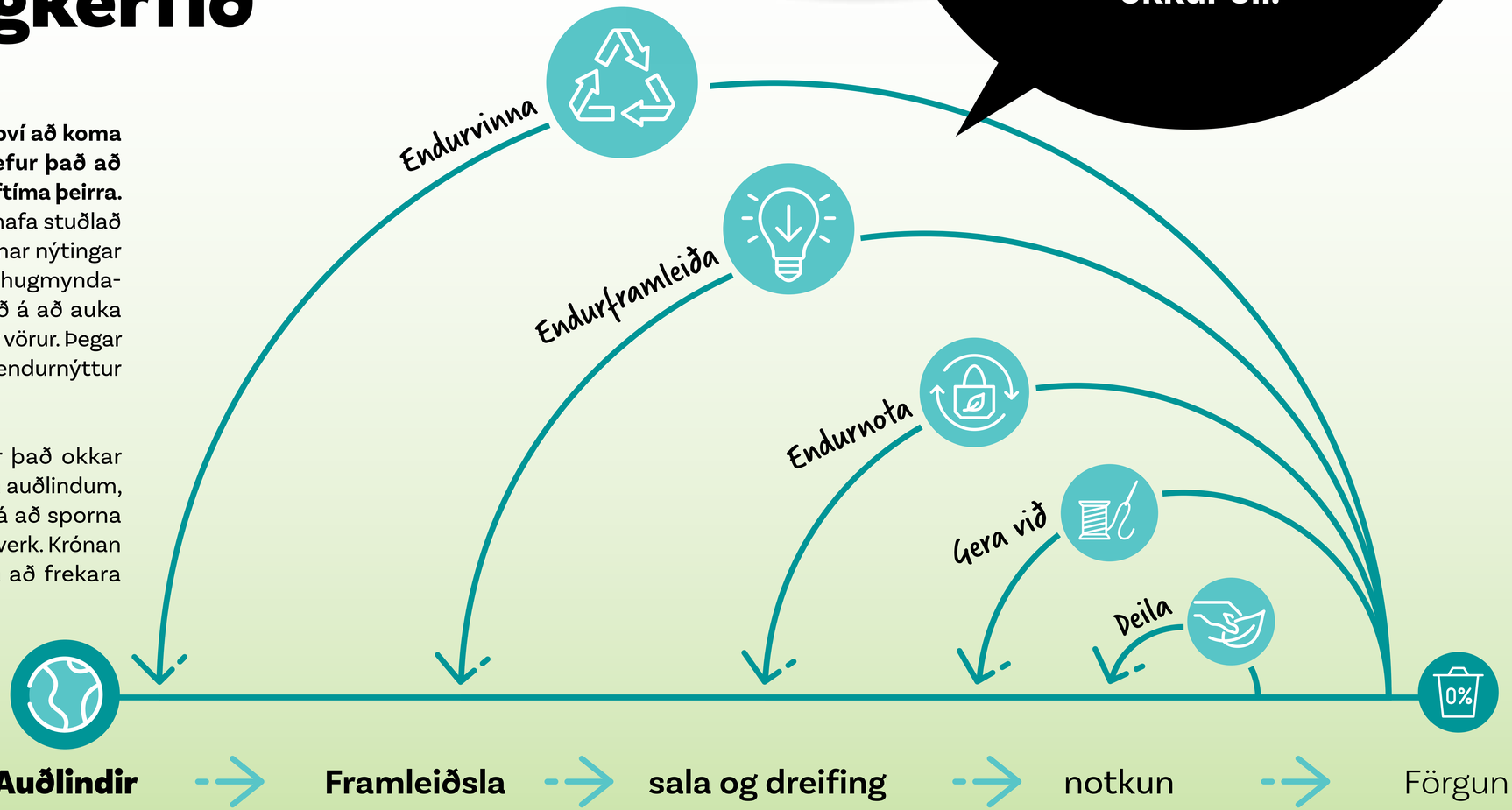
**Eruð þið með eigin markmið hvað varðar flokkun næsta árs?**
*Já, við tökum alltaf eitt ár í einu og viljum sjá sífellda bætingu í flokkunarhlutfalli. Með þessu sýnum við að þetta er vel hægt, og það hefur vonandi jákvæð áhrif á aðrar stofnanir og fyrirtæki í samfélaginu.*

# Krónan og hringrásarhagkerfið

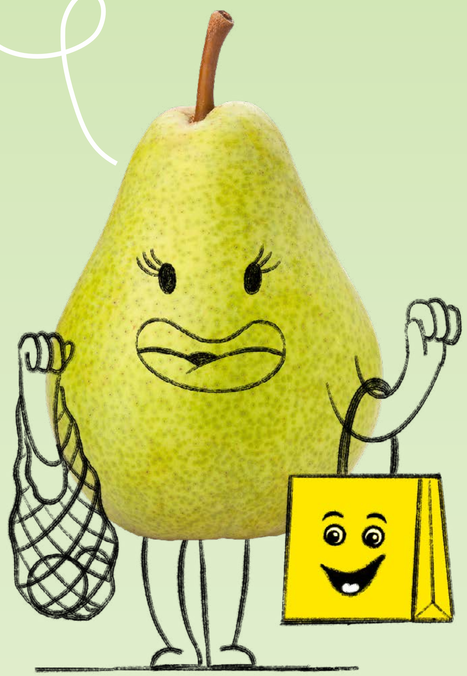
**Hringrásarhagkerfið er hagkerfi sem miðar að því að koma í veg fyrir að auðlindir verði að úrgangi og hefur það að markmiði að draga úr auðlindanotkun og auka líftíma þeirra.** Neyslumenning nútímans og krafa um þægindi hafa stuðlað að styttri endingartíma vara, sem leiðir til aukinnar nýtingar náttúruauðlinda. Hringrásarhagkerfið byggist á hugmyndafræði deilihagkerfisins, þar sem áhersla er lögð á að auka aðgengi að þjónustu fremur en að framleiða nýjar vörur. Þegar vara er ekki lengur í notkun er efniviður hennar endurnýttur og hún fær nýtt hlutverk í öðru samhengi.

Sem ein stærsta matvöruverslun landsins er það okkar samfélagslega ábyrgð að koma í veg fyrir sóun á auðlindum, tíma og matvælum með því að leggja áherslu á að sporna gegn matarsóun og gefa öðrum efnivið nýtt hlutverk. Krónan stendur fyrir nokkrum verkefnum sem stuðla að frekara hringrásarhagkerfi.

**Hringrásarhagkerfið er mikilvægt fyrir alla þar sem árangur skilar sér í grænni framtíð fyrir okkur öll.**



Ég fer alltaf með alla auka poka sem safnast upp heima í pokastöðina í minni Krónuverslun



## Endurvinna

### Afpökkunarborð og batterístandar

**Umbúðir utan um matvörur eru nauðsynlegar til þess að varðveita vöruna og minnka matarsóun. En notaðar umbúðir geta einnig átt þátt í umhverfisvanda og plastmengun, sérstaklega þegar þær eru ekki flokkaðar eða endurnýttar.**

Í flestum verslunum Krónunnar eru svokölluð afpökkunarborð þar sem viðskiptavinum er boðið upp á að flokka og skilja eftir plast- og pappaumbúðir. Við sjáum svo til þess að umbúðirnar séu flokkaðar og endurunnar á réttan hátt. Þetta er í samræmi við 12. heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna um sjálfbæra þróun sem miðar að ábyrgri neyslu og framleiðslu.

**Nú er einnig búið að setja upp skilastöðvar fyrir rafhlöður í öllum verslunum Krónunnar.**

## Deila

### Fjölnota pokar í deilihagkerfi

**Notkun á fjölnota pokum hefur aukist gríðarlega síðustu ár og til að stuðla að því að þeir nýtist enn betur í daglegum innkaupum hefur Krónan leitað lausna til að koma þeim inn í hringrásarhagkerfið.**

Deilihagkerfið **Taktu poka, skildu eftir poka** miðar að því að viðskiptavinir geti annaðhvort gripið innkaupapoka sem aðrir viðskiptavinir hafa skilað til Krónunnar eða skilið eftir poka sem ekki var verið að nota. Fjölnota pokarnir eiga það til að hrannast upp í bílnum eða á heimilinu og því er gott að geta komið þeim í gagnið annars staðar. Þetta sjálfbæra hagkerfi kemur í veg fyrir framleiðslu á nýjum pokum, og sparar þannig bæði mikilvægar auðlindir og orku.

**Þessar sérstöku pokastöðvar eru staðsettar við afgreiðslukassa í flestum Krónuverslunum og eru allar tegundir poka velkomnar á pokastöðvunum.** Það besta er að þetta er alfarið deilihagkerfi viðskiptavina okkar – við sköpum bara vettvanginn.

## Endurframleiða

### Grænu kerrurnar

**Hluti af stefnu Krónunnar að taka þátt í hringrásarhagkerfinu felst í því að skipta út eldri innkaupakerrum og -körfum fyrir þær sem framleiddar eru úr endurnýttum fiskinetum og öðru endurunnu plasti úr sjónum.**

Talið er að um **640.000 tonn** af ónýtum fiskinetum liggi á hafsbotni víða um heiminn og valdi dauða hundruð þúsunda dýra á ári hverju. Með því að endurnýta þessi net, vinna þau í plastkurl og finna þeim nýtt líf sem umhverfisvænar innkaupakörfur í verslunum Krónunnar stuðlum við að því að halda hafinu okkar hreinu og miðlum um leið mikilvægri fræðslu til viðskiptavina okkar á áþreifanlegan hátt.

Árið 2022 voru grænar kerrur komnar í 11 verslanir Krónunnar og voru þær 42% af kerruflotanum okkar. **Árið 2024 voru verslanirnar orðnar 19 og gert er ráð fyrir einni nýrri verslun í ár.** Stefnt er að því að fjölga grænum kerrum áfram jafnt og þétt, en við nýtum þó eldri kerrur eins lengi og mögulegt er og skiptum þeim einungis út þegar þörf er á. Þannig höldum við áfram að feta veginn í átt að minni umhverfisáhrifum og fjölgun hringrásarlausna.

Eftir hrekkjavöku geta viðskipta-vinir skilað gömlum graskerum til okkar, við komum þeim í jarðgerð.

## Endurvinna

## Grasker í hringrás

**Hrekkjavakan hefur skipað sér stóran sess í starfsemi verslana á haustin. Árið 2022 byrjuðum við á hringrásar-verkefni með graskerum þar sem viðskiptavinum bauðst að skila keyptu graskeri til okkar að hátíð lokinni og við sáum um að koma þeim í réttan farveg.**

**Í ár sáum við aukningu á skilum á graskerum um rúmlega 200 stykki, sem jafngildir um hálfu tonni.**

Við hvöttum einnig til umhverfisvænni hrekkjavöku og vöktum athygli á margnota skrauti og leiðum til að minnka matarsóun. Við munum halda þessari þjónustu áfram í framtíðinni með það að markmiði að auka vitund um matarsóun og hringrásarhagkerfið.

## Endurnota

## Viðarkassar í hringrás

**Við viljum koma fleiru í hringrás en pokum og graskerum.**

Hjá Krónunni falla til viðarkassar utan af eplum sem hægt er að nýta í föndur, sem gjafakörfur og í eldivið. Einnig má oft finna stærri pappakassa sem henta vel fyrir matvæli eða flutninga.

**Viðskiptavinir geta nælt sér í kassa í öllum verslunum Krónunnar án endurgjalds.**

Hægt að nýta í föndur, sem gjafakörfu og eldivið. Stærri pappakassar henta vel fyrir matvæli eða í flutningum.

## Endurnota

## Grænmetiskassar í hringrás

**Flestir viðskiptavinir þekkja kassana sem geyma grænmetið okkar í verslunum. Þessir kassar, í eigu Sölufélags garðyrkju-manna, eru í stöðugri hringrás milli bænda, Sölufélagsins og verslana, sem dregur úr þörf fyrir nýja kassaframleiðslu.**

Á hverju ári þvær Sölufélagið um milljón kassa, sem stuðlar að sjálfbærari nýtingu. Þessi hringrásarsaga finnst okkur falleg og mikilvægt að deila.

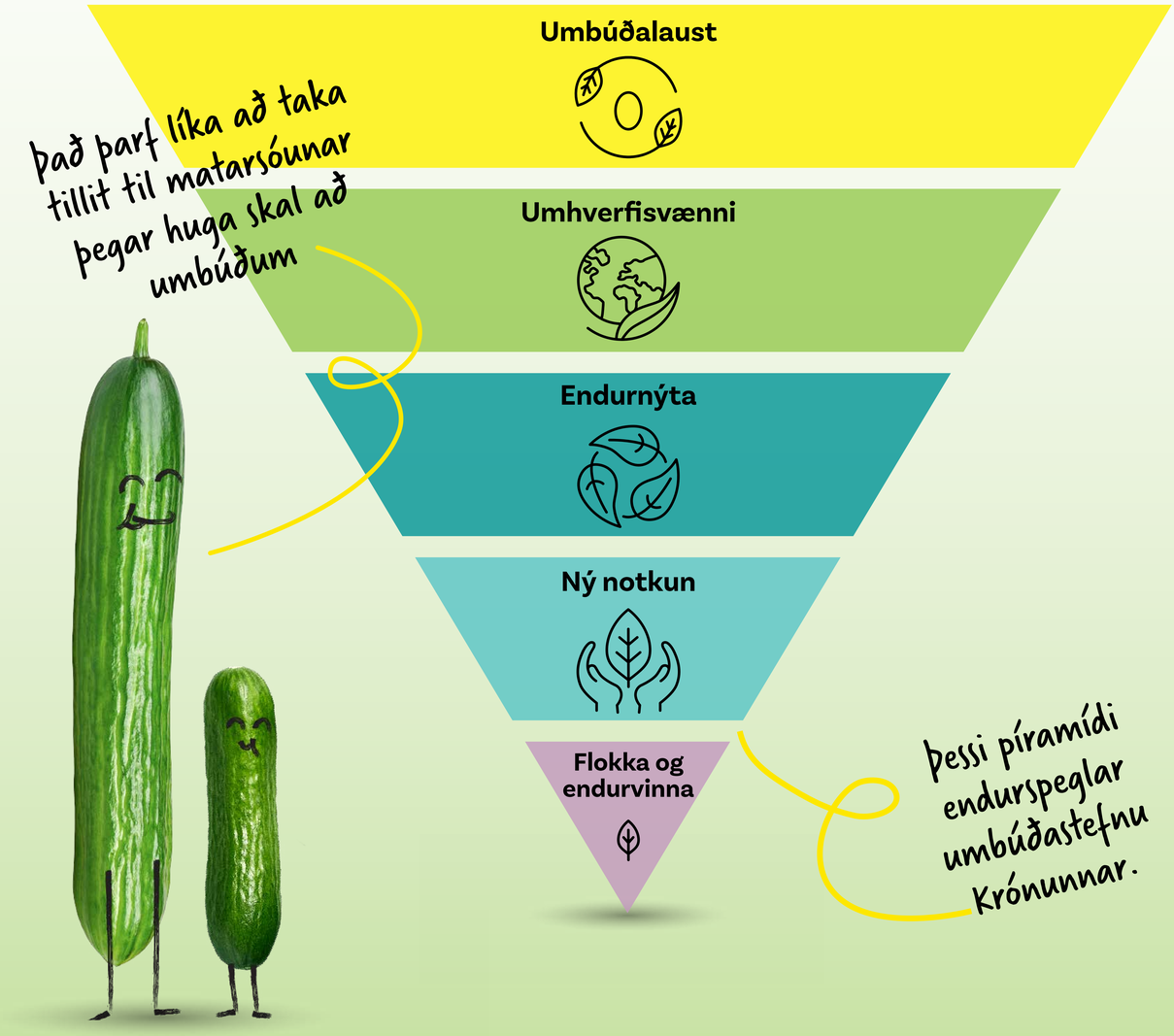
**Árið 2016 innleiddum við svipaða lausn með bændum og birgjum erlendis með notkun grænna samanbrjótalegra kassa sem ferðast um heiminn. Í ár sendum við um 350.000 slíka kassa frá okkur.** Þeir bæta einnig flutningsskilyrði ferskvöru miðað við pappakassa, þar sem sterkara efni, betri möguleikar í stöflun og aukin loftun tryggja gæði og betri meðhöndlun matvælanna.

# Umbúðastefna

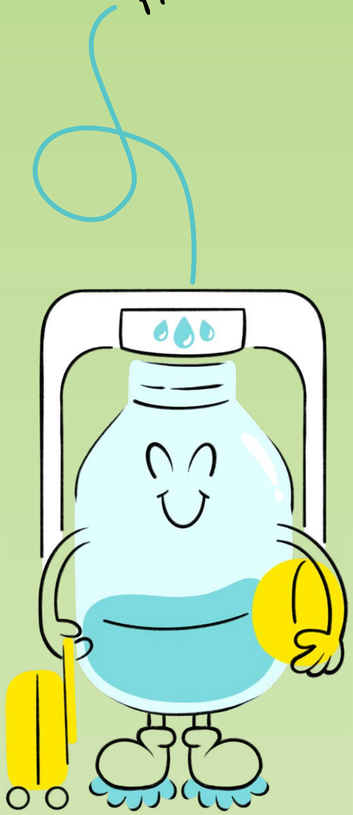
**Minnkun umbúðanotkunar hefur verið einn af hornsteinum umhverfisstefnu Krónunnar í þjónustu við viðskiptavini.** Við vinnum markvisst með söluaðilum og dreifingaraðilum að því að minnka umbúðir og skipta út umbúðategundum sem valda sem mestum umhverfisáhrifum. **Með því að fækka óþarfa umbúðum léttum við ekki aðeins á óþarfa handavinnu viðskiptavina heldur drögum einnig úr álagi á flokkunartunnur heimilanna.**

**Í sumum tilfellum er einfalt að bjóða vörur án umbúða, en stundum þarf að huga að þáttum eins og matarsóun – minni umbúðir geta leitt til þess að vara fyrnist hraðar eða skemmist í flutningi.** Aðrar áskoranir eru flóknari, eins og að afla betri gagna um umbúðanotkun söluaðila og meta þau áhrif sem fylgja því að fjarlægja eða breyta umbúðum. Við leggjum áherslu á að allar breytingar sem við gerum leiði til raunverulegra umbóta.

Þegar umbúðir eru óhjákvæmilegar leggjum við áherslu á endurnýtingu þeirra frekar en endurvinnslu og hvetjum viðskiptavini okkar til að gera slíkt hið sama.



Með því að velja Krónukrana komu viðskiptavinir okkar í veg fyrir að 31.641 nýjar flöskur væru framleiddar



## Krónukranar

**Árið 2021 var fyrsti Krónukraninn settur upp í verslun okkar í Vík í Mýrdal og ári síðar bættist við krani í Krónunni á Granda. Við bættum við tveimur Krónukrönum í verslanir á árinu 2024, á Hvolsvelli og Selfossi.**

Framtakið var til komið vegna fyrirspurna viðskiptavina Krónunnar sem vildu greitt aðgengi að umhverfisvænum og umbúðalausum drykkjarkostum þar sem væri hægt að fylla á fjölnota brúsa, viðskiptavinum að kostnaðarlausu. Krönunum var komið fyrir á aðgengilegum stöðum til að sem flestir gætu haft aðgang að því einstaka hreina vatni sem við Íslendingar erum svo heppin að eiga. Með þessu er von til þess að draga úr notkun einnota plastbrúsa og ýta undir aukna vatnsneyslu Íslendinga. Í ár spöruðust 3.809 flöskur á Grandanum og 25.647 flöskur í Vík í Mýrdal þegar viðskiptavinir nýttu sér Krónukrana.

