



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2021

for Kristiansand Dyrepark

□





Til lesere av rapporten

Næringslivet har stor påvirkning på mennesker, samfunn og miljø og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor også en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål. Alle selskaper, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning samt rette opp skade for mennesker, samfunn og miljø – såkalte aktsomhetsvurderinger (due diligence). Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner. Større virksomheter er fra og med 1.juli 2022, gjennom åpenhetsloven, lovpålagt å utføre dette arbeidet og vise åpenhet om det ved å rapportere offentlig om arbeidet.

Medlemmer i Etisk handel Norge har forpliktet seg til å jobbe med aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Til grunn for dette arbeidet ligger Etisk handel Norges prinsipper (vår code of conduct), som dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd.

Malen for medlemsrapporten er utformet for at virksomheten skal vise åpenhet om sitt arbeid med ansvarlig næringsliv og bærekraftig forretningspraksis, som beskrevet i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. I rapporteringen skal det inngå hvordan virksomheten arbeider med aktsomhetsvurderinger og beskrive hvilke utfordringer virksomheten står overfor, hvilke tiltak som gjennomføres for å håndtere utfordringene samt fremdrift og resultater. Alle medlemsrapportene gjøres offentlig tilgjengelig på Etisk handel Norges hjemmesider.

Heidi Furustøl

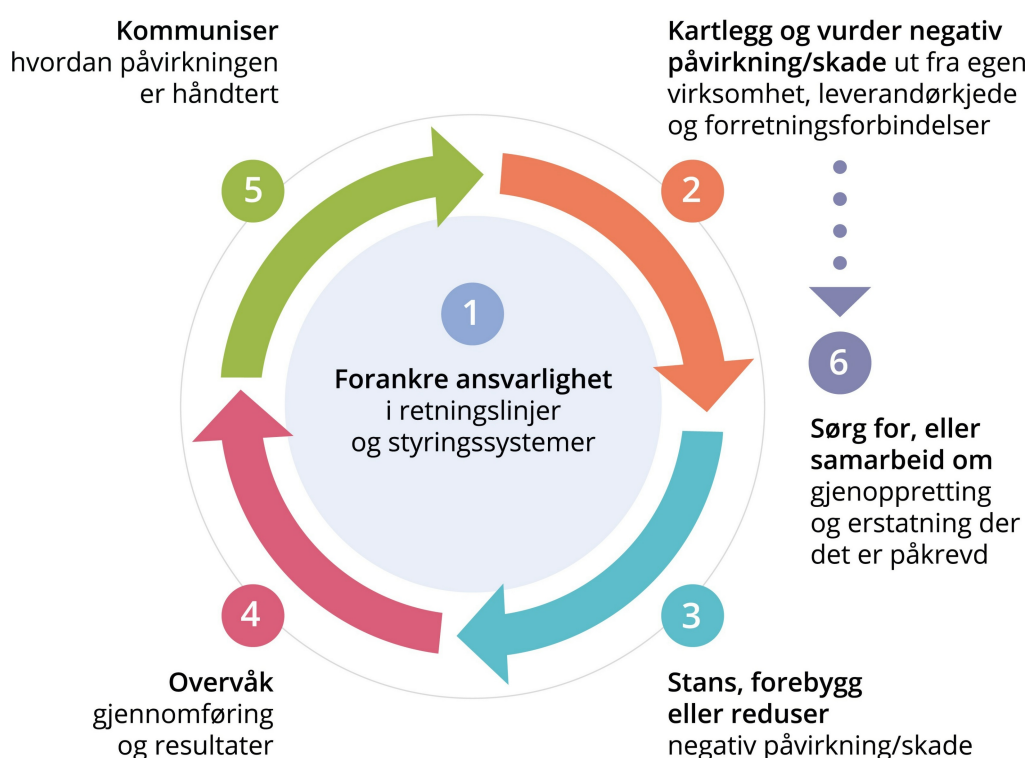
Daglig leder

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 2008. Vi er bevisste på vår rolle innenfor en bransje med høyt klimaavtrykk, og mangel på transparens bakover i leverandørkjeden byr på utfordringer i forhold til mulige brudd på våre etiske retningslinjer. Gjennom vårt medlemskap i Etisk Handel Norge har vi forpliktet oss til å jobbe mot mer rettferdige lønns- og arbeidsvilkår i vår leverandørkjede, og vi jobber kontinuerlig med forbedringer for å redusere klimaavtrykket vårt. Målet vårt er en mer bærekraftig produksjon, og utvikling av produkter i god kvalitet med lang levetid. Årets rapport til EHN omhandler vår produksjon og import av varer, primært fra Østen. Vi har allerede gjort mange positive grep og i dag er blant annet alle våre bomullsklær produsert i GOTT's - eller Fairtrade-sertifisert økologisk bomull. Det betyr at vi har redusert miljøbelastningen ved å redusere bruken av kjemikalier og vann under bomullsdyrkingen. Bomullen er sporbar, og det gir verdifull innsikt i arbeidsforholdene hos våre leverandører.

