



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2020

for Kristiansand Dyrepark

□



Til lesere av rapporten

Næringslivet spiller en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål. Et velfungerende og ansvarlig næringsliv bidrar til bærekraftig utvikling gjennom verdi- og jobbskaping, og med nye løsninger på globale utfordringer. Likevel kan virksomheter også medvirke til negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Medlemmer i Etisk handel Norge har derfor forpliktet seg til å jobbe med aktsomhetsvurderinger for å jobbe for mer bærekraftig forretningspraksis.

Til grunn for dette arbeidet ligger Etisk handel Norges prinsipper som dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Medlemmene er forpliktet til hvert år å rapportere om hvilke utfordringer de står overfor og hvilke tiltak som gjennomføres for å håndtere utfordringene. Nå i 2020, er rapporteringsmalen ny og er bygget rundt OECDs modell for aktsomhetsvurderinger. Det er nytt for oss, og det er nytt for våre medlemmer. Det er denne rapporten du sitter med nå. Rapporten er offentlig tilgjengelig.

Malen for medlemsrapporteringen søker å svare på forventningene til arbeid med ansvarlig næringsliv og bærekraftig forretningspraksis som beskrevet i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Rapporteringen til Etisk handel Norge dekker vesentlige elementer i rapporteringsrammeverket til Global Report Initiative (GRI) og kan benyttes som framdriftsrapport til Global Compact.

Heidi Furustøl

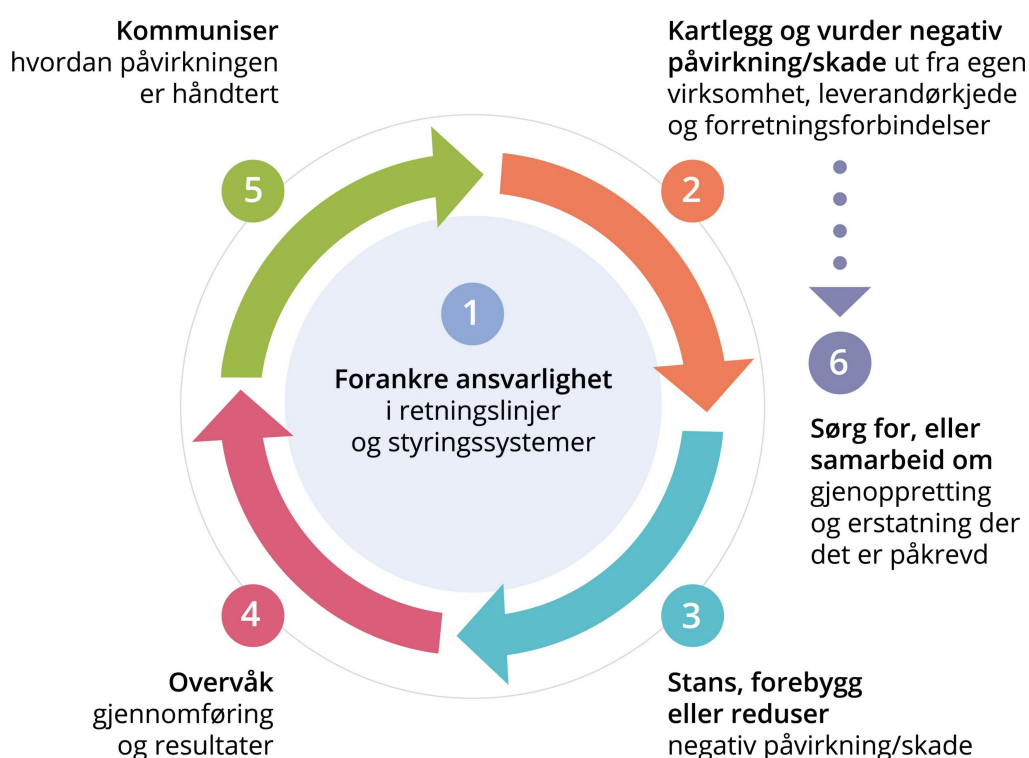
Daglig leder

Etisk handel Norge

Aktsomhetsvurderinger

Denne rapporten er bygget rundt FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv.

Modellen har seks trinn som beskriver hvordan virksomheter kan jobbe for mer ansvarlig og bærekraftig forretningspraksis. Å være god på aktsomhetsvurderinger betyr ikke at en virksomhet ikke har negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, men heller at virksomheten er åpen og ærlig om utfordringer og håndterer dette på best mulig måte i samråd med sine interessenter. Denne rapporten er delt inn i kapitler basert på denne modellen.



Forord av daglig leder

Kristiansand Dyrepark er en samfunnsansvarlig bedrift og har vært medlem av Etisk Handel Norge siden desember 2008. Gjennom vårt medlemskap ønsker vi å stadig styrke innsatsen vår for å forbedre arbeids- og miljøforhold i vår leverandørkjede, og vi jobber kontinuerlig med forbedringer for å redusere vårt klimaavtrykk. Dyreparken jobber strategisk med bærekraft, og vi ønsker en bærekraftig forretningsutvikling. Siden midten av 90-tallet har Dyreparken importert varer fra Østen for salg i våre butikker. Varer som er med på å danne et viktig økonomisk grunnlag i vår bedrift. Med internasjonal handel følger det også utfordringer. Utfordringer som vi lettere kan løse om vi spiller på lag med gode støttespillere.