Það seldust 1694 kíló árið 2024 á þurrvörubarnum!

## Þurrvörubar

**Frá því að verkefnið hófst fyrir rúmu ári síðan hafa verið settir upp þurrvörubarir í Skeifunni, á Granda og á Akureyri. Viðskiptavinir sem vilja temja sér vistvænni neysluhætti hafa tekið vel í umbúðalausu lausnirnar og okkar markmið er að stækka þann hóp enn frekar.**

Á þurrvörubarnum er hægt að koma með eigin ílát að heiman, en einnig grípa pappírspoka til að fylla á ef ílátið gleymist, og boðið er m.a. upp á kúskús, rauðar linsur, nýrnabaunir, kjúklingabaunir, svartar baunir, hýðishrísgrjón og pasta. Í ár lögðum við nýjung til barsins, en það er handgert eplagranóla.

**Árið 2024 seldust 1694 kíló af þurrvöru með þessum hætti, en það samsvarar 3388 stykkjum af 500 gramma pokum. Hver notkun á barnum telur og því höldum við áfram að þróa þessa lausn í samtali við viðskiptavini okkar.**

# Bændamarkaður

**Á hverju hausti brjótum við upp hefðirnar og setjum upp heilnæman og vistvænan bændamarkað með nýuppteknu grænmeti beint frá býli.**

Þetta er í áttunda sinn sem Bændamarkaður Krónunnar er haldinn í samstarfi við Sölufélag garðyrkjumanna og hafa vinsældir hans meðal viðskiptavina farið vaxandi ár frá ári. Má í því sambandi nefna að á markaðnum í fyrra seldust yfir 100 tonn af nýuppteknu íslensku grænmeti samanborið við 30 tonn þegar Bændamarkaðurinn var fyrst haldinn árið 2012. Í ár slógum við met en þá seldust um 105 tonn af grænmeti.

Allt íslenska grænmetið á Bændamarkaði Krónunnar er tínt eða tekið upp með reglulegu millibili dagana sem markaðurinn stendur. Það berst því nýtt og ópakkað frá bændum landsins til verslana Krónunnar og getur því ekki verið mikið ferskara en það. Fyrir okkur er Bændamarkaðurinn meira en bara viðburður – hann er hornsteinn íslensks landbúnaðar og uppskeruhátíð sem ýtir undir íslenska matarmenningu og styður við staðbundna framleiðslu.

# Umhverfisvænar orkulausnir

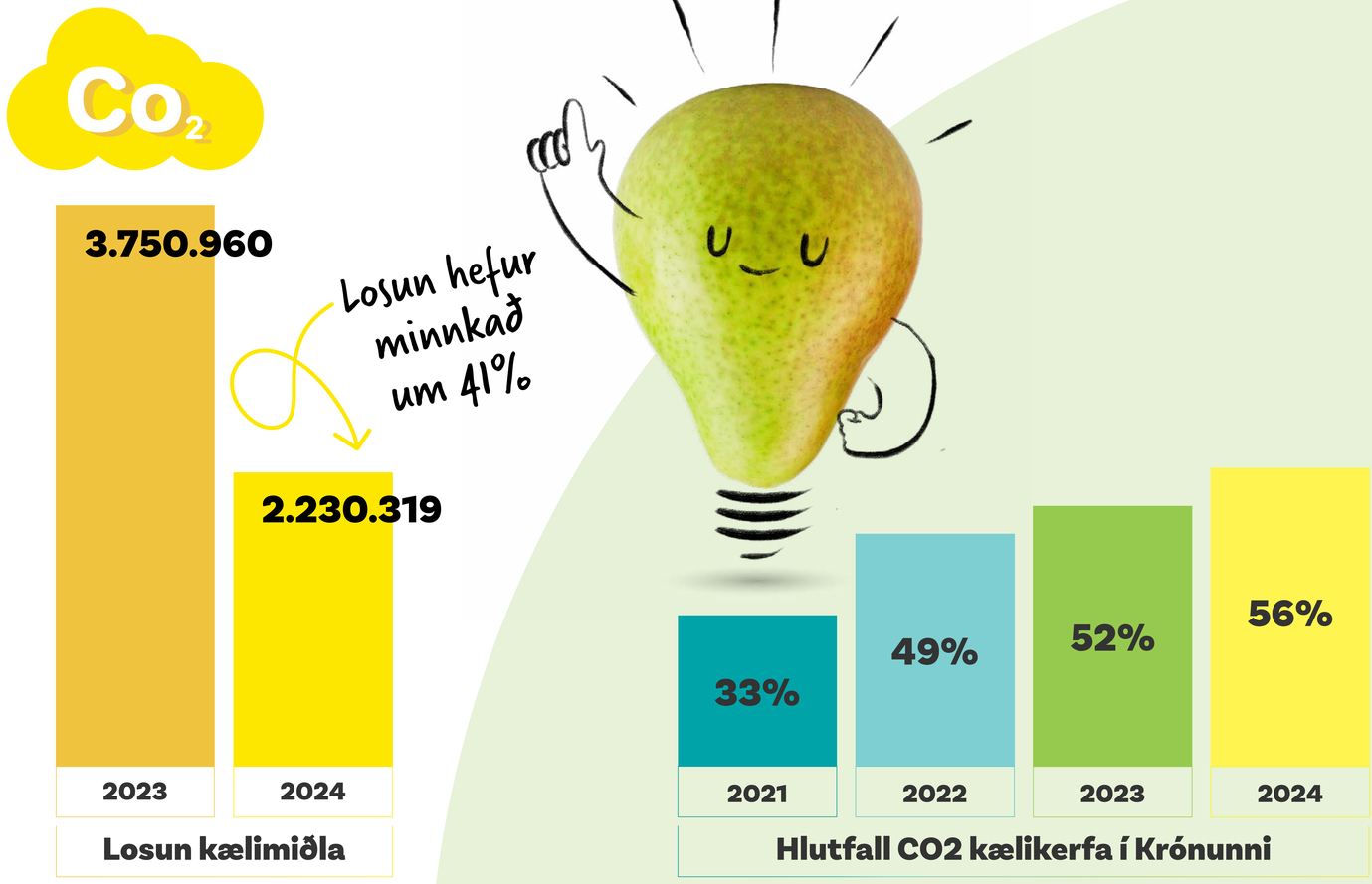
**Við fylgjumst grannt með rafmagnsnotkun í öllum verslunum okkar og vinnum markvisst að því að rafvæða sem flesta þætti rekstursins.** Á Íslandi nýtum við endurnýjanlega raforku að stórum hluta, en enn treysta mörg svið í atvinnulífinu á jarðefnaeldsneyti, bæði beint og óbeint.

**Hjá Krónunni höfum við lagt okkur fram um að draga úr orkunotkun og auka skilvirkni, meðal annars með rafvæðingu bílaflotans og betri nýtingu þeirrar orku sem við notum.**

## Skilvirk orkunotkun

**Rekstur verslana krefst mikillar orku, en með réttum aðgerðum er hægt að draga verulega úr orkusóun**. Við byggingu nýrra verslana leggjum við áherslu á orkusparandi lausnir, svo sem lokaða kæla og frysta, vistvæn CO2-kælikerfi og LED-lýsingu. Þessar aðgerðir hafa dregið úr orkunotkun um 25–50%. Að auki hefur notkun lokaðra kæla minnkað upphitunarþörf í verslunum okkar.

Á árinu 2023 nam kolefnissporið úr kælimiðlum 3.750.960 tCO2í á meðan notkunin árið 2024 stóð í 2.230.319 tCO2í. Lækkunin, sem má rekja til breytinga á kælimiðlum, er því 41% milli ára.



# Rafbílavæðing

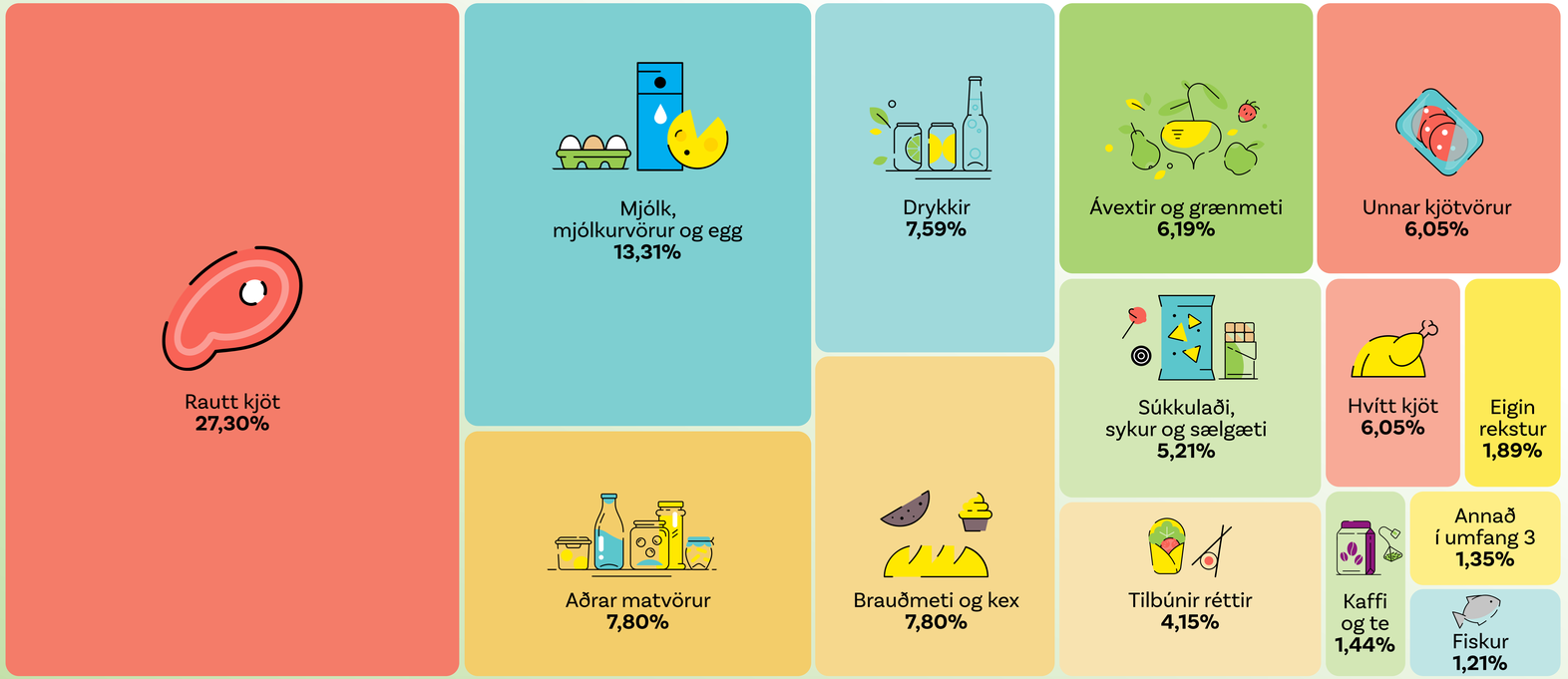
**Krónan stefnir að fullri rafbílavæðingu Snjall-verslunarinnar. Áskorun er að finna í vaxandi starfsemi Krónunnar á landsbyggðinni, þar sem veður- og vegaskilyrði ásamt núverandi tækni rafbíla setja okkur enn takmarkanir.**
Hinsvegar hefur hlutfall rafbíla á höfuðborgar-svæðinu hækkað, í lok árs 2023 var hlutfall rafbíla um 73% en er nú komið upp í 78,57%. **Það samsvarar hækkun um 5,57%**.

**Með rafbílavæðingunni drögum við úr kolefnis-spori okkar, bætum loftgæði og nýtum orkuna á skilvirkari hátt – allt í takt við umhverfisstefnu Krónunnar.**

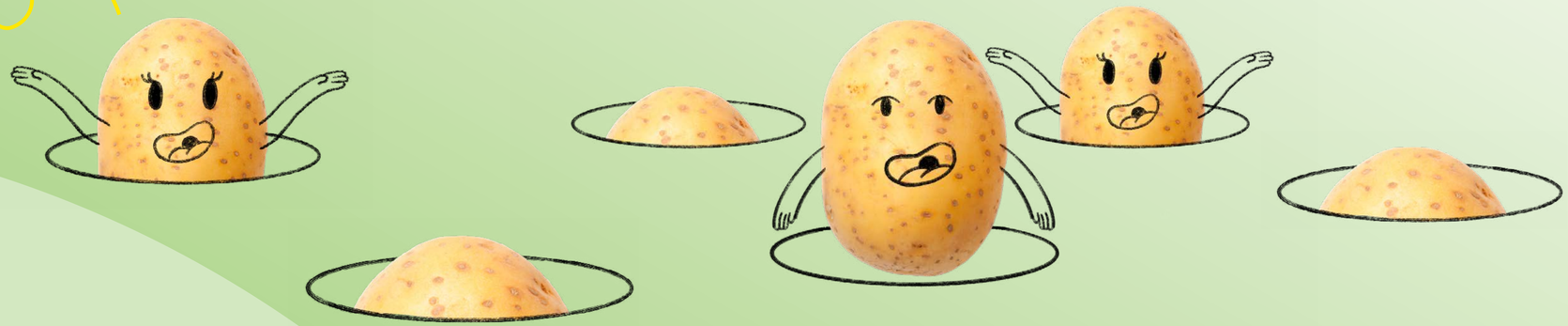
Við höldum áfram á þessari vegferð og höfum þegar sett upp hraðhleðslustöðvar við verslanir okkar í Lindum og Norðurhellu, og á næsta ári fer upp stöð við verslun okkar á Granda. Á næstu árum munum við bæta fleiri hleðslustöðvum við verslanir okkar til að auðvelda viðskiptavinum að velja vistvænan samgöngumáta.

# Kolefnisspor Krónunnar

Krónan hefur unnið markvisst að því að kortleggja og greina kolefnisspor sitt enn nákvæmar, sérstaklega í umfangi 3, sem nær til óbeinna losunarþátta í aðfangakeðjunni. Með aukinni gagnasöfnun höfum við fengið skýrari mynd af heildarumhverfisáhrifum starfseminnar. Ljóst er að stærsti hluti kolefnisspors Krónunnar tengist seldum vörum, þar sem kjöt ber hæst vegna framleiðsluþátta eins og fóðurframleiðslu, landnotkunar og losunar gróðurhúsalofttegunda. Þessi innsýn gerir okkur kleift að leggja markvissari áherslu á að draga úr áhrifum með fjölbreyttari valkostum og aukinni fræðslu til viðskiptavina.




Hvernig væri að borða meira grænmeti?



# Krónan og samstarfsaðilar

**Það skiptir okkur í Krónunni miklu máli að vinna með skapandi fólki og fyrirtækjum sem geta hjálpað okkur að hugsa út fyrir rammann.**

Rauði þráðurinn í þessu samstarfi er aukin umhverfisvitund og sjálfbærni, en á síðasta ári tókum við þátt í spennandi verkefnum með eftirfarandi samstarfsaðilum sem öll miðuðu að því að minnka umhverfisáhrif og finna nýjar leiðir til að endurnýta það sem áður hefði verið fargað.

# Pure North

**Krónan hefur hafið sölu á eigin moltu úr jarðgerðarvélum í verslunum. Krónan er einn af fyrstu aðilunum á Íslandi til að taka í notkun jarðgerðarvélar frá Pure North, sem er ný lausn í meðhöndlun á lífrænum úrgangi.** Markmið verkefnisins er að Krónan verði sjálfbær hvað varðar meðhöndlun á eigin lífrænum úrgangi sem fellur til í verslunum.

Jarðgerðarvélarnar má finna í völdum verslunum Krónunnar, en í vélunum er þreyttum ávöxtum og grænmeti umbreytt úr úrgangi í afurð. Vélarnar minnka rúmmál lífræna úrgangsins um 90% og umbreyta honum í moltu í föstu formi. Moltunni er blandað í mold sem jarðvegsbætir og hægt er að nota hana bæði innanhúss og úti. Með því að jarðgera sinn eigin lífræna úrgang getur Krónan búið til moltu sem er hægt að nýta og innleiða aftur í hringrásina. Krónumoltan samanstendur úr fjölbreyttum matvælum og því einstaklega næringarrík, sem vottað hefur verið af Umhverfisstofnun.

# Sólskins

**Sólskins og Krónan hafa tekið upp millilíðalaust samstarf þar sem markmiðið er að hámarka nýtingu framleiðslunnar á Flúðum og lágmarka um leið matvælasóun á nýju og fersku grænmeti í dagslok.** Með samstarfinu er það von okkar að hægt verði að draga úr innkaupum á erlendu grænmeti og stuðla að auknu framboði á íslensku grænmeti yfir lengri tíma.

Á rótgróinni garðyrkjustöð á Flúðum, þar sem Sólskins er til húsa, hefur verið ræktað grænmeti allan ársins hring í yfir 80 ár. Þar er lögð áhersla á ræktun tómata og agúrka, ásamt papriku, auk útiræktunar á sellerí og blómkáli sem jafnframt er á boðstólum Krónunnar. Framtíðarsýn Sólskins er að breikka og auka vöruúrvalið til að auka aðgengi að íslensku grænmeti allt árið um kring.