2021 har vært nok et utfordrende og annerledes år hvor fokus i stor grad har vært å sikre produksjon av kjerneproduktene våre. Produksjonskapasiteten hos våre produsenter har blitt redusert, råvareprisen har økt, fraktkapasiteten har vært svært presset og økte fraktpriser har vært utfordrende. Det har vært et krevende år for både oss og for våre samarbeidspartnere. Vårt fokus på bærekraft og etisk handel har likevel stått i fokus ved våre valg og prioriteringer i produktutviklingsprosessene.

I løpet av kommende år er målet for Dyreparken å løfte satsingen på bærekraft, og det arbeides nå med en ny policy og en ny bærekraftstrategi for hele virksomheten. 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 av bedriftens struktur

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

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

455 111 777

Antall ansatte

188

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering

Ingen vesentlige endringer. Dyreparken er en sesong bedrift med stor variasjon mellom antall ansatte i høy- og lav-sesong. 188 er ansatte på helårsbasis og i tillegg har vi 1049 sesongansatte.

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 leverandørkjede

Innkjøpsmodellen til Dyreparken er kompleks. Med det menes det at det er stor variasjon ifht varesortiment, produksjonsland og type leverandør (agent/produsent). Vi designer og produserer en rekke ulike produkter, i et bredt spekter av materialer og bruker mange forskjellige produksjonsmetoder. Hovedfokus og tallmaterialer for denne rapporten er hentet fra innkjøp og produksjon av suvenirer til salg i våre butikker. Vi produserer og importerer primært varer fra Østen med hovedfokus på Kina, India og Sri Lanka. Omsetning av suvenirer utgjør 52 184 056 millioner av vår total omsetning

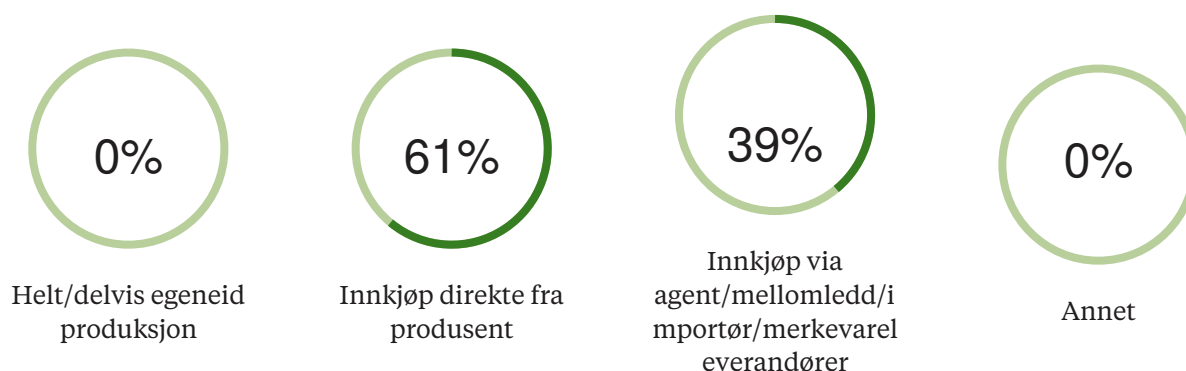
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

31

Kommentar til antall leverandører

Antall leverandører har holdt seg rimelig stabilt de siste årene, og vi ser verdien av å utvikle langvarige relasjoner til leverandørene våre. Det gir trygghet i forhold til levering av kvalitet, holde tidsfrister og våre verdier har vært kommunisert gjen

Type innkjøp/ leverandørforhold



Der det er mulig prioriterer vi å jobbe direkte med leverandørene våre, da får vi verdifull innsikt til deres holdninger og ikke minst muligheter til å kommunisere våre verdier og etiske prinsipper direkte. Men vi er en liten avdeling, med et utrolig bredt spekter av produkter, så 40% av produksjonen vår går gjennom agenter. Selv der vi jobber med et agentledd etterstreber vi de samme verdien, og vi sørger for at alle som har ansvar for produksjon må signere og følge vår Gode of Conduct.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Kina :	12
India :	2
Sri Lanka :	1
Tyrkia :	1

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

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

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

16

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

Status: Vi har i følge egne beregninger redusert plast og emballasje med ca. 9% tallene er hentet fra vekt og volumberegninger utført hos våre leverandører, og egne beregninger

2

Mål: 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.