2020 har vært et utfordrende og annerledes år hvor fokus i stor grad har handlet om smittevern og håndtering og tilpassing av driften vår til gjeldende coronaregler. Det har vært et krevende år for både oss og for våre samarbeidspartnere i inn og utland. Vårt fokus på bærekraft og etisk handle har likevel gjennomsyret våre valg og prioriteringer i produktutviklings prosessene. Vi har i år hatt ett ekstra fokus på at også våre leverandører har tilpasset seg en ny og krevende hverdag.

Fokuset i tiden som kommer vil være bærekraft og aktsomhet.

" Samfunnsansvar og bærekraft er viktige kjerneverdier i Dyreparken. "

Per Arnstein Aamot
Konserndirektør

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Kristiansand Dyrepark

Adresse hovedkontor

4609 Kardemomme by

Viktigste merker, produkter og tjenester

Dyreparken, Kaptein Sabeltann, Julius, Badelandet, Abra Havn, Dyreparken Hotell, Kardemomme by, Sirkus Jesper, KuToppen og Hakkebakkeskogen

Beskrivelse bedriftens struktur

Kristiansand Dyrepark er et AS under Dyreparken Utvikling AS som igjen eies av Braganza AB.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

380 000 000

Antall ansatte

178

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering (fusjoner, oppkjøp eller lignende)

Ingen vesentlige endringer

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Tove Trydal

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

tove@dyreparken.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjeden

Innkjøpsmodellen til Dyreparken er kompleks. Med det menes det at det er stor variasjon ifht varesortiment, produksjonsland og type leverandør (agent/produsent). Hovedfokus for denne rapporten er innkjøp gjort av suvenirer til salg i våre butikker. Vi søker stadig nye leverandører både på messer, samt gjennom agenter eller andre aktører.

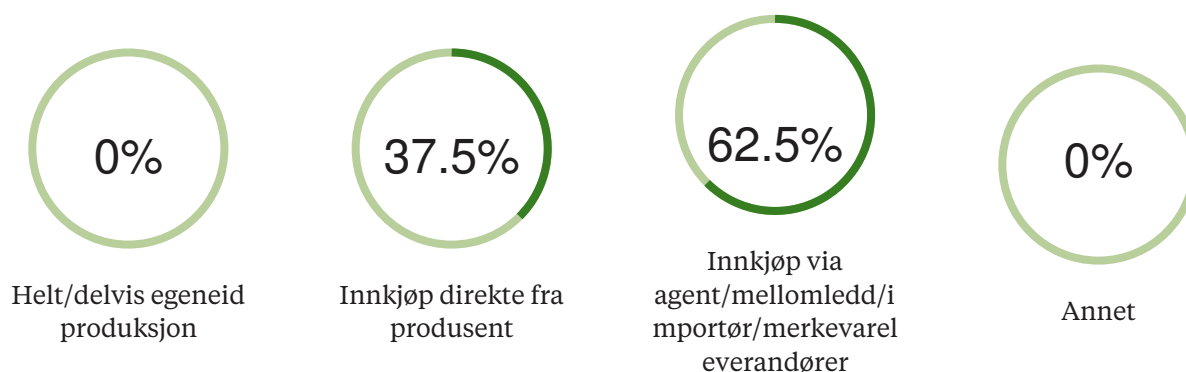
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

31

Kommentar til antall leverandører

Fokus på reduksjon av varelager gjør at vi bestiller langt mindre varer enn tidligere.

Type innkjøp/ leverandørforhold



Litt forskyvning sammenlignet med 2019 fra kjøp via agent til kjøp direkte fra produsent.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Kina :	12
India :	1
Sri Lanka :	1

Alle våre produsenter er lokalisert i Kina, India og Sri Lanka i rapporteringsåret.

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter som bedriften har oversikt over, og hvor mange produsenter er dette basert på.

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

Kommentar til antall arbeidere

Antall arbeidere er ikke kartlagt i rapporteringsåret.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Bomull	Sørøst-Asia
Polyester og andre syntetiske materialer	Sørøst-Asia
Ulike typer plast	Sørøst-Asia
Bambus	Sørøst-Asia
Metall	Sørøst-Asia

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Nei

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål: Økt fokus på bærekraft som avgjørende faktor ved valg, produksjonsmetoder, produkter og kvaliteter.

Status: Ja, bærekraft og fokus på etikk blir stadig viktigere faktorer ved valg av produksjonsmetoder, kvaliteter, og leverandører.

2

Mål: Øke andelen produkter med en bærekraftig profil, inklusiv plastleker og syntetiske kosedyr.