# Nýsköpunarvikan

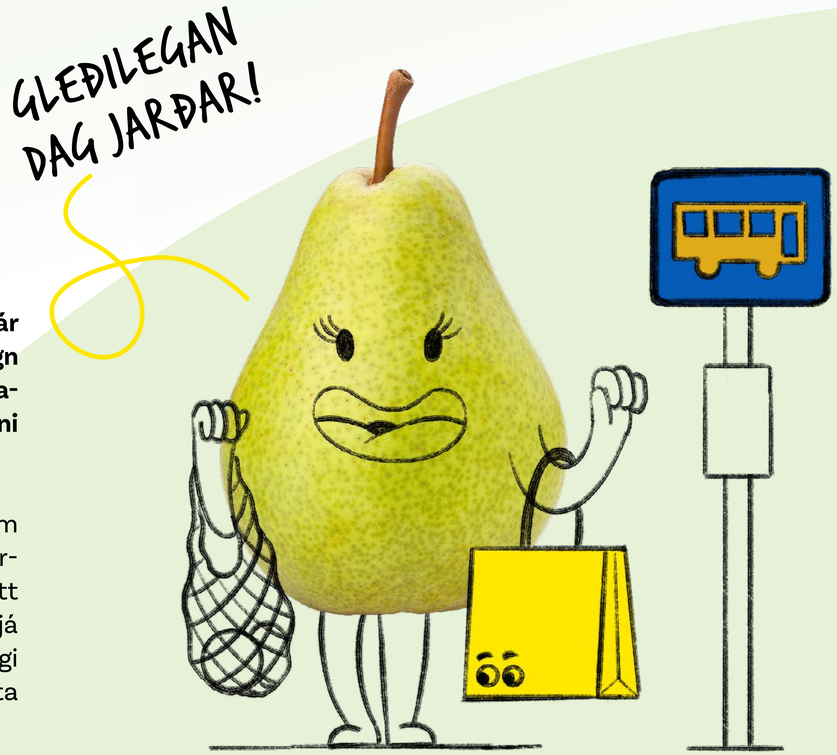
**Síðasta vor tókum við höndum saman við Nýsköpunarvikuna, Iceland Innovation Week, í fyrsta skipti. Samstarfsflöturinn var víður, enda allar lausnir Krónunnar þróaðar innanhúss og byggjast á íslensku hugviti.**

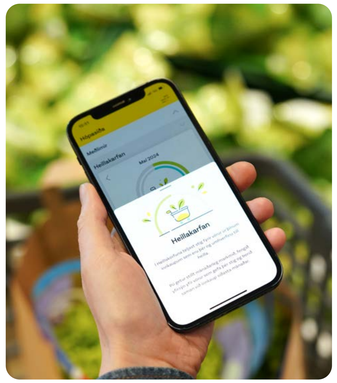
Nýsköpunarvikan er mikilvægur vettvangur fyrir frumkvöðlastarfsemi á Íslandi og þar fengum við tækifæri til að kynna nýja lausn í Krónuappinu, Heillakörfuna, fyrir fullum sal. Það var frábært að tengjast nýsköpunarsenunni í samfélaginu og eiga samtal um tækninýjungar, stafræna þjónustu og bætta upplifun fyrir viðskiptavini.

# Strætó

**Í tilefni af Alþjóðlegum degi jarðar, sem haldinn er 22. apríl ár hvert, bauð Krónan viðskiptavinum sínum að taka strætisvagn í matvörubúðina til að draga úr umferð einkabílsins á alþjóðadeginum og leggja þannig sitt af mörkum til umhverfisvænni ferðamáta.**

Framtakið var unnið í samstarfi við Strætó bs., og fengu öll sem mættu með fjölnota innkaupapoka í strætó á höfuðborgarsvæðinu frítt far með vagninum. Billboard ehf. lagði einnig sitt á vogarskálarnar og sá til þess að framtakið færi ekki framhjá neinum. Með framtakinu vildum við slá tvær flugur í einu höggi – hvetja til umhverfisvænni ferðamáta og minna á fjölnota pokann í leiðinni.





# Melta

**Melta, fyrirtæki sem sérhæfir sig í hringrásarlausnum, hóf samstarf með Krónunni og Brandenburg á Hönnunarmars þar sem hönnunarvaran Moldamín var kynnt til leiks.** Varan er óvenjuleg því um er að ræða næringarríkan jarðvegsbæti fyrir plöntur sem framleiddur er eingöngu úr þreyttum ávöxtum og grænmeti frá Krónunni, sem annars hefðu endað í lífrænum úrgangi.

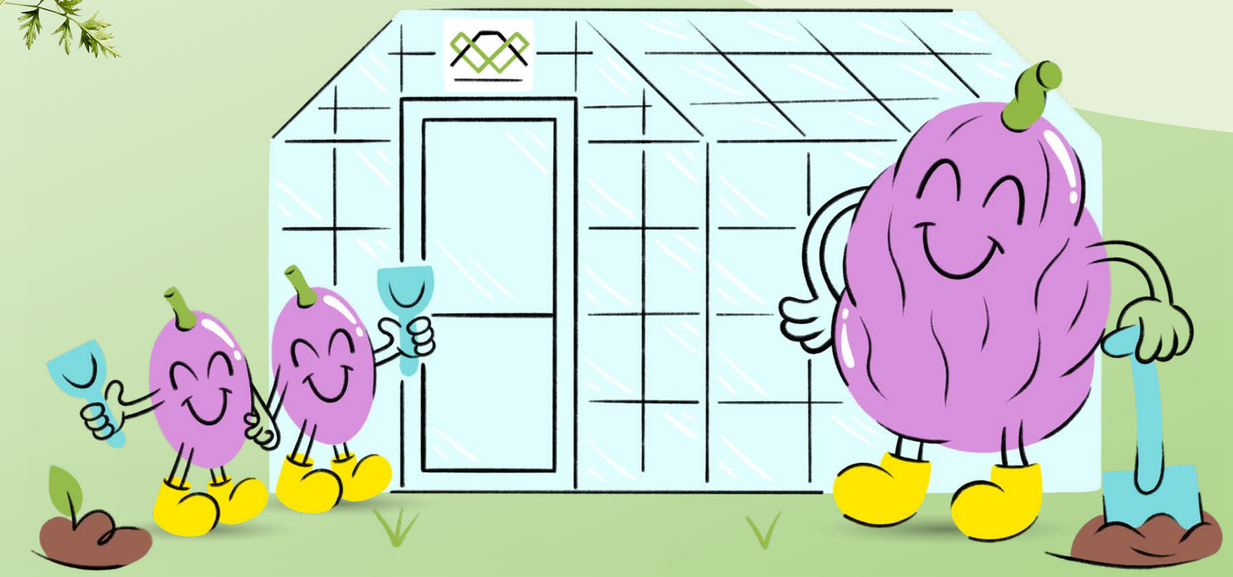
„Við, ásamt milljónum örvera, útbjuggum dekursafa fyrir plöntur," segir Björk Brynjarsdóttir, framkvæmdastjóri og einn af stofnendum Meltu. „Við sérhæfum okkur í að brugga lífrænan úrgang og nýta afurðina til að græða upp jarðveg. Við vinnum í hringrásarlausnum og Moldamín-samstarfið með Krónunni og Brandenburg er frábært dæmi um verkefni sem við viljum taka þátt í." Brandenburg sköpunarstofa tók að sér það verkefni að hanna umbúðir vörunnar og setja í form upplifun og skilaboð Moldamínsins.

# Listaháskóli Íslands

**Til að hjálpa okkur að móta matvöruverslun framtíðarinnar fengum við til liðs við okkur frjóa nemendur Listaháskóla Íslands.** Þetta er annað árið í röð sem við vorum aðalviðfangsefni áfanga í vöruhönnun þar sem nemendur veltu fyrir sér framtíð matvöruverslana og skoðuðu á gagnrýninn hátt hvernig stafrænar tækninýjungar gætu umbreytt innkaupaferlinu á næstu öld. Síðar í áfanganum einblíndu nemendur á getgátuhönnun og framtíðina og skoðuðu hvernig hægt er að stýra hegðun neytenda í átt að sjálfbærni eða upplýstara vali.

Afurð síðasta árs var frumsýnd á HönnunarMars þegar við breyttum Krónunni í hönnunarrými og settum upp sýninguna Fruitful Futures. Meðal ávaxta, hveitis og osta mátti finna fjölbreytt verkefni á borð við vítamín fyrir plöntur, vaxandi flíkur og mjólormakjötsúpu. Öll áttu þau þó sameiginlegt að snerta á nýsköpun og hönnun, sjálfbærni og endurnýtingu, nýjum sjónarhornum og getgátum.

# Bambahús



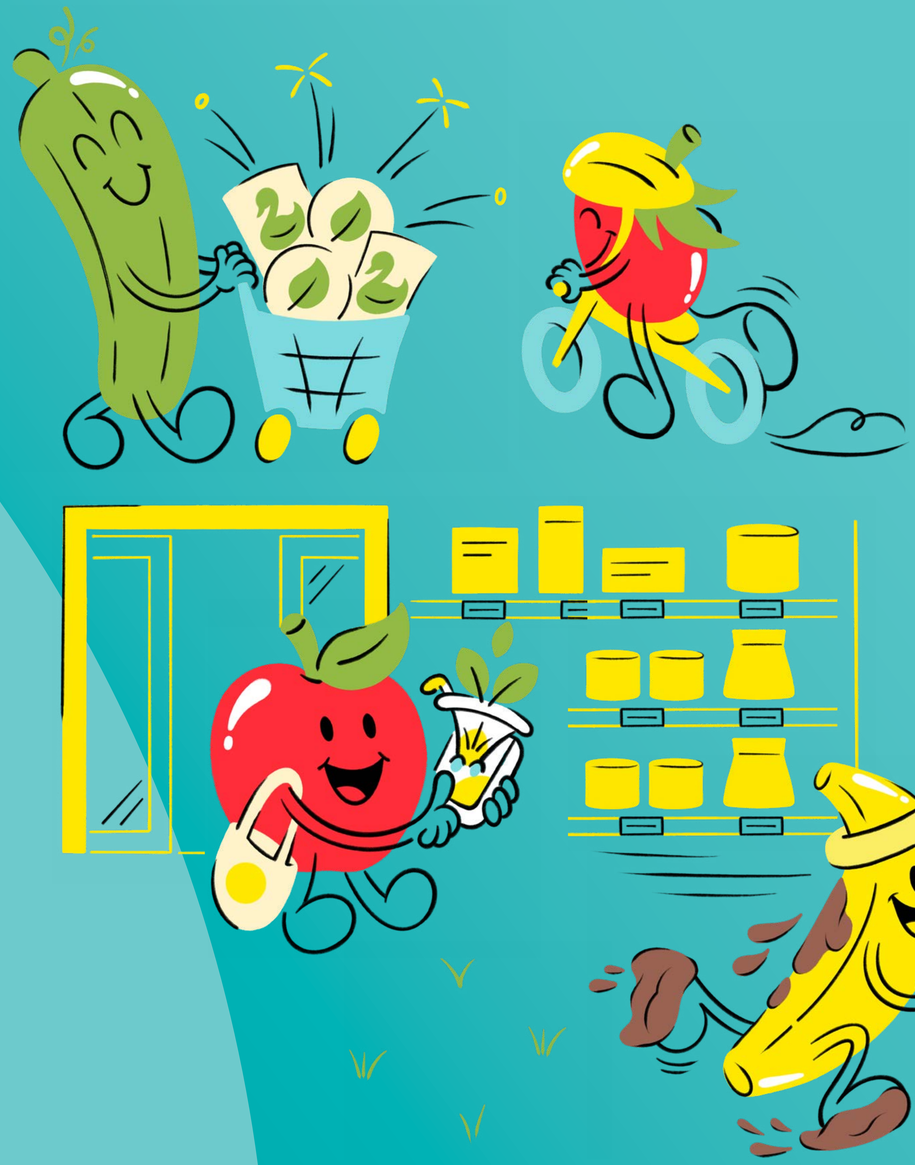
**Bambahús eru gróðurhús byggð úr endurunnum efnum og byggjast alfarið á íslensku hugviti og framleiðslu. Krónan er í góðu samstarfi við Bambahús og höfum við gefið slík hús í Samfélagsstyrki Krónunnar síðustu ár til leikskóla um land allt.**

Í Bambahúsum er hægt að rækta bæði grænmeti og ávexti allan ársins hring og með þeim er hægt að fræða leikskólabörnin um umhverfismál, matvæli og hringrás lífsins á líflegan hátt. Okkur þykir einstaklega vænt um þetta samstarf þar sem verkefnið styður við komandi kynslóðir; ýtir undir heilbrigðan lífsstíl og vekur forvitni barna á því hvaðan matvæli koma.

# Lýðheilsa og samfélagsleg ábyrgð

**Heilsusamlegar og sjálfbærar venjur í daglegum innkaupum viðskiptavina okkar skipta okkur miklu máli, og því vinnum við markvisst að því að tryggja ferskustu mögulegu vöruna á eins hagstæðu verði og kostur er – alla daga, allan ársins hring.**

Lýðheilsumál hafa verið hluti af okkar starfsemi og gildum frá upphafi. Lýðheilsustefna Krónunnar skerpir sýn okkar í þessum málaflokki og tengir hann betur við okkar framtíðarsýn. Þrír grunnstólpar lýðheilsustefnunnar eru upplýst val, hollt og gott vöruúrval allan ársins hring og stuðningur við samfélagsleg verkefni.



# Lýðheilsustefna

## Við hjálpum viðskiptavinum að taka upplýstar ákvarðanir

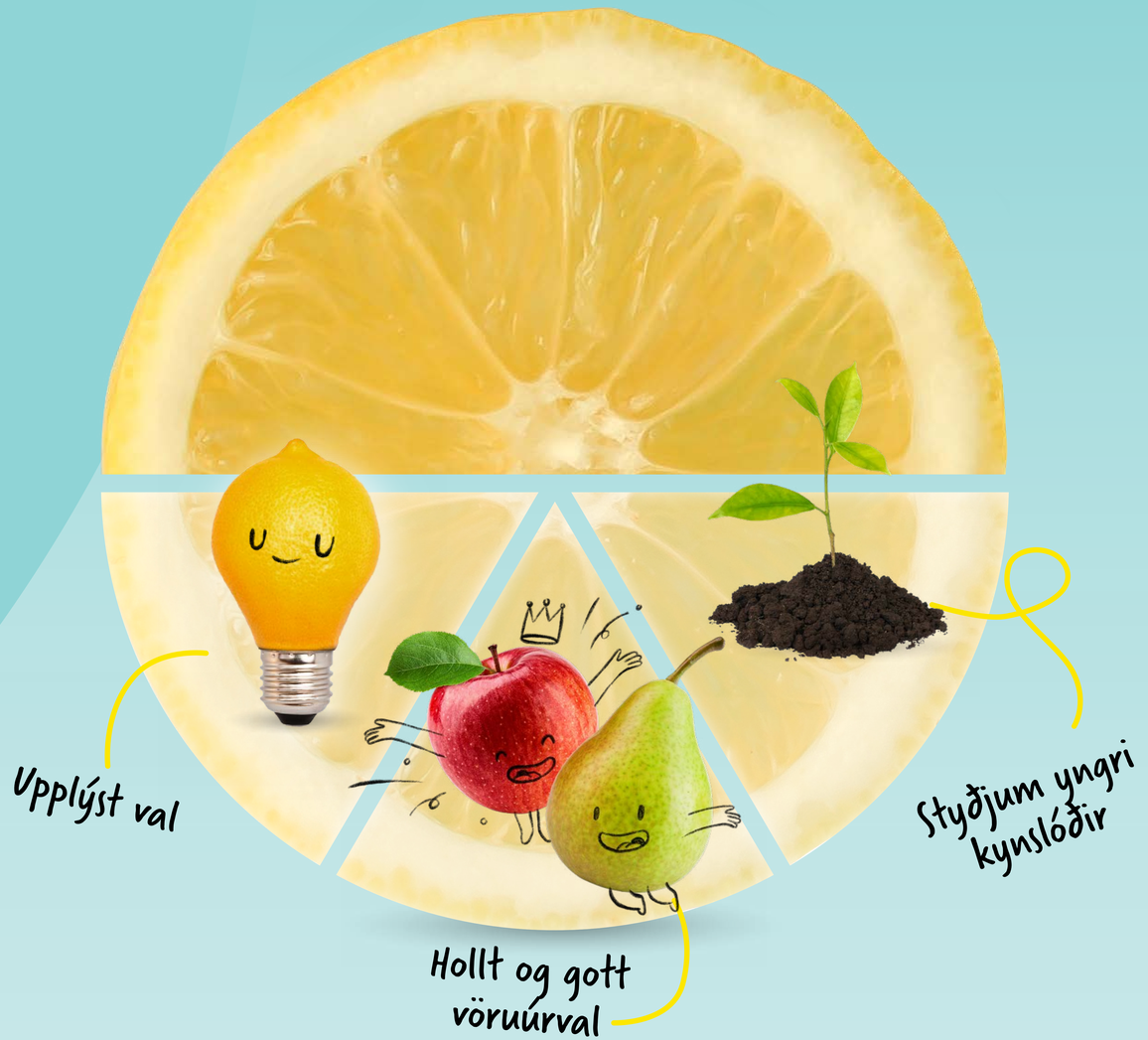
Krónan hefur það að markmiði að styðja við lýðheilsu landsmanna með því að auðvelda viðskiptavinum að taka betri ákvarðanir um innkaup. Framtíðarsýn Krónunnar er að gera heilsusamlegan og sjálfbæran lífsstíl að sjálfsögðum hlut allra. Með fræðslu, miðlun og hvata gerum við viðskiptavinum auðveldara að velja umhverfisvænu og heilsusamlegu kostina og hjálpum þeim að taka upplýstar ákvarðanir.

## Bjóðum upp á hollt og gott vöruúrval allan ársins hring

Loforð Krónunnar er að koma réttu vöruúrvali í hendur neytenda á eins ódýran hátt og mögulegt er. Við skilgreinum rétt vöruúrval sem fjölbreytta, holla og næringarríka valkosti og leggjum áherslu á ferskleika með ávöxtum og grænmeti. Við drögum fram lífrænar og aðrar vottaðar nýjungar með samstarfsverkefnum og efni á samfélagsmiðlum. Við hlustum á þarfir viðskiptavina og erum alltaf til í samtalið um hollar og umhverfisvænar nýjungar.

## Styðjum samfélagstengd verkefni

Við styðjum samfélagstengd verkefni með áherslu á æskulýðs- og ungmennastarf í gegnum styrki, viðburði og samstarfsverkefni. Við stuðlum að fræðslu um hollustu, umhverfismál og sjálfbærni til yngri kynslóðarinnar og leggjum áherslu á holla valkosti. Við gefum yfir 1% af hagnaði starfseminnar til verðugra samfélagsverkefna á hverju ári.



# Aðgengi fyrir öll að Krónunni

**Íslenskt hugvit keyrir áfram nýsköpun innan fyrirtækisins, en tækni- og sjálfbærnilausnir eru þróaðar þar sem viðskiptavinurinn og umhverfið er í fyrirrúmi. Með Krónuappinu er bæði hægt að skanna og skunda og fá heimsent með Snjallverslun, en í hverjum mánuði eru keyptar um 100 þúsund matarkörfur með appinu.**

Í ár höfum við lagt sérstaka áherslu á heimsendingar á landsbyggðinni þar sem við höfum verið að þróa áfram lausnir til svæða sem hafa kallað eftir auknu vöruúrvali og þjónustu á hagstæðara verði frá matvöruverslunum. Snjallverslunin þjónustar nú þegar 29 bæjarsvæði á landinu auk Stór-Reykjavíkursvæðisins og hún fer óðum stækkandi. Síðasta árið jukum við heimsendingar Krónunnar í dreifðar byggðir en við teljum það samfélagslega ábyrgð Krónunnar að auka aðgengi landsbyggðarinnar að fjölbreyttu vöruúrvali á sama lága verðinu og veita góða þjónustu óháð staðsetningu.

Við höfum aukið aðgengi landsbyggðarinnar að fjölbreyttu vöruúrvali á sama lága verðinu óháð staðsetningu

**Fylgstu með innkaupunum þínum í appinu**

**Krónan leggur mikla áherslu á að framboð vöru og þjónustu sé sett fram á einfaldan og aðgengilegan hátt og tekur ákvarðanir sem miðast við þarfir viðskiptavina sinna.**

**Með notkun stafrænna lausna fá þeir aðstoð við að taka upplýstar ákvarðanir í sínum innkaupum.**

# Heillakarfan

**Árið 2024 buðum við upp á nýja lausn í Krónuappinu, Heillakörfuna, þar sem talin eru stig fyrir vörur úr þínum innkaupum sem eru þér og umhverfinu til heilla, en markmiðið með Heillakörfunni er að skapa jákvæðar venjur í daglegum innkaupum.**

Þegar ákveðnar vörur eru keyptar fær viðskiptavinurinn stig sem hjálpa honum að ná settu markmiði mánaðarins. Flokkarnir sem gefa stig eru valdir út frá heildrænni sýn, en horft er á þætti eins og lýðheilsu, umhverfi, endurnýtingu, umbúðir, lífrænar merkingar og vottanir – flokkar sem við teljum vera þér og umhverfinu til heilla.