Status: Andelen kosedyr i resirkulert materiale ble i 2021 beregnet til 6% Utfordringen med å få til en større økning har i stor grad skyldes utfordringer med å få tak i resirkulert materiale hos vår leverandør i Kina. Målet vårt er på lang nær innfridd, og vi må revurdere om vi jobber med riktige produsenter.

3

Mål: 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.

Status: Dette har vist seg vanskelig å gjennomføre for 2021, da vi ikke har klart å skaffe alternative og anvendelige bærekraftige materialer til erstatning for vårt utvalg av plastprodukter. Vi opplever f.eks at det er vanskelig å skaffe resirkulert plast som er stabilt nok, slik at det oppfyller testkravene til matkontaktprodukter. Her er det en rekke forhold som må hensyntas for at materialet kan regnes som egnet. Videre har en av våre mer bærekraftige kvaliteter, bambus blandet med melanin, blitt underkjent av EU's test direktiv som et godkjent matkontakt produkt. Vi ønsker å jobbe mer aktivt med denne problemstilling i 2022

4

Mål: 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 av 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.

Status: Dette konseptet ble lansert i 2021, og er et konsept vi ønsker å ta med oss og utvikle videre for 2022. Vi vil se på muligheten til å tilføre flere bærekraftige produkter i denne kategorien.

5

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

Status : Fokus på bærekraft som viktig og avgjørende faktor gjør seg i stadig større grad gjeldende ved valg av produkter, kvaliteter og produksjonsmetoder. Utfordringen er at mange viktige valg blir basert på omtrentlig kunnskap, og vi ser behovet for å utvikle en bedre plan basert på faktiske data. For 2022 ønsker vi å utvikle en "bærekraftsidikator" eller klimaavtrykksscore på vår ulike kvaliteter/produksjonsmetoder

6

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

Status : Vi har tatt inn 1 ny leverandør i India i 2021 og denne leverandøren ble valgt på bakgrunn av dennes lange arbeid med anstendige og rettferdige arbeidsforhold. Denne bedriften er organisert som et kooperativ, og det er ingen eier som sitter igjen med en eventuell profitt. Profitten skal brukes til å reinvestere i bedriften for fremtiden.

7

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

Status : Vi har besluttet og ikke produsere klær i syntetisk fleece, utviklet av resirkulerte plastflasker. Denne beslutningen er basert på kunnskap om at denne typen fleece forsøpler havet med mikroplast, når det vaskes. Vi har vurdert denne ulempen som større en fordelene ved å bruke resirkulerte flasker.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Vi skal i løpet 2022 produsere vår 1. produksjon av plastsprodukter i Norge.

Dette er en del av en større strategisk satsing på å produsere plastleker i Norge. De positive fordelene her er mange, blant annet produksjon på grønn energi fremfor produksjon på kullkraft, kraftig reduksjon av klimautslipp ved kortere transport, økt kvalitet på sverdene og derigjennom forventet lengre levetid. Ødelagte og gamle sverd kan resirkuleres, disse granuleres og brukes på nytt i ny produksjon. I enkelte komponenter, tynnes plasten med trepulp (avfall fra treindustrien) og derav reduseres bruken av jomfruplast per sverd.

2

Vi skal i løpet av 2022 ha en utarbeidet plan på hvordan vi skal kutte plasthengere som medfølger våre produkter.

Vi ønsker å erstatte alle engangs-kleshengere vi bestiller hos produsentene våre med flerbrukshengere som kan brukes i butikkene våre i mange sesonger. En slik løsning vil gi logistikkutfordringer i forhold til rigg av butikk til sesongen, men vi anser denne ulempen som både mindre, og mulig å løse i forhold til unødig bruk av plast

3

Utvikle en serie klær og /eller kostymer som kan vokse med barna.

Målet er å designe klær som kan brukes lengre. De skal produsert gode kvaliteter som øker levetiden. Vi tenker å legge til større sømrom, bruke dekorative bretter som kan legges ned, snøringer og andre fleksible løsninger som gjør plaggene lengre/romsligere. Målet er at klærne kan vokse med barnet, gå i arv og repareres ved behov, og på den måten øker vi bruken og levetiden per plagg.