Status: Vi har satt i gang et nytt prosjekt, hvor vi skal teste ut flere kosedyr i resirkulert syntetiske materialer. Dette for å sammenligne kvalitet, bruk og etterspørsel mellom kosedyr i resirkulert og i "tradisjonelle" kvaliteter. Kosedyrene blir levert for sesong 2021. I 2021 vil andelen kosedyr i resirkulert polyester utgjøre ca. 15% av innkjøpet vårt.

3

Mål: Redusere bruk av unødvendig plastemballasje på våre suvenirer med 20%, herunder vurdere bruken av kleshengere i plast.

Status: Vi har kuttet og redusert plastemballasjen på flere produktlinjer, blant annet i en ny serie med håndklær som blir levert i 2021. 1 år forsinket. Vi kom ikke i mål med å redusere bruken av plastkleshengere i 2020, men tar med dette målet videre til 2022.

4

Mål: Øke andel av bomullsprodukter hvor vi bruker økologisk bomull, herunder håndklær og andre produkter vi i dag produserer i konvensjonell bomull. Målet er at 90 % av hele produksjon av bomull skal være bærekraftig i 2021.

Status: 90% av bomullsprodukter som ble produsert i 2020 var økologisk.

5

Mål: Redusere klimautslippene som følge av transport av produkter fra Østen.

Status: Klimautslippene som følge av transport ble redusert noe i 2020, dette primært siden vi produserte langt færre produkter for 2020 enn planlagt på grunn av pandemien.

6

Mål: Alle ansatte er involvert og engasjert i Dyreparkens forpliktelse i forhold til en bærekraftig utvikling og FN's bærekraftsmål.

Status: Ja, alle ansatte er informert og på ulike måter engasjert i FN's bærekraftsmål. Dette målet ble blant annet oppnådd gjennom ulike gruppearbeid. Alle avdelinger har blitt utfordret til å finne 3 bærekraftsmål og tallfeste bærekraftsverdien av dette for sin avdeling.

7

Mål :

Økt fokus på bærekraft og etiske verdier ved valg av nye leverandører, og en revidering/informering av eksisterende leverandører.

Status :

Disse verdiene er stadig i fokus, og vi er i en prosess for å revidere og informere alle leverandørene i forhold til våre krav.

8

Mål :

Fortsatt reduksjon i bruk av engangsbestikk, sortering av papp og plastemballasje på spisesteder og sette mål for reduksjon av matavfall. Sette i gang et bærekraftsprosjekt sammen med Food and Beverage.

Status :

Dette er en kontinuerlig prosess på alle våre spisesteder.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Reduser bruk av plast og emballasje på våre suvenirer med 20 %.

2

Øke andelen av syntetiske kosedyr i laget av resirkulert materialer. Målet at 30% av ny produksjon av kosedyr er utviklet i bærekraftige materiale, eller i resirkulert syntetisk materialer for sesongen 2022.

3

Utvikle flere produkter med en tydelig bærekraftig profil, eksempelvis matbokser, drikkeflasker, plastleker. Unngå å bruke jomfruplast der det er mulig, og bruke alternative materialer der det lar seg gjøre.

4

Lansere vår nye identitetslogo på bærekraftige produkter - "DYREBART". Denne skal vi bruke på alle våre produkter hvor vi har tatt tydelige bærekraftige valg, men der produktene ikke faller inn under noen de sertifiseringsordningen vi bruker i dag. Logoen lanseres som en test allerede i 2021 på noen utvalgte kosedyr som er utviklet i 100% resirkulert materialer.

5

Økt fokus på bærekraft som avgjørende faktor ved valg, produksjonsmetoder, produkter og kvaliteter.

6

Økt fokus på bærekraft og etiske verdier ved valg av nye leverandører, og en revidering av eksisterende leverandører.

7

Mikroplast i havet - vurdere nødvendigheten av å produsere syntetisk fleece. Vurdere andre kvaliteter som ikke slipper ut mikroplast ved vask.



1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av bærekraft i virksomheten handler om å ha relevante policyer og retningslinjer på plass, og effektive styringssystemer for implementering av disse. Sentralt i dette er virksomhetens arbeid med aktsomhetsvurderinger. Det vil blant annet si å ha strategier og planer for hvordan virksomheten identifiserer og håndterer virksomhetens negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø, også gjennom forretningsforbindelser og i leverandørkjeden. Gjennom å håndtere dette på en god måte bidrar virksomheten til oppnåelse av bærekraftsmålene. Tydelig forventning fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Arbeid med bærekraft bør være en integrert del forretningsdriften. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy for egen virksomhet

1.A.1 Hva sier bedriften offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø?

Dyreparken skal være en samfunnsansvarlig virksomhet. Vi skal ha bærekraftige løsninger som skaper konkurransekraft.

Vårt engasjement skal bidra positivt til vårt omdømme. Som en viktig bedrift for nærmiljøet, har vi et særlig engasjement for barn og unge.