Heillakarfan varð til út frá þeirri hugmynd að tengja stafræna þróun við framtíðarsýnina okkar – að gera heilsusamlegan og sjálfbæran lífsstíl að daglegri venju allra. Lagt var upp með að upplýsa neytandann um umhverfisáhrif vara í körfunni og nýta til þess inngrip (e. nudge), og hafa þannig hvetjandi áhrif á viðskiptavini til að velja umhverfisvænni kosti. Til þess að hafa áhrif á val fólks á réttum tíma birtist íkon Heillakörfunnar, innkaupakerra með grænum laufum, hjá þeim vörum sem flokkast sem Heillavörur.

Börn hafa fengið sér um 3 milljónir ávaxta í verslunum okkar frá 2016

# Krónuhjólið

**Krónuhjólið var á sínum stað á íþrótta- og fjölskylduviðburðum Krónunnar og gladdi mörg þúsund börn og fjölskyldur þeirra með gómsætum ávöxtum.**

Að bjóða upp á ávexti á Krónuhjólinu er hluti af lýðheilsustefnu okkar, og við trúum því að sýnileiki þeirra, upplifun barnanna af því að fá að velja sér þá af ávaxtahjóli og fjölbreytt úrval leggi grunninn að því að þau haldi áfram að velja hollustuna fyrst, út lífið.

# Biti fyrir börnin

**Biti fyrir börnin er verkefni sem hefur verið starfrækt frá árinu 2016.** Við vitum að börn hafa ekki alltaf þolinmæði fyrir heimsókn í matvöruverslanir eftir skóla og því viljum við bjóða upp á holla og góða næringu til að gleðja yngstu viðskiptavini okkar og róa svanga maga. Þess vegna bjóðum við upp á ókeypis ávexti fyrir börnin í upphafi innkaupaferðanna sem þau geta nartað í á meðan foreldrarnir gera sín innkaup.

**Á árinu nældu litlir fingur sér í rúmlega 395.473 banana og 35.712 stykki af öðrum blönduðum ávöxtum í verslunum Krónunnar.**

*Appelsínur eru bestar í janúar!*

# Best núna

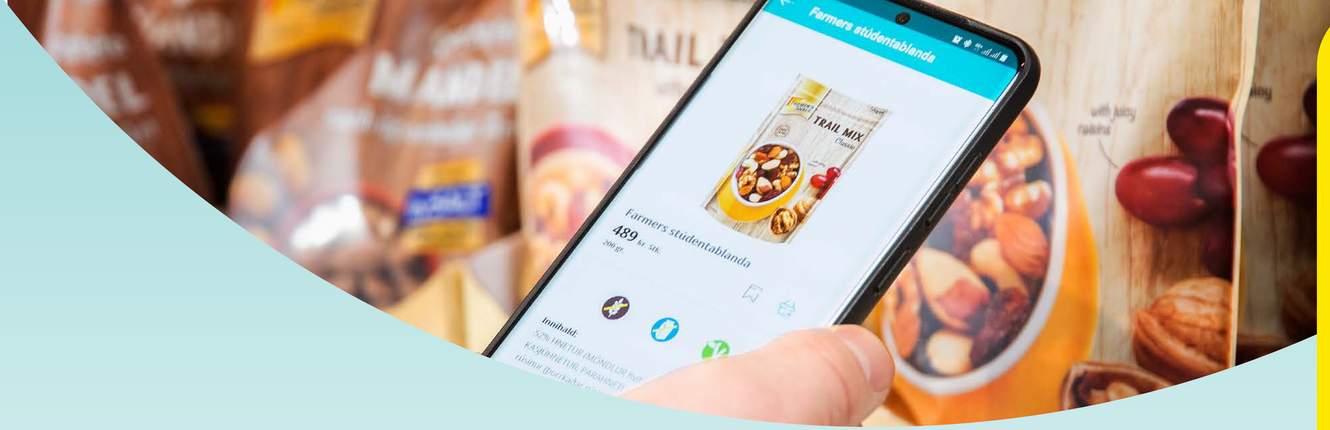
**Við leggjum metnað í að bjóða upp á ferskvöru í hæsta gæðaflokki og þar fylgjum við takti náttúrunnar og leggjum áherslu á það besta sem náttúran hefur upp á að bjóða.**

Í hverjum mánuði bjóðum við fram árstíðabundna uppskeru sem við viljum draga athygli viðskiptavina Krónunnar að í ávaxta- og grænmetisdeildinni okkar. Þannig hjálpum við þeim að velja gæðavöru og gera góð kaup í leiðinni.

## Janúar

## febrúar

## mars




# Sérmerkingar

**Við vitum að innihald, uppruni og eiginleikar vörunnar skipta viðskiptavini okkar sífellt meira máli.** Í Snjallverslun og með rafrænu hillumiðum Krónunnar er búið að auðvelda upplýsingalæsi – þar er ekki aðeins miðlað verði vörunnar heldur einnig sérmerkingum eins og **ódýrt, vegan, lífrænt og Svansvottað.**

## Lífrænt

**Framboð Krónunnar á lífrænum valkostum fer sívaxandi og er mikilvægur þáttur í þeirri heildarstefnu okkar að stuðla að heilbrigðum lífsstíl og draga úr álagi á vistkerfið. Ávinningur af lífrænum vörum er margþættur, en þar má nefna að grænmeti og kornvörur sem eru ræktaðar á lífrænan hátt státa af minna kolefnisspori vegna þess að ekki er notaður áburður sem framleiddur er með jarðefnaeldsneyti.**

Eitt af árlegum markmiðum Krónunnar er að auka hlutfall af sölu **lífrænt** vottaðra vara, og sem dæmi má nefna að í þeim tilgangi settum við upp lífræna deild í Lindum á árinu. Markmiðið er að vera leiðandi í lífrænum kostum í takt við stefnu Krónunnar, og það með samkeppnishæfu verði. Með deildinni bjóðum við viðskipta- vinum okkar upp á góða upplifun og einfalt aðgengi að lífrænum valkostum.

## Vegan

**Að velja matvæli úr plönturíkinu í stað dýraríkisins er eitt stærsta (og jafnframt einfaldasta) skrefið sem við getum tekið til að minnka umhverfisáhrif okkar. Matvælakerfi heimsins er ósjálfbært, en dýraafurðir, og þá sérstaklega rautt kjöt, mjólkurvörur og eldisrækjur, eru sérlega slæmur kostur þegar kemur að losun gróðurhúsalofttegunda.**

Við hlustum á þarfir viðskiptavina okkar í þessum málaflokki og í gegnum samfélagsmiðla Krónunnar er þeim boðið að koma með uppástungur varðandi framboð okkar á **vegan**-vörum. Þar fáum við reglulega ábendingar sem við söfnum saman en árlega koma tugir nýrra vegan-vara í hillur Krónunnar.

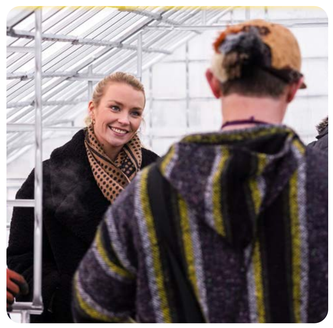
## Ódýrt

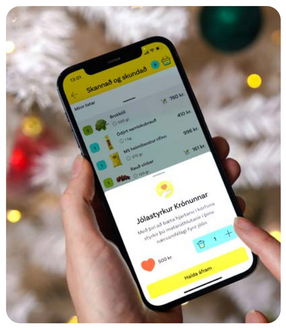
**Sem lágvöruverðsverslun keppist Krónan alla daga við að vera samkeppnishæf og með ódýrustu vörurnar á markaðnum í hverjum vöruflokki.**

Viðskiptavinurinn getur elt „**Ódýrt**“-merkið í verslunum okkar og í snjallverslun og vitað með vissu að hann er að gera ódýrustu mögulegu kaupin í hverjum vöruflokki. Hann getur því borið þessar vörur saman við ódýrustu vörurnar í öðrum matvöruverslunum og tekið upplýsta ákvörðun í sínum daglegu innkaupum.

# Styrkir til samfélagstengdra málefna

**Krónan spilar veigamikið hlutverk í samfélaginu og í því felast rík tækifæri til að sýna stuðning í verki. Styrktaráætlun Krónunnar er okkar leið til að þakka fyrir stuðninginn og gefa til baka til nærsamfélagsins. Styrkþegar eru af ýmsu tagi en áhersla er lögð á að styrkja verkefni sem hvetja til heilbrigðs lífernis barna og unglinga, sem vinna að uppbyggingu í nærsamfélaginu og sem stuðla að heilbrigðu mataræði.**





# Samfélagsstyrkir

**Þau verkefni sem hljóta samfélagsstyrk frá Krónunni í ár eru víðs vegar af landinu. Flest þeirra voru utan höfuðborgarsvæðisins, en þau eiga það öll sameiginlegt að stuðla að jákvæðri uppbyggingu í nærsamfélögunum á þeim þéttbýlisstöðum þar sem Krónan er til staðar.**
Verkefnin eiga það einnig sameiginlegt að ýta undir umhverfisvitund eða aukna lýðheilsu í formi áherslu á hollustu og/eða hreyfingu þar sem sjónum er einkum beint að ungu kynslóðinni.

**Styrkþegar samfélagsstyrkja 2024:**

**UMFÍ og ASÍ,** fyrir verkefnið Allir með, efling þátttöku fatlaðra barna í íþróttum. **Björgin, Geðræktarmiðstöð Suðurnesja**, fyrir fræðslutólið Bjargráð. **Danssamfélagið Allra þjóða kvikindi**, fyrir samfélagsuppbyggingu í Mýrdalshreppi. **Körfuknattleiksfélag Selfoss**, fyrir eflingu kvenna- og stelpustarfs. **Skógræktarfélag Rangæinga**, fyrir bættri aðstöðu í Aldamótaskógi. **Pílufélag Vestmannaeyja**, fyrir eflingu yngri flokka. **Þór/KA**, fyrir geðrækt og eflingu ungra kvenna í knattspyrnu. **KF í Fjallabyggð**, fyrir kaup á pannavelli. **Brettafélag Fjarðarbyggðar**, fyrir uppbyggingu og eflingu í yngri flokkum. **Krikaskóli**, fyrir kaup á Bambahúsi til að rækta grænmeti. **Hamar/Þór**, fyrir verkefnið Stelpur í körfu.

# Jólastyrkur

**Með Jólastyrk Krónunnar býðst viðskiptavinum að styrkja góðgerðarsamtök sem sjá um matarúthlutanir fyrir jólin.**
Söfnunin fór þannig fram að viðskiptavinum bauðst að styrkja fyrir 500 krónur eða meira og Krónan jafnaði þá upphæð á móti. Fólk hafði val um að taka þátt í styrktarsöfnuninni, sem birtist sem hjartatákn í Krónuappinu, sem valmynd í sjálfsafgreiðslu eða fékk kynningu á þessu hjá starfsfólki í afgreiðslu. Þátttakan var vonum framar síðustu jól og **söfnuðust heilar 10 milljónir sem 500 fjölskyldur nutu góðs af.**

Upphæðin rann beint til hjálparsamtaka í nærsamfélaginu sem styðja þau sem þurfa á mataraðstoð að halda fyrir jólin.

**Góðgerðarsamtökin sem hlutu styrki í formi gjafakorta frá viðskiptavinum og Krónunni í ár voru:**

Velferðarsvið Reykjanesbæjar, Selfosskirkja, Sjóðurinn góði í Árnessýslu, Stórólfshvolskirkja, Rauði kross Víkursvæðis, Styrktarsjóður Landakirkju, Jólasjóður Fjarðabyggðar, Velferðarsjóður Eyjafjarðarsvæðis, Mæðrastyrksnefnd Akraness, Mæðrastyrksnefnd Kópavogi, Soroptimistaklúbbur Mosfellssveitar, Mæðrastyrksnefnd Hafnarfjarðar, Mæðrastyrksnefnd Reykjavíkur.

# Styrkir til Grindavíkur

**Í byrjun árs setti Rauði krossinn á Íslandi af stað neyðarsöfnun vegna eldgossins sem hófst við Grindavík en henni var ætlað að styðja íbúa bæjarins.** Krónan hefur átt í gjöfulu samstarfi við Rauða krossinn í gegnum tíðina og því lá beinast við að leggja okkar af mörkum þegar stóð til að leggja Grindvíkingum lið á þessum erfiðu tímum.

**Með söfnuninni bauðst viðskiptavinum Krónunnar að bæta 500 krónum eða meira við innkaup sín þegar verslað var á sjálfsafgreiðslukössum verslana um allt land yfir tveggja vikna tímabil.**

Upphæðin rann óskert í söfnun Rauða krossins til að styðja fjárhagslega við íbúa Grindavíkur í kjölfar eldsumbrota á svæðinu. **Alls söfnuðu viðskiptavinir Krónunnar 4,5 milljónum**. „Framlag Krónunnar og viðskiptavina hennar er mjög mikilvægt og sýnir breiðan stuðning í samfélaginu við neyðarsöfnun Rauða krossins, Grindvíkingum til handa," segir Kristín S. Hjálmtýsdóttir, framkvæmdastjóri Rauða krossins á Íslandi.

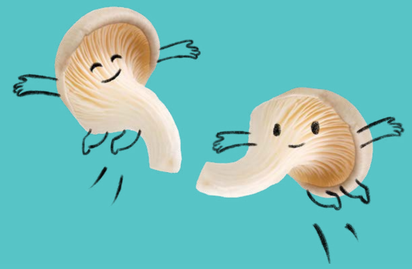
# Hinsegin dagar

**Krónan er gamalgróinn og stoltur styrktaraðili Hinsegin daga í Reykjavík og höfum við starfað náið með Samtökunum ‘78 til að tryggja að framlag okkar sé gagnlegt og málefnalegt.**

Þetta hefur sett mark sitt á ráðningarstefnu Krónunnar og stuðlað að jákvæðum breytingum í innviðum fyrirtækisins og auðgað samskipti okkar við hópa hinsegin fólks í samfélaginu. Og einu sinni á ári fögnum við fjölbreytileikanum með því að taka þátt í litríku menningarhátíðinni Hinsegin dögum.

Að venju héldum við upp á hátíðina í verslunum okkar, með framstillingu í öllum litum regnbogans, tileinkum spilunarlista verslana hinsegin tónlistarfólki og bjóðum upp á vöruúrval þar sem ágóði rennur til hinsegin samtaka. Við tókum við á móti viðskiptavinum okkar í góðri stemningu en í ár fékk Krónan á Hallveigarstíg sérstaklega litríka yfirhalningu. Við hvetjum viðskiptavini okkar til að halda upp á hátíðina og fagna fjölbreytileikanum með samveru, góðum mat, gleði og góðmennsku.

# Matarbúr



**Matarbúr Krónunnar er samstarfsverkefni með Samtökum smáframleiðenda matvæla (SSFM), en markmið verkefnisins er að auka aðgengi viðskiptavina að spennandi kræsingum og gúrmeti frá íslenskum matarfrumkvöðlum og hjálpa íslenskum smáframleiðendum að taka sín fyrstu skref inn á matvörumarkaðinn eða ná til breiðari markhóps.**

Smáframleiðendur fá kost á að prófa að selja vörurnar sínar í stórri matvöruverslun yfir fyrirfram ákveðið sölutímabil til reynslu, og ef vörurnar fá hlýjar móttökur geta þær orðið varanlegur hluti af vöruúrvali Krónunnar. Þátttakendur Matarbúrsins voru yfir 30 talsins og eru eins fjölbreyttir og þeir eru margir og koma vörur þeirra ýmist beint frá býli, borg eða bæ. Öll eiga þau það sameiginlegt að vera félagsmenn í Samtökum smáframleiðenda matvæla, matarfrumkvöðlar og stuðla að fæðuöryggi, sjálfbærni og staðbundinni framleiðslu.

- Íslenskir smáframleiðendur matvæla þróa nýjar og verðmætar vörur úr ólíkum hráefnum; allt frá eigin frumframleiðslu, aðgengilegum og vannýttum hráefnum úr íslenskri náttúru og innfluttum hráefnum þegar innlend hráefni eru ekki í boði.

- Íslenskir smáframleiðendur eru lítill en mikilvægur hlekkur í íslensku matvælakerfi, sem auka fjölbreytileika í úrvali íslenskra matvæla, fjölga atvinnutækifærum og auka byggðafestu.

# Viðburðir

**Óhætt er að segja að Krúttlegasta Krónumótið sé einn af hápunktum viðburðaárs Krónunnar**

## Drulluhlaup

**Drullu- og hindrunarhlaup Krónunnar og UMFÍ var haldið í annað sinn á árinu við miklar vinsældir. Met var slegið í þátttöku í þessu skítugasta hlaupi ársins, þar sem fólk vinnur saman að því að komast yfir hinar ýmsu hindranir eins og klifurveggi, forarsvöð og svakalega rennibraut.**

Bæði heilu fjölskyldurnar og einstaklingar geta keppt í viðburðinum þar sem tíminn skiptir ekki máli og það eina sem gildir er að komast í mark. Áhersla er lögð á skemmtilega hreyfingu, gleði, samvinnu og samveru.

## Krúttlegasta Krónumótið

**Hjólamótið Krúttlegasta Krónumótið fór fram í sjötta sinn síðastliðið haust í samvinnu við hjólafélagið Tind og Hjólaskólann. Um 300 krakkar á aldrinum þriggja til tólf ára þeyttust um brautirnar í Öskjuhlíðinni og stóðu sig með prýði.** Hjólakrúttin voru alveg niður í tveggja ára gömul og kepptu á sparkhjólum, en 6-12 ára börn hjóluðu tveggja til þriggja kílómetra langa hringi í Öskjuhlíðinni og voru hringirnir mismargir eftir aldurshópum.

Krónuhjólið var að sjálfsögðu á sínum stað með fullt af ferskum ávöxtum og þeytingum fyrir þátttakendur og þá sem komu til að styðja garpana.

## Skelfikerið

**Í fyrsta skipti héldum við graskersútskurðarkeppni Krónunnar, Skelfikerið.**

Þar skoruðum við á alla hrekkjavökusnillinga að koma með sitt útskorna grasker í Krónuna Lindum, þar sem þau voru til útstillingar yfir helgina. Sérstök dómnefnd valdi svo þrjú skelfilegustu graskerin ásamt því frumlegasta.

Með keppninni vildum við skapa skemmtilega stemningu í verslunum okkar og lyfta upp skapandi samverustundum fjölskyldunnar á Hrekkjavökunni.