4

Ta i bruk EHN sitt risikoanalyse verktøy

5

Utvikle rutiner for bærekraftig pakking og shipping av vår produkter.

Reduser unødig bruk av emballasje, plast og papp, finne smarte pakkeløsninger tilpasset våre produkter.

6

Ta i bruk en klimascore/bærekraftskalkulator på våre produkter.

Målet er at vi letter kan vurder ulike klimabelastninger/gevinster ved ulik valg av materiale, produksjonsmetoder og hvor vi produserer.

7

8



1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av ansvarlighet knyttet til bærekraftig forretningspraksis i virksomheten handler om å ha strategier, planer, relevante policyer* og retningslinjer for aktsomhetsvurderinger som er vedtatt av ledelsen. Disse bør omfatte hele virksomheten, samt virksomhetens leverandørkjede og forretningsforbindelser. Effektive styringssystemer for implementering er en forutsetning for å lykkes, og arbeidet med aktsomhetsvurderinger bør være en integrert del av virksomhetens forretningsdrift. Tydelige forventninger fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar innad i virksomheten for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer de står overfor og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy* for egen virksomhet

1.A.1 Lenke til offentlig tilgjengelig policy for egen virksomhet

<https://www.dyreparken.no/baerekraft/samfunnsansvar/>

1.A.2 Hva sier bedriften offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø?

Produktutviklingsstrategien i Dyreparken har som mål å utvikle suvenirer som skaper varige minner. Vi ønsker og produser verdifulle produkter. Det vil si produkter med lang levetid og lang relevans. Vi ønsker ikke å fremme produkter som bidrar negativt til bruk og kast.

Vår utfordring er å utvikle produkter som gir minst mulig negativ påvirkning på jordens ressurser og menneskene som bidrar i prosessen. Vi er ydmyke og bevisste på at vi låner av jordas ressurser fra fremtidige generasjoner. Omsorg for naturen og trygge gode arbeidsforhold er viktige faktorer og styrende verdier for oss.

1.A.3 Hvordan er policy for egen virksomhet blitt utviklet og forankret?

En ny policy for Dyreparken er under utarbeiding, og det er satt i gang en større prosess hvor hele destinasjon skal ta del i bærekraftsatsingen. Denne planen skal være på plass i tide før Åpenhetsloven trer i kraft.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Produktutviklere i kommersiell avdeling har ansvar for aktsomhet i produktutviklingsprosessen. Herunder vurdere risiko i leverandørkjeden og risiko i forhold til klimaavtrykk.

1.B.2 Hvordan blir betydningen av virksomhetens aktsomhetsvurderinger konkretisert og tydeliggjort for de ansatte gjennom stillingsbeskrivelse, arbeidsoppgaver og incentivordninger?

Alle ansatte i produktutviklingsavdelingen er bevisst sitt ansvar for gjennomføring av anstendig foretningspraksis. Produktutviklingsteamet har forpliktet seg til å fremme anstendige arbeidsforhold i leverandørkjeden. Alle som jobber med produktutvikling og innkjøp er gjort kjent med vår Code of Conduct og Terms of Trade.

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, Fairtrade Norge, Avfall Sør, Grønt Punkt.

1.C. Planer og ressurser

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

Vår produktutviklingstrategi er basert på ansvarlighet, ærlighet og transparans. Dette er uttrykt i vår Code of Conduct. Vi benytter sertifiseringsordninger der det er mulig, dette for å sikre en ansvarlig produksjonen. Vi er en liten avdeling med få mulighet til å foreta fysiske besøk hos alle våre leverandører og underleverandører, og da er det hensiktsmessig å benytte sertifiseringsordninger. I Kina benytter vi vår agent til å forta inspeksjoner og følge opp våre underleverdører hvis vi har mistanker om brudd på våre retningslinjer, i tillegg til våre bedriftsbesøk.

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

Dyreparken er i en prosess hvor det skal utarbeides en bærekraftsstrategi for hele virksomheten. Denne strategien skal legge rammene for hele Dyreparkens prioriteringer og videre satsing for å oppnå målene vi har forpliktet oss til.

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 bærekraftig forretningspraksis i rapporteringsåret, og hva har endret seg som et resultat av dette?

2021 har også vært et utfordrende år med et stor fokus på korona, og konsekvensene av en verdensomspennende pandemi. Mange produktutviklingsprosjekter har blitt satt på vent, og vi har utviklet færre produkter i 2021 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 2021, 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 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 i forhold til gjeldende standarder og krav til produktsikkerhet.