Dyreparken har i sin strategiplan forpliktet seg til å jobbe mot en bærekraftig forretningsutvikling, herunder ligger Dyreparkens forpliktelse til å levere på FN's bærekraftsmål.

Dyreparkens leverandører har forpliktet seg til å signere vår Code of Conduct.

1.A.2 Hvordan er policy for egen virksomhet blitt utviklet og forankret?

Dyreparkens policy er utarbeidet av ledelsen, og forankret i organisasjonen gjennom ulike tiltak. Policyen er gjennomgått og drøftet i Dyreparkens utvidede lederteam med ca 40 ledere fra hele konsernet. Videre er alle avdelinger blitt involvert med muligheter for drøfting og innspill.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med bærekraftig forretningspraksis organisert i bedriften, og hvorfor?

Bærekraftsansvaret er fordelt på flere personer i Dyreparken.

Produktutviklere i Kommersiell avdeling har ansvar for bærekraft i produktutviklingsprosessen, herunder informasjonsinnhenting og miljøpåvirkning vedrørende ulike produksjonsmetoder, materialer, etiske forhold i leverandørkjeden etc.

I markedsavdelingen sitter CSR ansvarlig med ansvar for Dyreparkens samfunnsansvar og dyrevelferd. Seniorteknisk rådgiver har ansvar for Miljøfyrtårn og oppfølging av det.

Videre jobbes det kontinuerlig med ulike miljø og bærekraftstiltak i hele Dyreparken. Food and Beverage-avdelingen har jobbet mye med problemstillinger rundt engangsbestikk, kompostering og matavfall.

1.B.2 Hvordan blir ansatte gjort klar over at virksomheten skal være bærekraftig, og betydningen det har for de ansattes stilling og arbeidsoppgaver?

Alle fast ansatte i Dyreparken får innføring i Dyreparken sin strategi, hvor bærekraftsatsing og Dyreparkens forpliktelser til å levere på FN's bærekraftsmål er et sentralt fokusområde. Dyreparkens serviceskole tar for seg disse temaene.

Bærekraft er tema i ulike fora som; tavlemøter, produktråd og allmøte. Vi kommuniserer også via Workplace, blant annet med egne grupper som jobber med informasjon om Dyreparken sitt samfunnsengasjement innen dyrevelferd og bærekraft. Videre kjøres det jevnlig workshops, hvor bærekraft og samfunnsansvar er et fast tema. Blant har vi også Ambassadørskolen som skal ha ekstra fokus på bevaring av dyr.

1.B.3 Hvordan sikres det at relevante ansatte har tilstrekkelig kompetanse til å gjennomføre arbeidet med aktsomhetsvurderinger?

Kursing via ulike organer som Etisk Handel Norge, Miljøfyrtårn, Fairtrade Norge, Avfall Sør og organisasjoner innen Dyrevelferd. Det bør i enda større grad satses på kompetanseheving innenfor dette kompliserte og bredspektrede fagfeltet.

1.C. Planer og ressurser

1.C.1 Hvordan er virksomhetens forpliktelser om å respektere mennesker, samfunn og miljø forankret i virksomhetens strategier og handlingsplaner?

Dyreparkens forpliktelser i forhold til mennesker, samfunn og natur er godt forankret i Dyreparkens strategi og handlingsplaner.

Både årsberetning og CSR-dokumentet fokuserer på viktigheten av ansvarlig forretningspraksis og bærekraftsansvar i et større perspektiv.

Dyreparken er bevisst på sin rolle og sitt samfunnsansvar, og dette kommuniseres både intern og eksternt.

1.C.2 Hvordan følges virksomhetens strategier og planer for å være ansvarlig og bærekraftig opp i ledelse og styret?

Virksomhetens strategier og planer for å være ansvarlig og bærekraftig følges jevnlig opp i bedriftens ledergruppe, og i de utvidede ledermøtene som samler et bredt utvalg av ledere i bedriften. Ordinære ledermøter gjennomføres med 2 – 3 ukers intervall, og strategien er oppe til diskusjon ved flere anledninger, anslagsvis månedlig. Strategien gjennomgås systematisk årlig. Inneværende strategiperiode er 2019 – 2021, og vi er således ved starten av år 2 i vår 3-årige strategiplan.

Styret har strategien oppe til gjennomgang (også revidert strategi) årlig, og til vedtak hvert tredje år. I tillegg er det å være ansvarlig og bærekraftig oppe til diskusjon i flere enkeltsaker i styret.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av ansvarlighet og bærekraft i møte med forretningspartnere, spesielt i leverandørkjeden?

Ved screening av nye leverandører ser vi først på hvilke sertifiseringer de har, samt hvem andre de produserer varer for. Gjennom dialog med leverandøren kartlegger vi deres holdninger og systemer for å ivareta arbeidere, samt andre viktig aspekter av våre Code of Conduct. Dersom vi føler at holdningen til endring ikke er tilstede, søker vi etter andre leverandører. Bærekraft er alltid et tema ved inngåelse av leverandøravtaler. Hvis leverandørene ikke er sertifisert under noen av de ordningene vi benytter (Fairtrade, GOTS) så stiller vi en rekke krav til minimumskriterier som er spesifisert i vår Code of Conduct.