## Krónumót HK

**Krónumót HK fór fram að venju eins og síðustu ár og það gladdi okkur mikið að sjá þá 3.000 kátu fótboltasnillinga sem mættu og kepptu á mótinu að þessu sinni.**

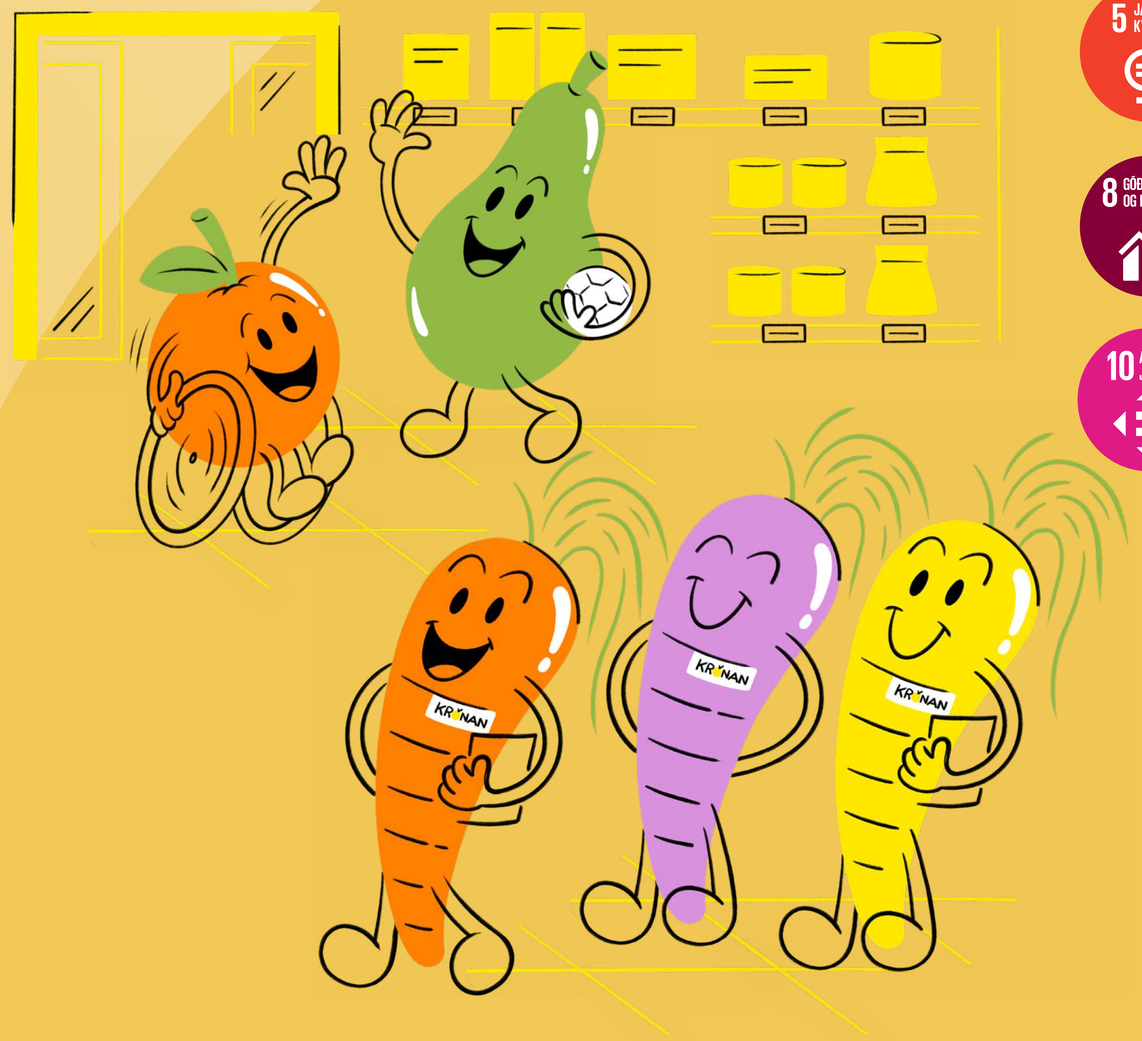
Krónuhjólið sá svo til þess að keppendur og áhorfendur fengju holla og góða næringu. Allir keppendur fengu einnig glæsilega tösku heim með sér að móti loknu með alls konar vinningum.

## Krónuskotið

**Krónan er stuðningsaðili Aftureldingar og Krónuskotið var fastur liður í leikjum meistaraflokks karla í knattspyrnu síðasta sumar.**

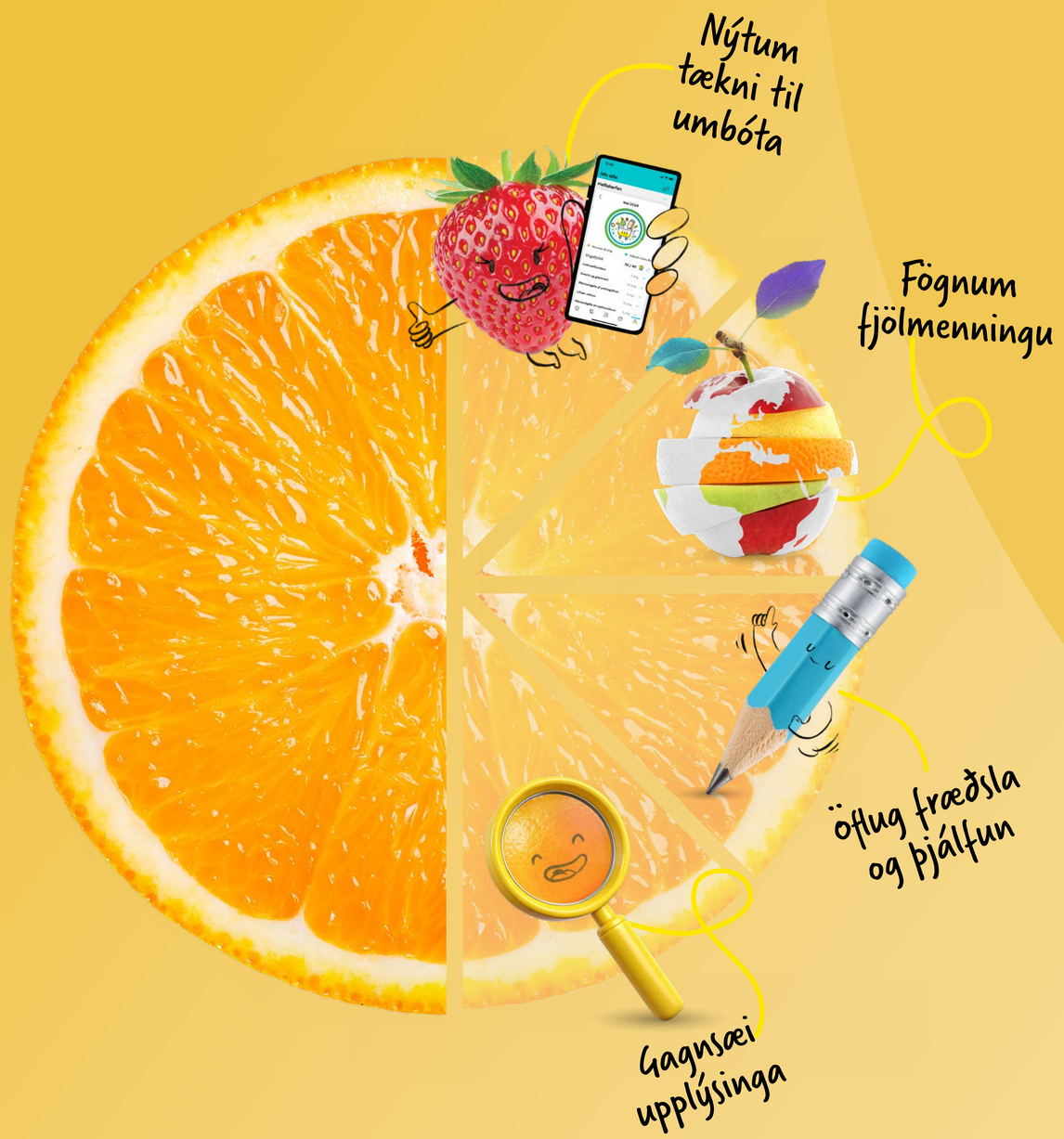
Í hverjum heimaleik fengu nokkur börn og unglingar að spreyta sig á að hitta í mark í Krónuskotinu, og þau sem náðu að senda boltann í netið fengu gjafakort frá Krónunni í verðlaun.

# Jafnrétti




**Jafnrétti er grundvallargildi Krónunnar. Við tryggjum að starfsfólki sé ekki mismunað á neinum forsendum og leggjum áherslu á jöfn tækifæri fyrir alla. Með faglegu verklagi, gagnsæi og stefnumótun vinnum við markvisst að jafnrétti, enda gerist það ekki af sjálfu sér.**

Við bjóðum upp á fræðslu um jafnréttismál, leggjum áherslu á menntun og starfsþróun og styðjum sveigjanlegan vinnutíma til að auðvelda samræmingu vinnu og fjölskyldulífs. Markmið okkar er að skapa sanngjarnan og jákvæðan vinnustað þar sem öllu starfsfólki líður vel. Til að undirstrika þetta vinnum við eftir mannauðsstefnu Krónunnar, en fjórir þættir hennar eru öflug fræðsla og þjálfun, gagnsæi upplýsinga, að nýta tækni til umbóta og fögnum fjölmenningu.




# Mannauðsstefna

## Nýtum tækni til umbóta

Með markvissri nýtingu á tækni bætum við vinnuferla, aukum skilvirkni og sköpum betra starfsumhverfi. Þetta er lykilatriði hjá Krónunni þar sem starfsstöðvar eru dreifðar og því mikilvægt að nýta tækni til að tryggja sömu þjónustu við starfsfólk og samhljóm í starfsumhverfi verslana.

## Fögnum fjölmenningu

Fjölmenning auðgar ekki bara samfélagið heldur starfsumhverfi Krónunnar með nýjum sjónarhornum, fjölbreyttri þekkingu og aukinni samkennd. Við fögnum margbreytileikanum og tækifærunum sem hann skapar.

## Öflug fræðsla og þjálfun

Markviss fræðsla og þjálfun eflir starfsfólk, eykur sjálfstraust, starfsánægju og bætir árangur. Þekking er lykillinn að þróun og framþróun og Krónuskólinn skiptir hér sköpum.

## Gagnsæi upplýsinga

Gagnsæi í upplýsingagjöf eykur traust, bætir samskipti og styður við upplýstar ákvarðanir. Opið og skýrt flæði upplýsinga styrkir bæði einstaklinga og teymi og við trúum að þetta sé mikilvæg grunnstoð í jákvæðu og traustu starfsumhverfi.

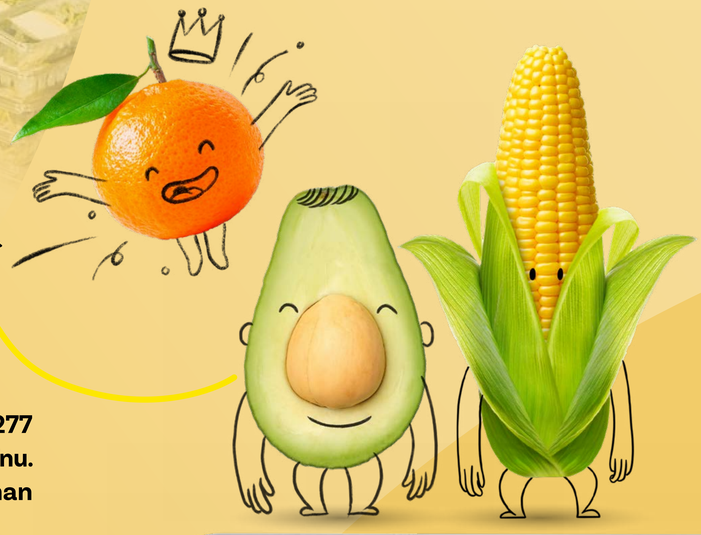
ÁFRAM
#TEAMKRÓNAN

# Það er gott að vinna í Krónunni

**Markmið Krónunnar er að vera fyrirmyndarvinnustaður þar sem áhersla er lögð á þjálfun, jafnrétti, heilsu og öryggi starfsfólks.**

Hjá Krónunni starfa yfir þúsund manns og, eins og öll félög í Festi, er Krónan með jafnlaunavottun. Það þýðir að starfsfólk sem vinnur jafn verðmæt störf fær jafn mikið greitt fyrir þau störf. „Krónuhjartað“ er leiðarljós þeirra sem starfa hjá Krónunni, en það snýst um að hafa einlægan vilja til að gera betur í dag en í gær. Við leggjum áherslu á að styðja við starfsfólkið okkar þegar kemur að því að ná árangri í starfi, gerum okkur far um að vera sanngjörn og gerum okkar besta til að tryggja jafnrétti, öryggi og persónuvernd fólksins okkar.

# Fjölmenning




**Krónan er stolt af því að vera fjölmenningarfyrirtæki, en Krónuteymið samanstendur af 277 erlendum starfskröftum af 45 mismunandi þjóðernum og það markar 25% af Krónuteyminu. Það er á okkar ábyrgð að stuðla að því að allt okkar starfsfólk hafi jöfn tækifæri innan félagsins, óháð uppruna og móðurmáli.**

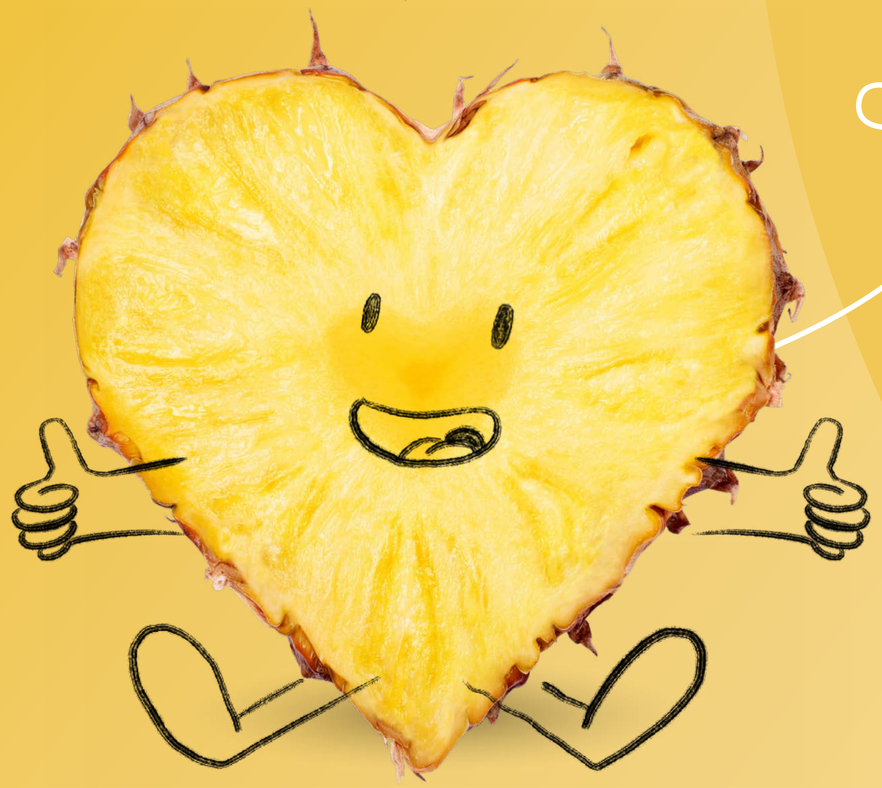
Á síðustu árum hefur starfsþróun starfsfólks af erlendum uppruna verið að færast í aukana og þessi hópur er í auknum mæli að færa sig yfir í ábyrgðar- og stjórnunarstöður. Má þar nefna að 19,2% verslunarstjóra eru af erlendum uppruna, sem styður svo sannarlega við þá stefnu okkar að efla metnaðarfulla einstaklinga í starfsþróun með jafnrétti og jafnræði að leiðarljósi.

Fjölbreyttum starfshópi fylgir aukin ábyrgð í tengslum við upplýsingaflæði og fræðslu, s.s. nýliðafræðslu, öryggisfræðslu o.fl. Við erum meðvituð um þetta og gætum þess að allt okkar efni sem viðkemur starfsfólki okkar sé aðgengilegt á nokkrum tungumálum svo hægt sé að ná til þess. Einnig veitum við öllu starfsfólki af erlendum uppruna aðgang að íslenskukennsluappi og styrkjum það til íslenskunáms. Það má því segja að Krónan hvetji allt starfsfólk eindregið til þess að nýta sér tækifærið og reyna að ná góðum tökum á íslenskunni.

Okkar reynsla er sú að með því að leggja okkur fram við að efla þennan hóp starfsfólks muni það skila sér margfalt til baka til fyrirtækisins, t.d. með aukinni starfsánægju. Við nýtum okkur jafnframt utanaðkomandi ráðgjafa sem sérhæfa sig í ráðgjöf og aðstoð við starfsfólk af erlendum uppruna.

**Kíktu á jólakveðjuna frá okkar frábæra starfsfólki**

Við leggjum áherslu á að starfsumhverfi okkar sé þannig að öllum geti liðið vel.



# Aðgerðir gegn mismunun

**Áhersla er lögð á að skapa starfsfólki öruggt og hvetjandi starfsumhverfi þar sem þarfir þess og viðskiptavina fara saman. Krónan er með skýra stefnu og viðbragðsáætlun í málum er varða einelti, kynbundna- og kynferðislega áreitni og ofbeldi á vinnustað.**

Slík hegðun er ekki liðin hjá okkur og við fræðum starfsfólk okkar reglulega um hvaða hegðun og samskipti teljast óeðlileg. Fyrirtækið styðst við skilgreiningar 3. gr. reglugerðar nr. 1009/2015 frá Vinnueftirliti ríkisins á hugtökunum einelti, kynferðisleg áreitni, kynbundin áreitni og ofbeldi. Í árlegri vinnustaðagreiningu er starfsfólk spurt hvort það hafi orðið fyrir einelti/áreitni frá samstarfsfólki. Reglulega eru haldin vinnuverndarnámskeið þar sem starfsfólk Krónunnar fer saman yfir aðgerðir og stefnur sem varða einelti og áreitni, en þessi stefna er í takt við sáttmála Samtaka atvinnulífsins. Hægt er að tilkynna einelti með nafnleynd á öruggan hátt til hlutlausra ráðgjafa Siðferðisgáttarinnar ef starfsmaður verður fyrir óæskilegri framkomu eða upplifir vanlíðan á vinnustað. Það er alltaf gætt trúnaðar við meðhöndlun slíkra tilkynninga.

Starfsfólki standa einnig til boða ýmis námskeið í tengslum við jákvæð samskipti, menningarmismun og fjölbreytileika og jákvæða endurgjöf. Námskeiðin taka ekki bara mið af starfsfólki heldur eru jafnframt fræðsla fyrir stjórnendur um hvað þarf að hafa í huga þegar starfað er hjá fjölmenningarfyrirtæki.

Gætt er að því að í hverri verslun sé starfsfólk sem hefur lokið skyndihjálparþjálfun og námskeið eru í boði allan ársins hring

**Markmið okkar er alltaf að fólkinu okkar líði vel, jafnt í vinnunni sem utan hennar**

# Heilsa og öryggi í fyrirrúmi

**Við fjárfestum af krafti í starfsfólki okkar en þá er mikilvægt að því líði vel í starfi.** Við setjum hagsmuni og velferð starfsfólks í forgang og leggjum okkur fram við að byggja upp starfsumhverfi hjá Krónunni þar sem fólk getur dafnað. Það er nefnilega ekkert leyndarmál að heilnæmt og upplífgandi starfsumhverfi stuðlar að aukinni ánægju á vinnustað.

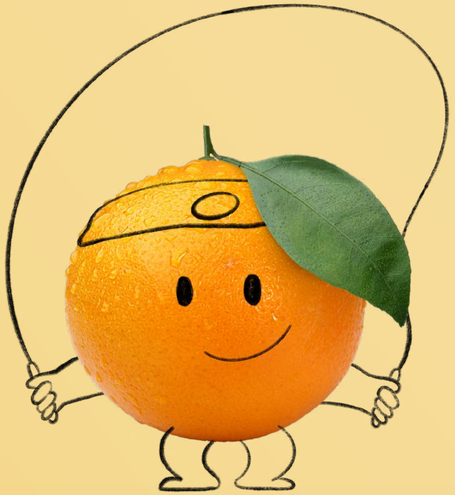
**Mikil áhersla er nú lögð á sálfélagslegt öryggi sem styður fyrst og fremst við andlega heilsu og vellíðan í starfi.** Saman tekur allt starfsfólk Krónunnar þátt í að skapa sálfélagslegt öryggi í vinnunni. Við gerum það með heilbrigðum samskiptum sem tekur til talsmáta, líkamsbeitingar og hegðunar almennt. Sálfélagslegt öryggi felur í sér að starfsfólk treystir sér til að koma fram með hugmyndir, spurningar, vangaveltur eða gera mistök.

**Angar öryggismála ná til ýmissa þátta í verslunarstarfi og hefur Krónuskólinn útbúið öryggisbæklinga sem aðgengilegir eru á kaffistofu, auk þess sem öryggisfræðsla fer reglulega fram.** Starfsfólk getur nálgast fræðsluefni um öryggi á samskiptakerfi Krónunnar en einnig höldum við öryggismánuð ár hvert þar sem lögð er áhersla á fræðslu um öryggi og vinnuvernd í starfsumhverfinu, ásamt áherslu á hreyfingu, heilbrigðan lífsstíl og geðheilsu.

# Velferðarpakki Krónunnar

**Starfslið Krónunnar er burðarstoð fyrirtækisins og við eigum allt okkar undir þessum öfluga hópi einstaklinga. Því hefur Krónan unnið að því að greina og innleiða úrræði sem geta stutt starfsfólk okkar í að sigrast á hverjum þeim hindrunum sem það kann að standa frammi fyrir.**

Velferðarpakki Krónunnar er úrræði sem stendur öllu starfsfólki fyrirtækisins til boða, hvort sem það starfar í hlutastarfi eða fullu starfi. Markmið pakkans er að stuðla að bættri andlegri og líkamlegri heilsu starfsfólks og því eru allir hvattir til að nýta sér það sem er í boði.

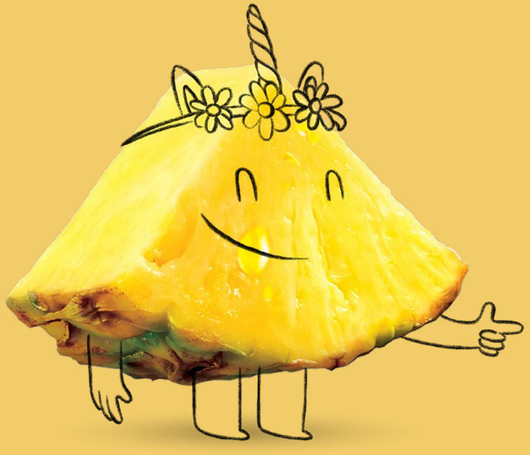


**Innifalið í velferðarpakkanum er:**

- Íþrótta- og tómstundastyrkur að upphæð 35.000 kr. á ári.
- Aðgangur að Heilsuvernd.
- Ýmis konar sérfræðiþjónusta, svo sem á vegum sálfræðinga, markþjálfara, næringarfræðinga, uppeldisráðgjafa og hjónabandsráðgjafa.
- Sjúkraþjálfun.

# Atvinnutengd verkefni

**Það er brýnt að starfsfólki finnist það búa við jafnan kost, jafnt aðgengi og öruggt vinnuumhverfi. En það er ekki síður mikilvægt að greiða leið fólks að vinnumarkaði og styðja við vegferð þeirra einstaklinga sem af ýmsum ástæðum þurfa á því að halda.**



## Atvinna með stuðningi

**Ein leið sem hefur verið farin er að taka þátt í verkefni á vegum Vinnumálastofnunar sem kallast Atvinna með stuðningi (AMS).**
Við höfum tekið þátt í þessu verkefni í 24 ár og nú starfa um 30 einstaklingar hjá okkur í gegnum AMS. Með samstarfinu er lögð áhersla á góða samvinnu þar sem færni viðkomandi starfsfólks er höfð að leiðarljósi, og að það geti ávallt leitað til stuðningsaðila innan verslunar sem aðstoðar það með glöðu geði þegar þörf er á.

## IPS

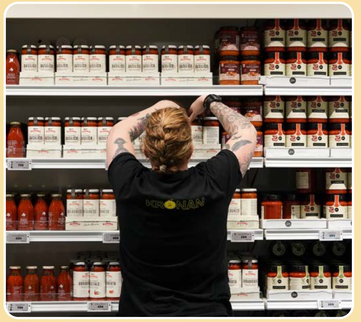
**Nýtt verkefni hjá Krónunni er IPS sem einnig er á vegum Vinnumálastofnunar.**

IPS er ensk skammstöfun sem stendur fyrir einstaklingsmiðaðan stuðning að starfi og í starfi. Hér er unnið sérstaklega með ungt fólk í viðkvæmri stöðu.

## Grunnskólaverkefni

**Síðustu árin hafa grunnskólar sveitarfélaga átt í farsælu samstarfi með Krónunni.**

Um er að ræða verkefni þar sem unglingar vinna hluta úr degi hjá fyrirtæki á móti skertri stundaskrá skóla. Verkefni sem þessi hafa skilað góðum árangri og eru mikilvægt úrræði fyrir grunnskólana og Krónan er stolt af þeim flottu ungmennum sem komið hafa til okkar.



# Krónuskólinn

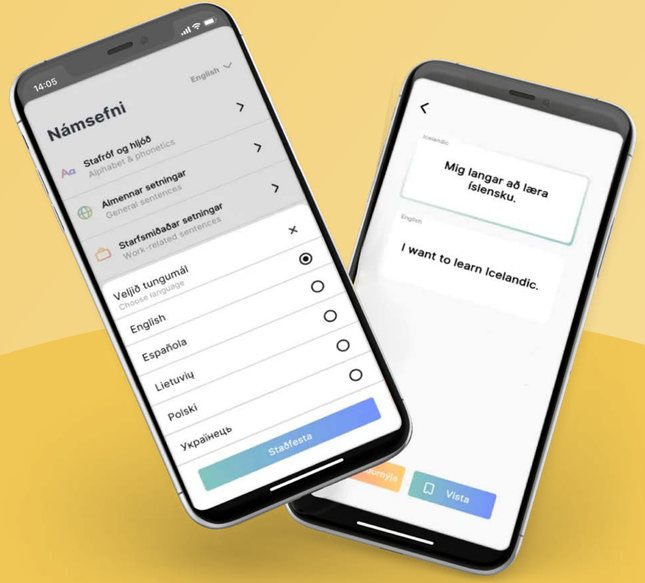
**Árlega fáum við fjölda starfsfólks sem er að stíga sín fyrstu skref á vinnumarkaði í verslunum Krónunnar. Við vitum að fræðslan liggur til grundvallar aukinni vellíðan starfsfólks, sem í kjölfarið stuðlar að jákvæðri upplifun viðskiptavina.**

**Fræðsla leggur grunninn að ánægju starfsfólks sem aftur leggur grunninn að góðri upplifun viðskiptavina. Með það að leiðarljósi starfrækjum við Krónuskólann!**

Krónuskólinn vinnur eftir þriggja anna kerfi, vorönn, sumarönn og haustönn. Gætt er að því að allir starfshópar fái sérþjálfun en einnig er fjöldi námskeiða í boði sem henta öllum, t.d. öryggis- og samskiptanámskeiðin, svo fátt eitt sé nefnt.

Stjórnendafræðsla fær einnig aukið vægi í Krónuskólanum og ber þar hæst verslunarstjóraprógrammið sem og vaktstjóraprógrammið sem eru til þess fallin að efla stjórnendur í hröðu og fjölbreyttu starfsumhverfi Krónunnar.

Það er einfalt að finna allar upplýsingar um Krónuskólann í Relesys appinu!




## Sérverkefni Krónuskólans

**Krónuskólinn keyrir einnig ákveðin sérverkefni og má þar nefna íslenskukennsluappið Bara tala sem allt starfsfólk af erlendum uppruna fær frjálsan aðgang að.** Þar þróar Krónuskólinn sín eigin námskeið og veitir þannig starfsfólki aðgang að orðaforða sem nýtist beint í starfi.

Annað sérverkefni hjá Krónuskólanum er aðgangur að rafrænum námskeiðum Akademias. Allt starfsfólk Krónunnar getur nýtt sér aðgang að fræðslusafni þeirra í gegnum samskiptaforrit Krónunnar. Hugmyndin með þessu er að hjá Krónunni hafi starfsfólk greiðan aðgang að sömu upplýsingum og fræðsluefni og geti sótt sér frekari þekkingu á þægilegan máta, hvar og hvenær sem er.

Að lokum viljum við segja frá sérverkefni sem snýr að raunfærnimati, en Krónan er með nokkra viðurkennda matsaðila í þessu verkefni. Við hvetjum og styðjum okkar starfsfólk til þess að sækja sér viðurkenningu á sinni sérþekkingu og er raunfærnimatið frábært skref. Í framhaldi af raunfærnimati getur starfsfólk sótt um fagnám verslunar og þjónustu hjá Verzlunarskóla Íslands.

# Fræðsla og þróun í starfi

**Starfsþróun er ferli sem leiðir til umbóta og byggist á aukinni hæfni og þekkingu sem nýtist starfsfólki og stjórnendum til að auka gæði og ánægju í starfi.**

**Það er mikilvægt fyrir okkur að fólk sjái framtíðina fyrir sér hjá Krónunni, möguleika til að sækja sér menntun og taka á sig aukna ábyrgð. Til að tryggja framgang og þróun í starfi höfum við mótað eigin fræðslustefnu.**

## Fræðslustefna Krónunnar

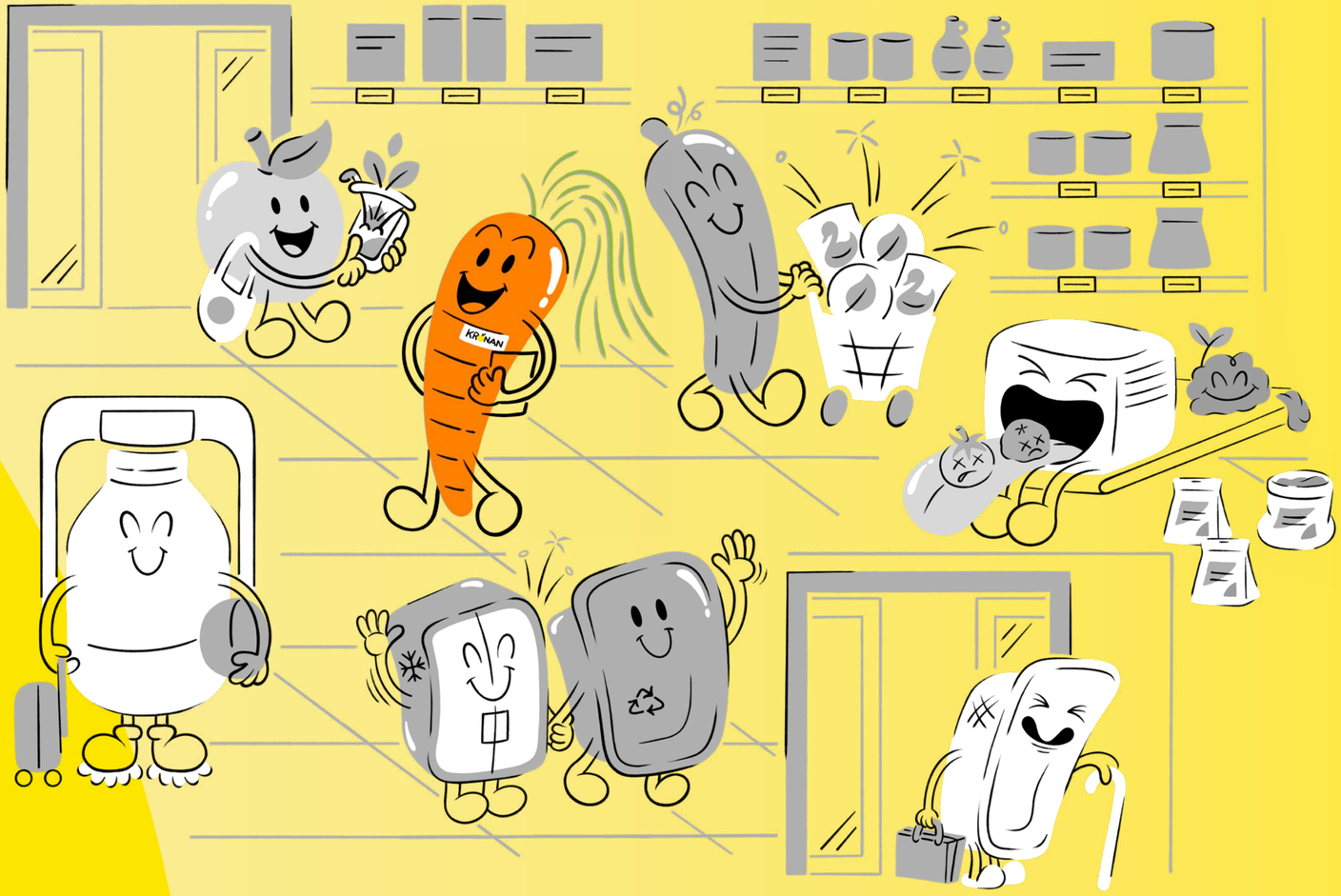
**Það er okkur fátt mikilvægara en að næra starfsfólk okkar og metnað þess og byggja upp sterka liðsheild. Ef starfsfólk okkar er að velta fyrir sér nýju hlutverki eða vill takast á við nýjar áskoranir innan fyrirtækisins, þá veitum við þann stuðning og þá hvatningu sem þarf.** Áhersla er lögð á að allt starfsfólk hafi jafna möguleika á fræðslu, þjálfun og starfsþróun. Við hvetjum starfsfólk okkar eindregið til að sækjast eftir tækifærum til að þróast í starfi innan Krónunnar, hvort sem það er frá kjötdeildinni yfir í vaktstjórann eða úr skrifstofunni yfir í bein samskipti við viðskiptavini.

Við teljum það lykilatriði að fólk sé vel upplýst um fyrirtækið og starfið til að því geti liðið vel í starfi. Krónan vill að starfsfólk sé vel þjálfað og meðvitað um nýjungar í sinni starfsgrein þannig að fyrirtækið geti viðhaldið forystu á sínu sviði. Starfsfólk er þjálfað í samræmi við fræðsluáætlun sem byggist á þörfum starfsfólks og reksturs út frá starfsmannasamtölum og vinnustaðagreiningum.

# Stefna og stjórnar hættir

Stefna okkar er að ná sem flestum sjálfbærnimarkmiðum sem við setjum okkur á ári hverju, að leita sífellt nýrra lausna til að minnka umhverfisáhrif og að samþætta umhverfislega og félagslega sjálfbærni enn betur við starfsemi okkar.

Við lærum óhrædd af því sem má betur fara og prófum okkur áfram með umhverfisvernd og nýsköpun að leiðarljósi. Siðareglur eru aðgengilegar á heimasíðu móðurfélagsins Festi og gilda um alla starfsemi Krónunnar.



# Daglegur rekstur og innkaup

**Stjórn Krónunnar fer með æðsta vald í málefnum félagsins á milli hluthafafunda og ber meginábyrgð á rekstri þess. Framkvæmdastjóri Krónunnar ber ábyrgð á rekstri Krónunnar og annast daglegan rekstur félagsins í samræmi við stefnu, starfsreglur og fyrirmæli stjórnar.**

Í innkaupareglum okkar eru ákvæði um samfélagslega ábyrgð. Birgjar bera ábyrgð á því að þær vörur sem þeir selja eða sú þjónusta sem þeir bjóða upp á séu samkvæmt lögum og reglum. Bæði birgjar og Krónan votta að starfsemi þeirra virði verndarákvæði alþjóðlegra mannréttindasáttmála og taki ekki þátt í mannréttindabrotum. Við vinnum líka gegn hvers kyns spillingu og tryggjum að enginn þeirra aðila sem við skiptum við hafi gerst uppvísir að nauðungar-, þrælkunar- eða barnavinnu.