1.E Erfaringer og endringer

1.E.1 Hvilke erfaringer har virksomheten gjort seg om arbeidet med bærekraft i rapporteringsåret, og hva har endret seg som et resultat av dette?

2020 har vært et utfordrende år med Covid 19, som førte til at mange produktutviklingsprosjekter ble satt på vent. Vi utviklet færre produkter i 2020 enn vi gjør i et normalt driftsår. På tross av et "annerledes år" har vi fortsatt hatt fokus på bærekraft og etisk produksjon. Dette er overordnet verdier for produktutviklingen vår.

Vi har ikke foretatt noen reiser eller bedriftsbesøk i hele 2020, men vi har hatt dialog med leverandørene våre om hvordan de forholder seg til nye krav til smittevern og krav til bruk av munnbind og avstand.

Økologisk dyrket bomull er blitt standard på vår produksjon av bomullsklær. Som et resultat av dette har vi forbrukt mindre naturressurser, og ikke brukt skadelige kjemikaler. I tillegg er bomullen sporbar og det er betalt en minimumspris til bomullskooperativene. Dette er med på å bidra til at alle som er involvert i produksjonen får anstendig behandling og en mer rettferdig betaling. Økologisk bomull kjøpes gjennom trygge sertifiseringsordninger som GOTT'S og Fairtrade.

Vi opplever at selv om vi ønsker til å øke andelen produkter med bærekraftig profil, er det vanskelig å finne gode bærekraftige løsninger. Dette er spesielt utfordrende å finne velegnet materialer til å erstatte polyester og jomfruplast. Resirkulert plast er etter hva vi har fått opplyst ikke stabil nok til å foreta/og eller bestå de nødvendige tester i forhold til krav til matwaresikkerhet. I Dyreparken er det stor vilje til endring - men vi møter stadig på utfordringer i forhold til å gjennomføring forhold til gjeldende standarder og krav til produktsikkerhet.

2020 ble preget av å ta trygge valg, m.h.t. råvarer, kvaliteter og produksjonsmetoder, da vi hadde liten tid og små muligheter til å eksperimentere og sette i gang nyutvikling på kvaliteter. Dette skyldes i stor grad utfordringer med en Coronatilpasset produksjon, og permitteringer i Dyreparken.

2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning eller skade på mennesker, samfunn og miljø, inkludert i leverandørkjeden og gjennom forretningsforbindelser. Det handler om å først danne seg et overordnet risikobilde, for så å prioritere mest vesentlige risikoområder for grundigere kartlegging og håndtering av funn. Hvordan virksomheten er involvert i eventuell negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, er sentralt for å avgjøre riktig respons og tiltak. Involvering av interessenter, spesielt påvirkede parter, er sentralt i kartleggingsarbeidet, så vel som i tiltak for å håndtere utfordringene på en god måte.

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

Å prioritere en eller flere risikoområder på bakgrunn av alvorlighetsgrad, betyr ikke at noen risiko er viktigere enn andre, eller at virksomheter ikke gjør noen med annen risiko, men at det som har størst negativ påvirkning prioriteres først. Kartlegging og prioritering er en kontinuerlig prosess.

2.A.1 List opp virksomhetens prioritert risiko for negativ påvirkning/ skade for mennesker, samfunn og miljø.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Høyt forbruk av naturressurser	Miljø Vann Material bruk	
Utslipp av microplast i havet, alle tekstiler i polyester og andre syntetiske materialer slipper ut microplast ved vask	Miljø Vann	
Utslipp ved transport	Miljø Utslipp	
Overdreven bruk av overtid i leverandørleddet, unngå press på arbeiderene.	Arbeidstid	

BEGRUNNELSE FOR HVORFOR DISSE UTFORDRINGENE ER PRIORITERT SOM MEST VESENTLIGE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

2.A.2 Beskriv kort virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og spesifikt hvordan den negative påvirkningen/skaden ble identifisert og prioritert i denne perioden. Beskriv hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert/ dere har snakket med.

Kartlegging av risiko forgår først og fremst ved å følge produksjonskjeden ved hvert enkelt produktområde. Her prøver vi å identifisere risiko og konsekvenser ved ulike valg. For eksempel er det risiko for mikroplastavfall i havet hvis vi produserer syntetisk fleece. Velger vi andre materialer/produksjonsmetoder vil vi identifisere andre risikoområder, som eksempelvis høyt forbruk av vann og bruk av kjemikalier ved produksjon av konvensjonell bomull. Vi jobber kontinuerlig med Dyreparkens sortiment, med mål om å velge bærekraftige løsninger der det er mulig, innfor de rammene vi har i dag.

Vi henter informasjon fra produsentene m.h.t. produksjonsmetoder for å identifisere muligheter for sertifiseringer, muligheter for å velge bærekraftige materialer, eller mer bærekraftige og mindre ressurskrevende produksjonsmetoder.