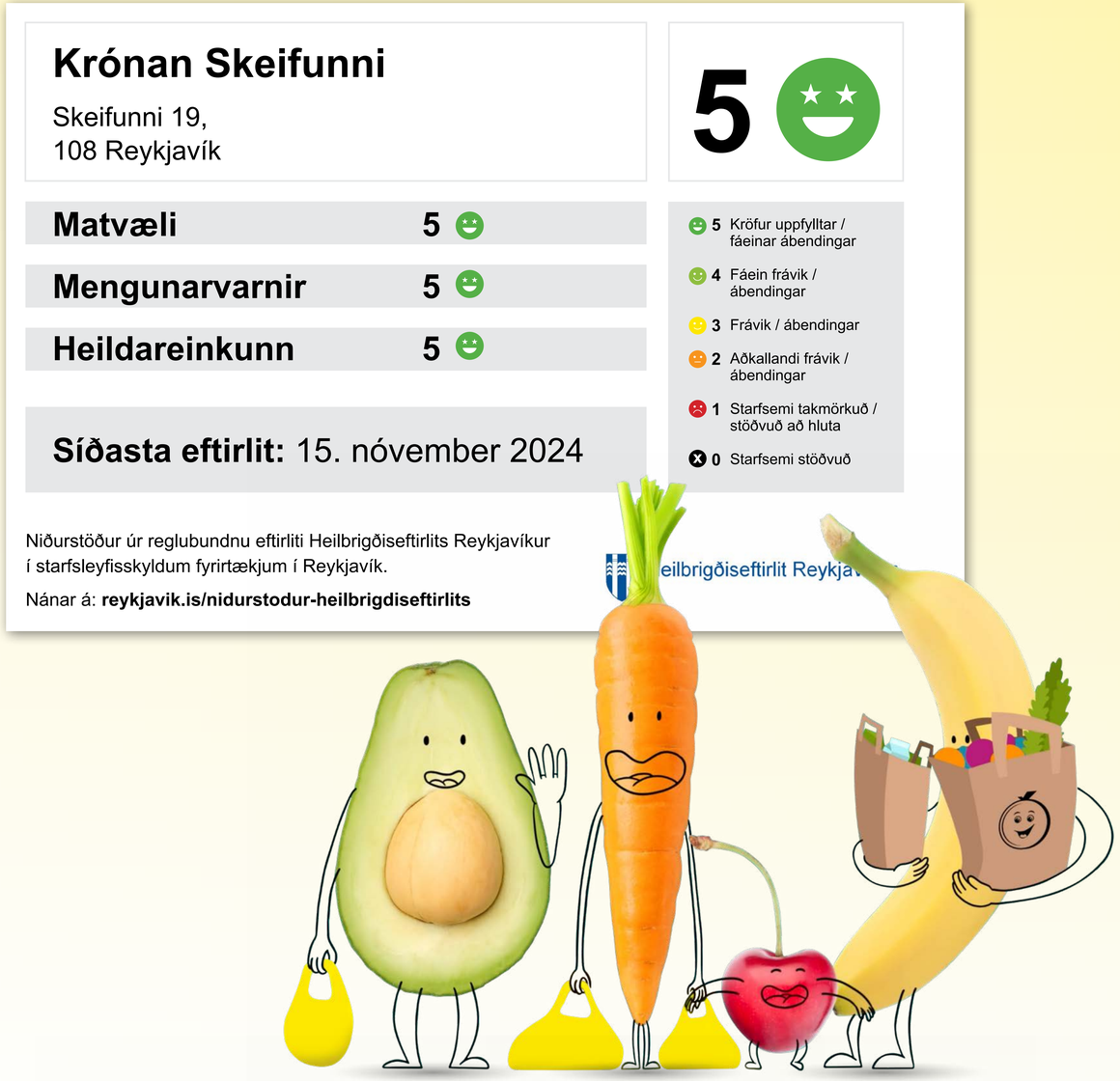
Með Svansvottun Krónunnar fylgja einnig skýrar kröfur um ábyrg innkaup, sem hafa meðal annars stuðlað að auknum innkaupum á lífrænum og umhverfisvottuðum vörum.

# Broskallakerfið í verslunum – aukið gagnsæi til neytenda

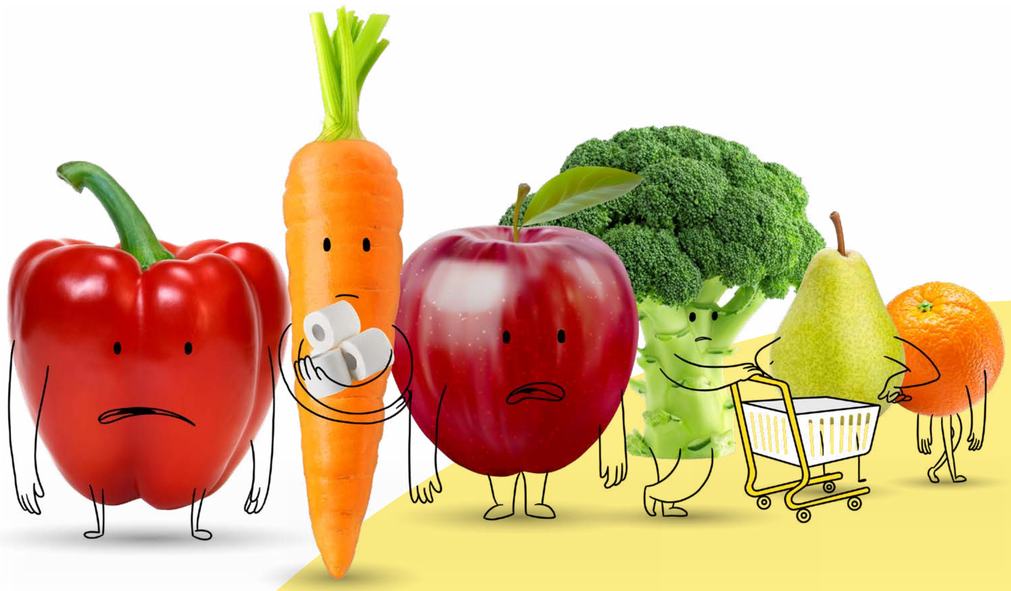
**Krónan leggur mikla áherslu á gagnsæi og öryggi þegar kemur að matvælum og aðbúnaði í verslunum okkar og aðfangakeðju. Þess vegna höfum við meðal annars tekið upp broskallakerfið, sem gerir viðskiptavinum kleift að sjá niðurstöður Heilbrigðiseftirlits Reykjavíkur strax við komu í verslanir okkar.** Með því að birta skýrt hvernig staðið er að hreinlæti og matvælaöryggi, bæði í Krónunni sjálfri og í veitingarýmum innan verslana, eflum við traust neytenda og stuðlum að betri starfsháttum. Broskallakerfið er enn eitt skrefið í átt að auknu gagnsæi og ábyrgð, þar sem við tryggjum að viðskiptavinir okkar hafi allar nauðsynlegar upplýsingar til að taka upplýstar ákvarðanir um matarinnkaup.

Broskallakerfið var ein af þeim aðgerðum sem við réðumst í eftir atvik þar sem starfsemi ótengds aðila, sem leigt hafði rými af Krónunni, var stöðvuð vegna gruns um refsiverða háttsemi. Málið var litið alvarlegum augum innan Krónunnar og samstæðu Festi og var þegar ráðist í fyrirbyggjandi aðgerðir innan samstæðunnar til að treysta enn frekar ferla og efni viðskiptasamninga við þriðju aðila.

Við í Krónunni trúum því að siðferðileg ábyrgð sé sameiginlegt verkefni okkar allra. Með því að tryggja öfluga fræðslu, skýrar verklagsreglur og viðbragðsáætlanir tökum við virkan þátt í að stuðla að heilbrigðum og öruggum vinnumarkaði.



# Sjálfbærnimat birgja og þjónustuaðila



**Á árinu lagði Krónan siðareglur fyrir birgja sem eiga sér stoð í sjálfbærnistefnu Festi samstæðunnar, móðurfélagi Krónunnar.** Tilgangur reglnanna er að skapa áreiðanlegt og traust umhverfi í kringum innkaup samstæðunnar og styðja við sjálfbærnimarkmið hennar. Með því að gera skýrar kröfur til birgja okkar viljum við hafa mótandi áhrif á aðfangakeðjuna í átt að enn ábyrgari og sjálfbærari framleiðslu og viðskiptum.

Krónan gerir þá kröfu að birgjar fylgi gildandi lögum og reglum. Auk þess gerir Krónan eftirfarandi kröfur til birgja sinna sem skiptast í eftirfarandi UFS-flokka:

## Umhverfismál

- Þekki umhverfisáhrif starfsemi sinnar og leitist við að draga úr neikvæðum áhrifum hennar með ábyrgum hætti.
- Geri sér grein fyrir loftslagsáhrifum af sínum rekstri og beiti markvissum aðgerðum til að draga úr losun gróðurhúsalofttegunda í starfsemi sinni.
- Afhendi sorp til endurvinnslustöðva sem flokkað er eftir viðeigandi viðmiðum og reglum hverju sinni.

## Félagslegir þættir

- Virði alþjóðlega viðurkennd mannréttindi, sbr. Mannréttindasáttmála Sameinuðu þjóðanna, og reglur um réttindi barna, sbr. Barnasáttmála Sameinuðu þjóðanna, og hafni með öllu mannréttindabrotum svo sem hvers kyns nauðungar- eða þrælkunarvinnu.
- Virði félagafrelsi og kjarasamningsbundin réttindi starfsfólks á hverjum tíma.
- Skapi starfsumhverfi sem stuðlar að jafnrétti og umburðarlyndi og líður ekki einelti, ofbeldi, áreitni eða mismunun af neinu tagi.
- Tryggi öryggt og heilsusamlegt vinnuumhverfi fyrir starfsfólk sitt.

## Stjórnarhættir

- Stundi heilbrigða viðskiptahætti
- Setji sér siðareglur og vinni gegn hvers konar spillingu.
- Eigi traust samskipti og virði þagnarskyldu um trúnaðarupplýsingar.

# Tvíþátta mikilvægisgreining Festi og dótturfélaga

**Sem hluti af sjálfbærnivegferð Festi var framkvæmd á árinu tvíása mikilvægisgreining (e. Double Materiality Assessment) til að greina á kerfisbundinn hátt efnisleg áhrif, áhættu og tækifæri í allri virðiskeðju fyrirtækisins.** Ferlið byggðist á ítarlegri greiningu á starfsemi Festi en framkvæmd var kortlagning á virðiskeðju sem náði til Festi samstæðunnar og dótturfélaga hennar — Krónunnar, N1, ELKO, Bakkans, Yrkis og Lyfju.

Virðiskeðja fyrirtækja í samstæðu Festi geta verið mjög flóknar og með mörgum milliliðum. Hún hefst með hráefnisöflun, síðan fer fram hreinsun og framleiðsla vara, og að lokum flutningur. Rekstur Festi nær yfir viðskiptaferla og sölu, á meðan ákveðnir þættir í virðiskeðjunni fela í sér notkun og neyslu vara hjá viðskiptavinum, auk úrgangsstjórnunar og endurvinnslu.

Greiningin tók til uppruna vara, þar sem metnir voru lykilbirgjar og aðrir hagsmunaaðilar í framleiðsluferlinu. Kortlagningin byggðist á fyrirliggjandi innri gögnum, þ.m.t. vöruframboði, sölu, þjónustu og starfssvæðum. Greiningin var unnin í samræmi við ESRS-aðferðafræðina með áherslu á að greina helstu áhrifasvæði í virðiskeðjunni.

## Hvernig hefur mikilvægisgreiningin áhrif á Krónuna?

Krónan leggur áherslu á siðferðilega ábyrga viðskiptahætti og styður mannréttindi í allri aðfangakeðju sinni. Hins vegar er að finna alvarleg vandamál eins og barnavinnu og nauðungarvinnu í framleiðslu á mörgum vörum sem seldar eru í matvöruverslunum á heimsvísu, svo sem kaffi, sykri og súkkulaði. Við höldum áfram að greina áhættu í virðiskeðjunni og vinna með birgjum sem taka á málaflokknum. Á sama tíma hvetjum við viðskiptavini okkar til að velja vottaðar vörur. Vottanir eins og Fairtrade tryggir að bændur fái sanngjarna greiðslu og að barnavinna sé ekki leyfð, og MSC-vottun tryggir ábyrga veiðistjórnun og vernd fyrir starfsfólk í sjávarútvegi.

Mikilvægisgreiningin skilaði mikilli þekkingu á áhrifum, áhættum en sérstaklega tækifærum. Hún verður notuð til að tryggja samkeppnishæfni samstæðunnar og sem vegvísir til að draga úr áhrifum í allri virðiskeðjunni.

# Kolefnisjöfnun

**Við vitum að það er ekkert eitt svar í baráttunni gegn loftslagsbreytingum. Þess vegna vinnum við daglega að því að minnka umhverfisáhrif okkar á ólíkum sviðum. Eitt af þeim skrefum er að kolefnisjafna losun Krónunnar, en þannig tökum við ábyrgð á eigin starfsemi, leggjum okkar á vogarskálarnar í baráttunni gegn loftslagsbreytingum og sýnum fram á skuldbindingu okkar til sjálfbærni í matvælakerfinu.**

**Samkvæmt alþjóðlegri skilgreiningu á umfangi mengandi gróðurhúsalofttegunda er útblæstri skipt í Umfang 1, 2 og 3. Umfang 1 er beinn útblástur frá fyrirtækinu, Umfang 2 vísar til orkunotkunar fyrirtækisins, ásamt hita- og rafmagnsnotkun og Umfang 3 nær til óbeinna áhrifa sem falla til vegna t.d. úrgangs í rekstri og viðskiptaferða.**

Frá árinu 2021 hefur Krónan kolefnisjafnað losun sína að fullu eða að hluta til, en að draga úr losun gróðurhúsalofttegunda er eitt af okkar helstu verkefnum. Í ár tókst okkur að mæla fleiri þætti í heildarlosun Krónunnar, en þeir þættir sem við kolefnisjöfnum eru í Umfangi 1, 2 og 3 að hluta til (úrgangur og viðskiptaferðir).

Árið 2024 voru keyptar vottaðar kolefniseiningar fyrir tvö verkefni. 80% einiganna voru keyptar í Gold standard vottaða verkefnið Clean Cooking Project, hannað til að bæta lífskjör viðkvæmra hópa í Bangladess, þar á meðal flóttafólks og annarra jaðarhópa. Margir þessara hópa treysta á hefðbundnar eldavélar sem nota lífmassa og valda mikilli innanhússmengun, sem leiðir til alvarlegra heilsufarsvandamála, sérstaklega meðal kvenna og barna. Með því að dreifa hreinum, sparneytnum eldavélum dregur verkefnið úr mengun innandyra, minnkar tíðni öndunarfærasjúkdóma og dregur úr hættu á bruna og öðrum slysum sem tengjast eldamennsku. Auk umhverfis- og heilsufarslegs ávinnings styður verkefnið einnig við efnahagslega og félagslega valdeflingu. Eftir því sem minni tími fer í eldsneytissöfnun fá konur og börn betri tækifæri til menntunar, atvinnu og samfélagslegrar þátttöku.

Með áherslu á sjálfbærar og hagnýtar lausnir stuðlar verkefnið að betri lífsgæðum fyrir þúsundir fjölskyldna og tryggir þeim heilbrigðari og öruggari framtíð.

20% af keyptum kolefniseiningum Festi voru í Gold standard vindorkuverkefninu Elmali Wind Power Plant í Tyrklandi (verkefni nr. GS4442). Þetta verkefni er hluti af áætlun til að framleiða hreina, endurnýjanlega orku með því að nýta vindorku og draga þannig úr losun gróðurhúsalofttegunda.

**Við höfum sett okkur það langtímamarkmið að verða nettó-núll árið 2035.** Við stefnum á nettó-núll í Umfangi 1, 2 og 3 að hluta, þar sem Umfang 3 hefur ekki verið reiknað að fullu. Verkefnið styður við heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna nr. 6, 11 og 13.

# Markmið 2025

## Ný markmið sem snúa að umhverfisstefnu

- Síðasti séns undir 0,40% af veltu.
- Fræðsla og miðlun til viðskiptavina um umhverfismál.

- Hlutfall almenns sorps undir 13%.
- Hækka hlutfall CO2 kæla upp í 67%.

## Ný markmið sem snúa að lýðheilsustefnu

- Auka hlutfall sölu lífrænna vara upp í 3% af matar- og drykkjarsölu hverrar verslunar.
- Lyfta upp hollum kostum eins og ávöxtum og grænmeti á hverjum degi.

- Auka hlutfall sölu umhverfisvottaðra vara upp í 12% af hreinlætis- og snyrtivöru hverrar verslunar.
- Taka Heillakörfuna á næsta stig og skapa enn meiri hvata fyrir viðskiptavini til að notfæra sér hana.

## Ný markmið sem snúa að mannauðsstefnu

- Allir starfsmenn Krónunnar fara í gegnum Krónuskólann.
- Viðhalda jafnvægisvottun.

- Hærri starfsánægja en 4+ í vinnustaðagreiningu Maskínu.
- Krónan sem aðlaðandi vinnustaður mælist yfir 4,5.

# Langtíma-markmið 2035

**Kolefnishlutleysismarkmið í samræmi við Science Based Targets Initiative – Krónan verður nettó-núll í umfangi 1, 2 og 3 að hluta, en endanlegum út-reikningi fyrir umfang 3 hefur ekki verið lokið. Krónan stuðlar þannig að því að halda lækkun hitastigs jarðar innan við 1,5°C til 2030.**

## Langtímamarkmið sem snúa að umhverfisstefnu

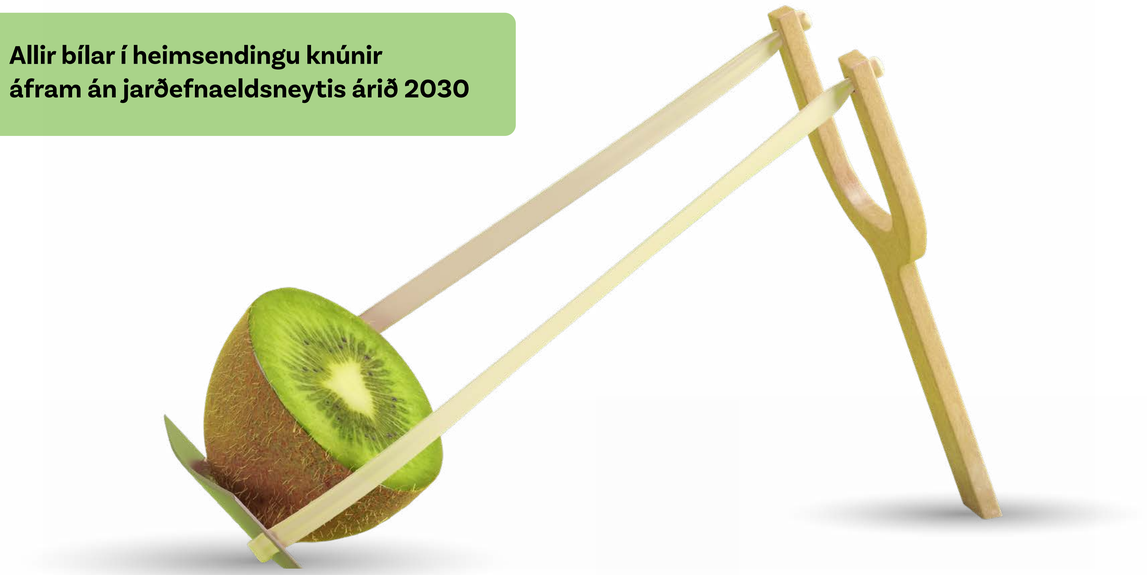
- Minnkun almenns sorps um 40% árið 2035 (miðað við heildartölu 2023 og óháð stækkun/fjölgun verslana).
- Öll kælikerfi í verslunum verða $CO_2$-kælikerfi 2028.
- Allir ljósgjafar knúnir LED-lýsingu árið 2027.
- Allir bílar í heimsendingu knúnir áfram án jarðefnaeldsneytis árið 2030

## Langtímamarkmið sem snúa að lýðheilsustefnu

- Aukum hlutfall sölu umhverfisvottaðra og lífrænna matvæla.

## Langtímamarkmið sem snúa að mannauðsstefnu

- Starfsánægja mælist yfir 4,2 af 5 stigum mögulegum.



# Yfirlitstöflur, ítarefni og hugtaka-notkun

## UFS YFIRLITSTAFLA:

| **Rekstrarþættir** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Rekstrarbreytur** | **Einingar** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
| Heildartekjur | þúsund ISK | 46.784.415 | 51.331,85 | 63.158,4 | 71.209 |
| Fjöldi stöðugilda | starfsgildi | 447 | 476 | 497 | 522 |
| Heildarrými fyrir eigin rekstur | $m^2$ | 32.499 | 37.576 | 38.691 | 38.926 |
| **Losunarbókhald** | | | | | |
| **Mótvægisaðgerðir** | **Einingar** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
| Samtals mótvægisaðgerðir | $tCO_2í$ | 501,7 | 605 | 3376 | 2686 |
| Mótvægisaðgerðir með skógrækt | $tCO_2í$ | 501,7 | 0 | 1266 | 0 |
| **Gróðurhúsalofttegundir** | | | | | |
| Umfang 1 | $tCO_2í$ | 120,8 | 262,2 | 3.011 | 2.364 |
| Umfang 2 (landsnetið) | $tCO_2í$ | 133,1 | 219,3 | 227,4 | 180,5 |
| Umfang 1 og 2 | $tCO_2í$ | 253,9 | 481,4 | 3.238,4 | 2.545 |
| Umfang 3 | $tCO_2í$ | 252,1 | 123,2 | 137,3 | 132,157 |
| Losun gróðurhúsalofttegunda (Umfang 1, 2 og 3) | $tCO_2í$ | 507,8 | 612 | 127,702 | 134,703 |
| *Nasdaq: E1\|UNGC: P7\|GRI: 305-1,305-2,305-3\|SASB: General Issue / GHG Emissions\|TCFD: Metrics & Targets* | | | | | |
| **Umfang 1 - Samsetning losunar** | **Einingar** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
| Heildarlosun | $tCO_2í$ | 120,8 | 262,2 | 3.011 | 2.364 |
| Eldsneytisnotkun farartækja | $tCO_2í$ | 120,8 | 136,6 | 119,9 | 134,6 |
| Lekalosun | $tCO_2í$ | - | 125,6 | 2.887,4 | 2.230 |
| **Umfang 2 - Samsetning losunar** | | | | | |
| Heildarlosun | $tCO_2í$ | 133,1 | 219,3 | 227,4 | 180,5 |
| Rafmagn | $tCO_2í$ | 67,6 | 109,6 | 88,3 | 87,2 |
| Hitaveita | $tCO_2í$ | 65,5 | 109,6 | 93,8 | 93,2 |

## Losunarbókhald frh. :

| Umfang 3 - Losun á fyrri stigum | Einingar | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Flokkur 1: Uppstreymi, keypt vara og þjónusta** | | | | | |
| Heildarlosur | $tCO_2í$ | - | - | 120.8 | 130.3 |
| **Flokkur 3: Eldsneytis- og orkutengd starfsemi** | | | | | |
| Heildarlosun | | | | 136,4 | 148,4 |
| **Flokkur 4: Uppstreymi, flutningur og dreifing** | | | | | |
| Heildarlosun | $tCO_2í$ | - | - | 1.760 | 1.625 |
| **Flokkur 5: Úrgangur frá rekstri** | | | | | |
| Heildarlosun | $tCO_2í$ | 243,1 | 101,5 | 106,1 | 120,5 |
| Flutningur, förgun og meðhöndlun á úrgangi | $tCO_2í$ | 243,1 | 101,5 | 106,1 | 120,5 |
| **Flokkur 6: Viðskiptaferðir** | | | | | |
| Heildarlosun | $tCO_2í$ | 9 | 21,7 | 31,2 | 19 |
| Flugferðir | $tCO_2í$ | 9 | 21,7 | 31,2 | 19 |
| **Flokkur 9: Niðurstreymi** | | | | | |
| Flutningar og dreifing | $tCO_2í$ | | | 68,5 | 75,5 |

## Umhverfisþættir

| Orkunotkun | Einingar | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Heildarorkunotkun** | **kWst** | **14.824.413** | **23.623.900** | **21.933.650** | **20.587.588** |
| Jarðefnaeldsneyti | kWst | 539.614 | 577.805 | 499.121 | 560.195 |
| Lífeldsneyti | kWst | - | - | - | 13.168 |
| Rafmagn | kWst | 6.884.412 | 10.649.023 | 10.899.980 | 10.772.847 |
| Hitaveita | kWst | 7.400.386 | 12.397.072 | 9.305.638 | 10.490.213 |

*Nasdaq: E3|UNGC: P7, P8|GRI: 302-1, 302-2|SDG: 12|SASB: General Issue / Energy Management*

## Umhverfisþættir frh. :

| Orkusamsetning | Einingar | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Heildarorkunotkun | kWst | 14.824.413 | 23.623.900 | 21.933.650 | 20.587.588 |
| Jarðefnaeldsneyti | % | 3,6% | 2,4% | 2,1% | 3,% |
| Endurnýjanlegir orkugjafar | % | 96,4% | 97,6% | 97,9% | 97,% |
| Kjarnorka | % | 0% | 0% | 0% | 0% |
| *Nasdaq: E5\|GRI: 302-1\|SDG: 7\|SASB: General Issue / Energy Management* | | | | | |
| **Eldsneytisnotkun** | | | | | |
| Heildareldsneytisnotkun | lítrar | 50.253,8 | 56.443,9 | 51.370,9 | 49.471 |
| Díselolía | lítrar | 18.737 | 20.693 | 20.699 | 28.819 |
| Bensín | lítrar | 31.516,6 | 35.750,5 | 30.671,9 | 20.652 |
| **Vatnsnotkun** | | | | | |
| Heildarvatnsnotkun | $m^3$ | 193.732,2 | 305.534,5 | 284.879 | 278.602 |
| Kalt vatn | $m^3$ | 66.139,4 | 91.950,5 | 68.583 | 63.800 |
| Heitt vatn | $m^3$ | 127.592,9 | 213.584 | 216.296 | 214.802 |
| *Nasdaq: E6\|GRI: 303-5\|SDG: 6\|SASB: General Issue / Water & Wastewater Management* | | | | | |
| **Samsetning raforku** | | | | | |
| Heildarnotkun raforku | kWst | 6.439.678,3 | 10.642.242,7 | 21.463.137 | 21.273.228 |
| Jarðefnaeldsneyti | % | - | - | 2% | 3% |
| Endurnýjanlegir orkugjafar | % | 100% | 100% | 98% | 97% |
| Kjarnorka | % | - | - | - | - |
| **Meðhöndlun úrgangs** | | | | | |
| **Heildarmagn úrgangs** | kg | 2.144.174 | 2.238.192 | 4.909.560 | 4.491.958 |
| Flokkaður úrgangur | kg | 1.668.074 | 1.640.108 | 1.912.450 | 1.874.321 |
| Óflokkaður úrgangur | kg | 471.920 | 538.904 | 542.330 | 379.803 |
| Endurunnin úrgangur | kg | 1.669.505 | 2.047.008 | 2.311.330 | 2.149.833 |
| Urðað | kg | 470.489 | 132.004 | 143.450 | 88.001 |
| Flokkunarhlutfall úrgangs | % | 77,8% | 73,3% | 77,9% | 83,20% |
| Endurvinnsluhlutfall úrgangs | % | 77,9% | 91,5% | 94,2% | 95,4% |

## Umhverfisþættir frh. :

| Umhverfisstarfsemi | Einingar | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Fylgir fyrirtækið formlegri umhverfisstefnu? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Fylgir fyrirtækið sérstökum úrgangs-, vatns-, orku- og/eða endurvinnslustefnum? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Notar fyrirtækið þitt viðurkennt orkustjórnunarkerfi? | já/nei | Nei | Nei | Nei | Nei |
| *Nasdaq: E7\|GRI: 103-2\|SASB: General Issue / Waste & Hazardous Materials Management* | | | | | |
| **Loftlagseftirlit** | | | | | |
| Hefur framkvæmdastjórn yfirumsjón með og/eða stýrir loftslagstengdri áhættu? | já/nei | Nei | Nei | Nei | Nei |
| Hefur stjórn þín eftirlit með og/eða stjórnar loftslagstengdri áhættu? | já/nei | Nei | Nei | Nei | Nei |
| *Nasdaq: E8, E9\|GRI: 102-19, 102-20, 102-29, 102-30, 102-31\|SASB: General Issue / Business Model Resilience, Systematic Risk Management\|TCFD: Governance (Disclosure A/B)* | | | | | |

## Félagslegir þættir

| Launamunur kynja | Einingar | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Miðgildi heildarlauna karla (X) sem hlutfall af miðgildi heildarlauna kvenna | X:1 | - | - | - | |
| Niðurstaða jafnlaunavottunar | % | 0,2% | 0,3% | 0,5% | 0,50% |
| *S2\|UNGC: P6\|GRI: 405-2 \| SASB: General Issue / Employee Engagement, Diversity & Inclusion* | | | | | |
| **Starfsmannavelta** | | | | | |
| **Starfsmenn í fullu starfi** | | | | | |
| Árleg breyting starfsmanna í fullu starfi | % | 58,4% | 4,5% | 4% | 12,10% |
| **Kyn** | | | | | |
| Karlar | % | 35,6% | 2,7% | 1,9% | 7,70% |
| Konur | % | 22,7% | 2,1% | 2,3% | 4,40% |
| Starfsmenn í hlutastarfi | | | | | |
| Árleg breyting starfsmanna í hlutastarfi | % | - | 52,2% | 37% | 38% |

# Félagslegir þættir frh. :

| Aldur | Einingar | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| <30 | % | - | - | - | 40,3 |
| 30-50 | % | - | - | - | 8,6 |
| 50< | % | - | - | - | 1,1 |
| *S3\|UNGC: P6\|GRI: 401-1b\|SDG: 12\|SASB: General Issue / Labor Practices* | | | | | |
| **Kynjafjölbreytni** | **Einingar** | **2021** | **2022** | **2023** | **2024** |
| **Starfsmannafjöldi** | | | | | |
| Hlutfall kvenna í fyrirtækinu | % | 41% | 44% | 44% | 42% |
| **Framkvæmdastjórn** | | | | | |
| Hlutfall kvenna í framkvæmdastjórn | % | 100% | 100% | 100% | 100% |
| **Forstöðumenn** | | | | | |
| Hlutfall kvenna í stöðu forstöðumanna | % | 67% | 35% | 17% | 37% |
| **Aðrir stjórnendur** | | | | | |
| Hlutfall kvenna í öðrum stjórnendastöðum | % | 33% | 28% | 28% | 41% |
| **Aðrir starfsmenn** | | | | | |
| Hlutfall kvenna af almennum starfsmönnum | | - | 44% | 44% | 42% |
| *S4\|UNGC: P6\|GRI: 102-8, 405-1\|SASB: General Issue / Employee Engagement, Diversity & Inclusion* | | | | | |
| **Aðgerðir gegn mismunun** | | | | | |
| Fylgir fyrirtækið þitt stefnu er varðar kynferðislegt áreiti og/eða jafnrétti? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| *S6\|UNGC: P6\|GRI: 103-2 (see also: GRI 406: Non-Discrimination 2016)\|SASB: General Issue / Employee Engagement, Diversity & Inclusion* | | | | | |
| **Vinnuslysatíðni** | | | | | |
| Heildarfjöldi áverka og banaslysa sem hlutfall af heildarfjölda starfsmanna | % | 0,2% | 0,5% | 0,6% | 0,01% |
| *S7\|GRI: 403-9\|SDG: 3\|SASB: General Issue / Employee Health & Safety* | | | | | |
| **Hnattræn heilsa og öryggi** | | | | | |
| Hefur fyrirtækið birt og framfylgt vinnuverndarstefnu og/eða heildrænni heilsu- og öryggisstefnu? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Fjarvera frá vinnu vegna veikinda (X) sem hlutfall af vinnustundum allra starfsmanna | X:1 | 0,028 | 0,033 | 0,03 | 0,03 |
| *S8\|GRI: 103-2 (See also: GRI 403: Occupational Health & Safety 2018)\|SDG: 3\|SASB: General Issue / Employee Health & Safety* | | | | | |

## Félagslegir þættir frh. :

| Barna- og nauðungarvinna | Einingar | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Framfylgir fyrirtækið stefnu gegn barnaþrælkun? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Framfylgir fyrirtækið stefnu gegn nauðungarvinnu? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Ef já, nær stefnan gegn barna- og/eða nauðungarvinnu einnig til birgja og seljenda? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| *S9\|GRI: 103-2 (See also: GRI 408: Child Labor 2016, GRI 409: Forced or Compulsory Labor, and GRI 414: Supplier Social Assessment 2016)\|UNGC: P4, P5\|SDG: 8\|SASB: General Issue / Labor Practices* | | | | | |
| **Mannréttindi** | | | | | |
| Hefur fyrirtækið birt og framfylgt mannréttindastefnu? | já/nei | Nei | Já | Já | Já |
| Ef já, nær mannréttindastefnan til birgja og framleiðenda? | já/nei | - | Já | Já | Já |
| *S10\|GRI: 103-2 (See also: GRI 412: Human Rights Assessment 2016 & GRI 414: Supplier Social Assessment 2016)\|UNGC: P1, P2\|SDG: 4, 10, 16\| SASB: General Issue / Human Rights & Community Relations* | | | | | |

## Stjórnarhættir

| Kynjahlutfall í stjórn | Einingar | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Hlutfall kvenkyns stjórnarmeðlima (samanborið við karla) | % | 60% | 40% | 40% | 50% |
| *G1\|GRI 405-1\|SDG: 10\|SASB: General Issue / Employee Engagement, Diversity & Inclusion (See also: SASB Industry Standards)* | | | | | |
| **Kaupaukar** | | | | | |
| Fá framkvæmdastjórar formlegan kaupauka fyrir að ná árangri á sviði sjálfbærni? | já/nei | Nei | Nei | Já | Já |
| *G3\|GRI: 102-35* | | | | | |
| **Kjarasamningar** | | | | | |
| Hlutfall starfsmanna sem falla undir almenna kjarasamninga | % | 99% | 100% | 100% | 100% |
| *G4\|UNGC: P3\|SDG: 8\|GRI: 102-41\|SASB: General Issue / Labor Practices (See also: SASB Industry Standards)* | | | | | |
| **Siðareglur birgja** | | | | | |
| Ber seljendum fyrirtækisins og birgjum þess að fylgja siðareglum? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Ef svarið er já, hversu hátt hlutfall birgja hefur formlega staðfest að þeir fylgi siðareglunum? | % | - | - | | - |
| *G5\|UNGC: P2, P3, P4, P8\|GRI: 102-16, 103-2 (See also: GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016 & GRI 414: Supplier Social Assessment 2016\|SDG: 12\|SASB General Issue / Supply Chain Management (See also: SASB Industry Standards)* | | | | | |

## Stjórnarhættir frh.:

| Siðferði og aðgerðir gegn spillingu | Einingar | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Framfylgir fyrirtækið siðareglum og/eða stefnu gegn spillingu og mútum? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Ef já, hvaða hlutfall starfsmanna hefur formlega staðfest að það fylgi stefnunni? | % | - | - | - | - |
| *G6\|UNGC: P10\|SDG: 16\|GRI: 102-16, 103-2 (See also: GRI 205: Anti-Corruption 2016)* | | | | | |
| **Persónuvernd** | | | | | |
| Framfylgir fyrirtækið persónuverndarstefnu? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Hefur fyrirtækið þitt hafist handa við að fylgja GDPR reglum? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| *G7\|GRI: 418 Customer Privacy 2016\|SASB: General Issue / Customer Privacy, Data Security (See also: SASB Industry Standards)* | | | | | |
| **Sjálfbærniskýrsla** | | | | | |
| Birtir fyrirtækið sjálfbærniskýrslu? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Inniheldur skýrslugjöf fyrirtækisins til stjórnvalda gögn um sjálfbærni? | já/nei | - | - | - | - |
| *G8\|UNGC: P8* | | | | | |
| **Starfsvenjur við upplýsingagjöf** | | | | | |
| Veitir fyrirtækið þitt upplýsingar um sjálfbærni til viðurkenndra aðila með skipulögðum hætti? | já/nei | Nei | Nei | Nei | Nei |
| Leggur fyrirtæki þitt áherslu á tiltekin heimsmarkmið Sameinuðu þjóðanna um sjálfbæra þróun (UN SDGs)? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| Setur fyrirtækið þitt markmið og gefur skýrslu um framvindu heimsmarkmiða SÞ? | já/nei | Já | Já | Já | Já |
| *G9\|UNGC: P8* | | | | | |
| **Gögn tekin út/sannreynd af ytri aðila** | | | | | |
| Er upplýsingagjöf um sjálfbærni tryggð eða staðfest af þriðja aðila? | já/nei | Nei | Nei | Já* | Já* |
| *G10\|UNGC: P8\|GRI: 102-56* | | | | | |

*Sjálfbærniupplýsingagjöf Krónunnar byggir á sjálfbærniuppgjöri og -skýrslu Festi sem tekin er út af Deloitte með takmarkaðri vissu.

# Um skýrsluna

Skýrsla þessi er unnin af starfsfólki og sérfræðingum á viðkomandi sviðum hjá Krónunni og Festi. Markaðsdeild Krónunnar annaðist ritstjórn, hönnun og umbrot skýrslunnar. Aðstoð við myndskreytingar annaðist Unnie Arendrup. Sjálfbærniuppgjörið nær yfir mælda losun Krónunnar auk þess sem gögn hafa verið færð sérstaklega inn um félagslega þætti og stjórnarhætti. Mikil vinna á árinu hefur farið í kortlagningu á sjálfbærnigögnum innan samstæðunnar og við að nýta fjárhagsbókhald sem grunn fyrir sjálfbærnibókhald. Þetta eru kerfi eins og bókhaldskerfi, vöruupplýsingakerfi, sölukerfi o.s.frv. Þessi breyting gerir okkur kleift að reikna áhrif eins og kolefnisspor fyrir fleiri þætti og gefur okkur betri yfirsýn yfir okkar áhrif. Við teljum að með því að tengja saman sjálfbærni og fjárhagsbókhald þá aukum við nákvæmni útreikninga og einfalt er að miðla og vakta upplýsingar. Fjárhagsbókhald og ferlar er þekkt og byggist á samþykktum reikningum, sem eru reglulega endurskoðaðir. Grunnárið fyrir þetta fyrirkomulag er árið 2023 sem hefur verið leiðrétt frá því í fyrra.

Sjálfbærniuppgjör Krónunnar er unnið upp úr sjálfbærniuppgjöri samstæðu Festi sem tekið er út af þriðja aðila.

# Sjálfbærniuppgjör

Móðurfélagið er skráð á aðallista NASDAQ og er sjálfbærniuppgjör þetta unnið með hliðsjón af ESG-leiðbeiningum NASDAQ á Íslandi og Norðurlöndum, útgefnum í mars 2017. Þær leiðbeiningar byggjast á ráðleggingum sem settar voru fram árið 2015 af Sameinuðu þjóðunum, Samtökum um sjálfbærar kauphallir (Sustainable Stock Exchange Initiative) og vinnuhópi hjá Alþjóðasamtökum kauphalla (World Federation of Exchange). Kolefnisjöfnun Umfangs 1, 2 og 3 er sem hér segir:

**Umfang 1**
Bein losun gróðurhúsalofttegunda frá starfsemi, eldsneytisnotkun farartækja samsteypunnar og lekalosun frá kælimiðlum.
**Umfang 2**
Óbein losun gróðurhúsalofttegunda sem tengd er raforkunotkun og notkun á heitu vatni í fasteignum og á lóðum samsteypunnar.
**Umfang 3**
Óbein losun gróðurhúsalofttegunda í virðiskeðju Krónunnar, úrgangur frá rekstri og vegna viðskiptaferða.

# Takk!