Med hensyn til arbeidernes arbeidsforhold, rettigheter og vilkår, bruker vi først og fremst dialog, og enkelte tilfeller besøker vi produsentene. Viktige retningslinjer og krav er spesifisert i vår Code of Conduct.

Quizzer er også blitt benyttet for å trene opp arbeiderne i Kina - dette er et virkemiddel for arbeidere som ikke har anledning til å organisere seg. Gjennom denne opplæringsmodellen får de opplæring og informasjon om sine arbeidsrettigheter.

VOF, visualize observation form. Dette er en videodokumentasjonsmetode som vi har benyttet under leverandørbesøk.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen negativ påvirkning/skade for mennesker, samfunn og miljø som ble identifisert i kartleggingen i egen virksomhet, leverandørkjeden eller hos forretningsforbindelser i rapporteringsåret og hvordan disse er håndtert.

Vi har ikke identifisert annen påvirkning/skade i rapporteringsåret.

A woman in a blue lab coat and cap is working in a laboratory. She is looking down at a piece of equipment on a table. In the background, other people in lab coats are visible, and the room has large windows and industrial lighting.

3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere handler om å håndtere funn fra kartleggingen på en god måte. Virksomhetens mest vesentlige negative påvirkning på mennesker, samfunn og miljø prioriteres først. Dette betyr ikke at annen risiko er mindre viktig eller at det ikke håndteres. Hvordan virksomheten er involvert, er sentralt for å treffe riktige tiltak. Faktisk negativ påvirkning/skade som virksomheten forårsaker eller bidrar til må stanses, forebygges og reduseres. Virksomheter som er direkte forbundet med negativ påvirkning må bruke sin innflytelse til å få forretningsforbindelser (f.eks. leverandører) til å stanse, forebygge og redusere dette. Dette innebærer å utvikle og iverksettes planer og rutiner for å håndtere risiko, og kan kreve endringer i egne policyer og styringssystemer. Virksomheters vellykkede håndtering av negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø er et avgjørende bidrag til FNs bærekraftsmål.

3.A Stanse, forebygge eller redusere

3.A.1 Legg til mål, status på fremdrift, og beskriv tiltak dere har iverksatt for å håndtere virksomhetens prioriterte negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø

Prioritert negativ påvirkning/skade	Høyt forbruk av naturressurser
Overordnet mål :	Redusere klimaavtrykk, redusere negativ påvirkning på naturressurser.
Status :	Ved produksjon av bomull brukt til klær i 2020 har vi forbrukt betydelige mindre vannressurser enn tidligere, og ingen bruk av kjemikalier. Bomullen er sporbar via trygge sertifiseringsordninger (Fairtrade og GOTS).
Mål i rapporteringsåret :	Øke andelen bærekraftige produkter.

Utforte tiltak og begrunnelse :

I 2020 er alle bomullsklær produsert i økologisk dyrket bomull, og dette er blitt vår nye standard. Vi samarbeider med Fairtrade Norge og GOTS for sertifisering av økologisk bomull.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Utslipp av microplast i havet, alle tekstiler i polyester og andre syntetiske materialer slipper ut microplast ved vask
Overordnet mål :	Reduser utslipp av mikroplast fra Dyreparkens sortiment.
Status :	Det er utfordrende å redusere bruken av syntetiske materiale i kosebamser og kostymer, og i dag har vi ingen alternative materialer.
Mål i rapporteringsåret :	Redusere antall produkter utviklet i syntetiske materialer.

Utforte tiltak og begrunnelse :

Vi har ikke klart å erstatte produkter i syntetiske materialer med andre alternativer i 2020. Men vi har satt i gang en test for neste sesong, hvor vi lanserer vi et utvalg kosedyr i resirkulert polyester under bærekraftsmerkingen vår "DYREBART". Vi skal gjennomføre en test hvorvidt resirkulert polyester vil være ett bedre materialvalg enn den tradisjonell polyester vi bruker i dag. Vi skal også kartlegge kundens holdninger og vilje til å endre kjøpsadferd.

I tillegg til overnevnte skal vi jobbe med informasjon om hvordan man kan minimere utslipp av mikroplast ved vask.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Utslipp ved transport
Overordnet mål :	Redusere CO2 utslipp ved transport.
Status :	Her har det ikke blitt utført spesielle tiltak i 2020.
Mål i rapporteringsåret :	Å samkjøre konteinerfrakt fra Kina hvor målet er å transportere færre, men fullere konteinere. Redusere flyfrakt.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Dette krever en lengre planleggingshorisont og et tettere samarbeid mellom fraktleverandør, produsenter og Dyreparken. Dette er noe vi ønsker å fokusere på i 2021-2022.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Overdreven bruk av overtid i leverandørleddet, unngå press på arbeiderene.
Overordnet mål :	Sikre gode og forutsigbare arbeidsforhold hos våre leverandører.
Status :	Har ikke avdekket overdreven bruk av overtid, eller andre negative arbeidsforhold.
Mål i rapporteringsåret :	Gi tydelig og god informasjon, og tilstrekkelig tid, i forbindelse med utvikling av prøver og produksjon.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Ikke utført andre tiltak enn aktsomhet i forbindelse med igangsetting av produksjon og utvikling av produksjonsprøver.

Prioritert negativ påvirkning/skade	
Overordnet mål :	Alle som jobber med produksjon av Dyreparkens produkter skal jobbe innenfor ordnede og regulerte former.
Status :	Vi er ikke kjent med at det er blitt bruket ulovlig overtidsarbeid, eller at det har vært utøvd press på arbeiderene.
Mål i rapporteringsåret :	Ryddige arbeidsforhold hos våre leverandører.

Utforte tiltak og begrunnelse :

Gjennomgang og revidering av egne rutiner i forbindelse med innkjøp og produksjon av suvenirer i østen. Årshjulet vårt er revidert og viktige datoer er fremskyndet for å eksempelvis sette av lenger tid til å utvikle prøver og teste ut ulike materialvalg.

Tverrgående tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade:

Beskriv virksomhetens tverrgående tiltak for å stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning/ skade på mennesker, samfunn og miljø i leverandørkjeden

3.B.1 Reduksjon av miljø- og klimafotavtrykk

Dyreparken jobber for å redusere miljø- og klimafotavtrykk. Vi har satt i gang flere prosjekter med fokus på bærekraft i 2020, blant annet jobbes det strategisk med dyrevelferd og bevaring av dyremangfold, i tillegg til tiltakene vi har gjort på produsentsiden. Her har vi lagt om produksjon av konvensjonell bomull til økologisk bomull.

For sesong 2021 lanserer vi flere kosedyr i resirkulert polyester under bærekraftsmerkingen vår "DYREBART". Vi skal gjennomføre en test hvorvidt resirkulert polyester vil være ett bedre materialvalg enn tradisjonell polyester som vi bruker i dag. 15 % av innkjøpet av syntetiske kosedyr vil i 2021 være i 100 % resirkulert materialer.

Videre jobbes det med ulike prosjekter i parken som reduksjon av engangsservice, kompostering etc.

3.B.2 Tilpassing av egen innkjøpspraksis (sourcing)

Vi fokuserer på langsiktig planlegging, respektfulle og realistiske forhandlinger m.h.t. pris, leveringstider og kvaliteter.

Vi har forutsigbare ordreløp.

Vi har et dynamisk årshjul, hvor vi hele tiden revurderer produksjonstid, planleggingshorisont etc. for å unngå unødig press hos produsentene.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Vi samarbeider med

- Etisk Handel Norge
- Fairtrade Norge
- GOTS
- Miljøfyrtårn

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



Alle våre leverandører har akseptert vår Code of Conduct.

3.B.4 Støtte aktivt opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, eller der lovverket ikke tillater dette, støtte aktivt opp om andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon

Quizzer: her ønsker vi å sette i gang nye tiltak i 2021-2022, med fokus på våre leverandører i Kina. Ikke utført tiltak i 2020, men målet er å sette igang tiltak i 2021.

3.B.5 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

Ikke bidratt vesentlige år.

3.B.6 Andre planer og utførte tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade

Vi har ikke satt i gang nye tiltak i 2020.



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. Er kartlegging og prioritering av mest negativ påvirkning gjort på en faglig god og troverdig måte, og som reflekterer de faktiske forholdene? Virker tiltakene for å stanse, forebygge og redusere virksomhetens negative påvirkning/ skade etter hensikten? Er skade gjenopprettet der det er relevant? Dette kan gjelde tiltak virksomheten gjør selv og som utføres av eller i samarbeid med andre. Virksomhetene må ha rutiner og systemer for å overvåke gjennomføringen og resultatene for å kunne vurdere disse. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger, brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.

4.A. Overvåke og evaluere

4.A.1 Beskriv hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis

Tove Trydal er bærekraftsansvarlig i Produktutviklingsavdelingen og har ansvar for overvåking av tiltak og å vurdere effekten av dem. Overvåking foregår i praksis gjennom dialog, informasjonsinnhenting og dokumentasjon fra de ulike ordninger vi er medlemmer av, samt besøk og informasjonsinnhenting hos fabrikker og leverandører.

I øvrig organisasjon er det Christine Berhus som har et overordnet ansvar for samfunnsansvar og dyrevelferd og Kurt Snemyr som er ansvarlig for Miljøfyrtårnordningen vår.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens og forretningsforbindelsers (f.eks. leverandørers) tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer.

Vi bruker anerkjente merkeordninger, slik har vi trygghet for at leverandørene følger våre bærekraftige og etiske retningslinjer.

Vi besøker leverandører og produsenter med jevne mellomrom for å følge opp leverandøravtalene våre, og for å sjekke arbeidsforholdene på fabrikkene.

Vi etterspør og etterstreber alltid bærekraftige alternativer og løsninger både med hensyn til valg av kvaliteter, produksjonsmetoder, forpakninger etc. i dialog med produsentene.

A woman with dark hair tied back, wearing a light blue button-down shirt and a brown leather apron, is looking down at a large, industrial-style metal pot or pan on a stove. The background is a blurred kitchen environment.

5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

Forutsetningen for god ekstern kommunikasjon om arbeidet knyttet til virksomhetens aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis er at den bygger på konkrete aktiviteter og resultater. Det vil si ekstern kommunikasjon av policyer og retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, inkludert funn og effekt og resultater av tiltakene/aktivitetene.

5.A. Kommunisere eksternt

5.A.1 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer med berørte interessenter om håndteringen av negativ påvirkning/skade

Vi har per dags dato ingen konkret kommunikasjonsplan vedrørende negativ påvirkning/skade.

5.A.2 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer offentlig rundt eget arbeid med kartlegging og håndtering av negativ påvirkning/skade

Dyreparken har et uttalt mål i sin PR strategiplan om å tilstrebe/ivareta en åpen og ærlig kommunikasjon med gjester, media og våre samarbeidspartnere.

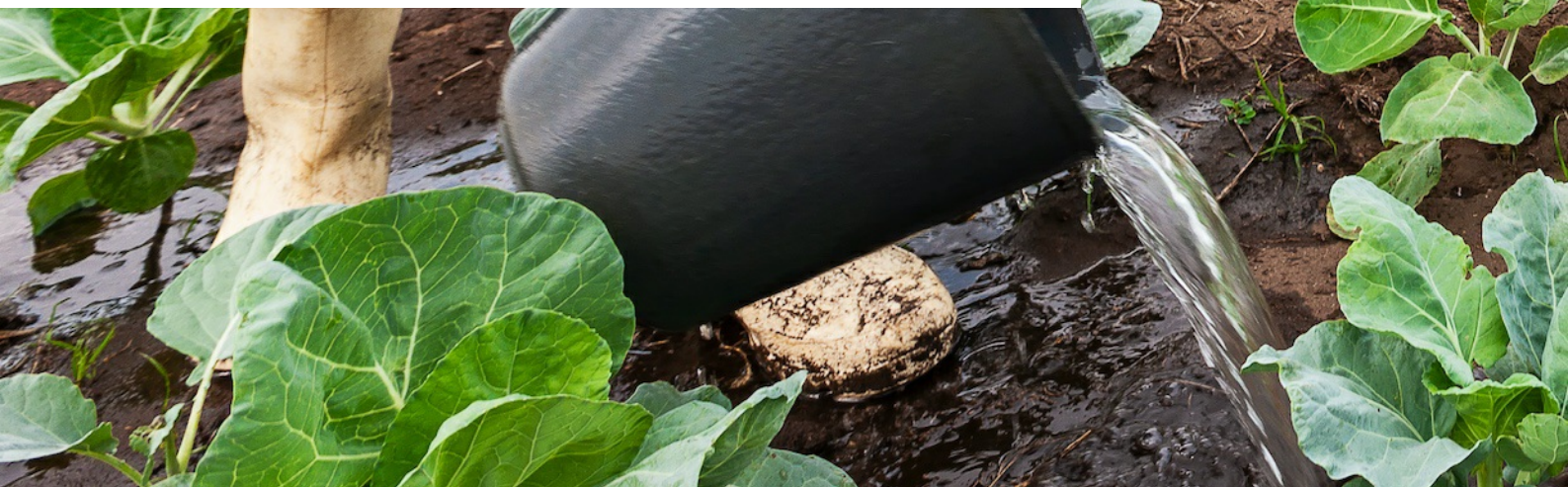
Dyreparken har åpne leverandørlistor, denne leveres ut ved henvendelse.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket, eller bidratt til skade, på mennesker eller samfunn, håndteres den skaden gjennom å sørge for gjenoppretting, eller samarbeide om gjenoppretting. Gjenoppretting kan innebære økonomisk erstatning eller kompensasjon, en offentlig beklagelse, eller at en skade på annet vis rettes opp. Det handler også om å sørge for tilgang til klageordninger for arbeidere og/eller lokalsamfunn slik at de kan få sin sak hørt og håndtert.



6.A Gjenoppretting

6.A.1 Beskriv virksomhetens policy for gjenoppretting ved negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø

Vi har ingen utarbeidet plan for gjenoppretting av negative konsekvenser, utover samarbeid, dialog og informasjonsinnhenting. Her ser vi behov for å utarbeide gode rutiner.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Ingen konkrete negativ hendelser i rapporteringsåret.

6.B Tilgang til mekanismer for gjenoppretting

6.B.1 Beskriv hva selskapet gjør for å sikre at påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til effektive mekanismer for gjenoppretting, når det er aktuelt

Vi har ingen rutiner på dette området utover dialog med leverandørene.

Kontaktinformasjon:

Kristiansand Dyrepark

Tove Trydal

tove@dyreparken.no