2021 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 Koronatilpasset produksjon, hvor valgene våre har været preget av råvaremangel, lange leveringstider, og høye fraktpriser.

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 prioriterte risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Høyt forbruk av naturressurser	Miljø Vann Materialbruk	Kina India
Utslipp av mikroplast i havet, alle tekstiler i polyester og andre syntetiske materialer slipper ut mikroplast ved vask	Miljø Vann	Norge
Utslipp ved transport	Miljø Utslipp	Globalt
Overdreven bruk av overtid i leverandørleddet, unngå press på arbeiderene.	Arbeidstid	Kina India
mangel på fagforening, arbeider representant	Fagorganisering og kollektive forhandlinger	Kina

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 vis til 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. Beskriv videre også om det er identifisert områder eller tema hvor det er manglende informasjon for å danne seg et helhetlig bilde, og hvordan dere planlegger å gå frem for å få mer informasjon/håndtere dette.

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 har 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.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen negativ påvirkning/skade på 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 similar attire are working at a long table under bright lights.

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 uvesentlig 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 2021 har vi forbrukt betydelige mindre vannressurser enn tidligere, og ingen bruk av skadliege kjemikalier. Bomullen er sporbar via trygge sertifiseringsordninger (Fairtrade og GOTS).
Mål i rapporteringsåret :	Øke andelen bærekraftige produkter.

Utførte tiltak og begrunnelse :

I 2021 er hele vår kolleksjon av 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. I 2021 har vi lansert fler produkter i økologisk bomull, handlenett og bakesett til barna

Prioritert negativ påvirkning/skade	Utslipp av mikroplast i havet, alle tekstiler i polyester og andre syntetiske materialer slipper ut mikroplast ved vask
Overordnet mål :	Reduser utslipp av mikroplast fra Dyreparkens sortiment.
Status :	Det er utfordrende å finne gode alternativ naturlige materialer til kosebamser og kostymer, og syntetiske fleece produkter
Mål i rapporteringsåret :	Redusere antall produkter utviklet i syntetiske materialer.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Vi har besluttet å ta bort produkter produsert i syntetisk fleece på bakgrunn av at denne kvaliteten slipper mikroplast ved vask. Vi har utført en test med kosedyr i resirkulert polyester under bærekraftsmerkingen vår "DYREBART". Resirkulert polyester, og da spesielt fleece, slipper mer mikroplast ved vask en konvensjonell polyester. Basert på disse funnene vurderer vi fordelene med å benytte resirkulert polyester i kosedyr som stor siden kosedyr sjeldent vaskes i maskin, i motsetning til klær. Vi opplever denne problemstillingen som en av mange komplekse utfordringer ved å vurderer fordeler vs ulemper på bruk av syntetiske resirkulerte tekstiler. Mange klesmerker innfor "Fast fashion" segmentet promoterer resirkulert polyester som bærekraftig, men da uten å informere om mikroplast utslipp ved vask.

:

Vi har besluttet å stoppe å produsere produkter i syntetisk fleece utviklet av resirkulerte flakser, for å redusere utslipp av mikroplast.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Utslipp ved transport
Overordnet mål :	Redusere CO2 utslipp ved transport.
Status :	Her har det ikke blitt utført spesielle tiltak i 2021
Mål i rapporteringsåret :	Å samkjøre konteinerfrakt fra Kina hvor målet er å transportere færre, men fullere konteinere.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Dette krever en lengre planleggingshorisont og et tettere samarbeid mellom fraktleverandør, produsenter og Dyreparken. Dette er noe vi også ønsker å fokusere videre på i 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 og en god plan 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. Vi jobber i tett dialog med alle våre leverandører og har som mål å være forutsigbare og gi tydlige informasjon i forkant av utvikling av nye produkter. Vi planlegger produksjonen ut i fra realistiske tidsplaner. Vi anerkjenner at forutsigbarhet er en faktor som bidrar til en positiv relasjon to våre leverandører.

Prioritert negativ påvirkning/skade	mangel på fagforening, arbeider representant
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

Sertifisert økologisk bomull har blitt vår standard for bomullsklær og ved dette reduserer vi bruken av vann og kjemikalier. Klimaavtrykket til Fairtradebomull er 5 ganger lavere en konvensjonell bomull (kilde Fairtradenorge.no) Øvrige produkter i bomull er en miks av økologisk bomull, og øko-tex sertifisert bomull Vi har erstatter noen av våre syntetiske i kosebamser med resirkulert polyester. Det utgjorde ca. 6 % i 2021, og vi har redusert plast og all annen unødig emballasje på alle våre produkter som ble produsert i 2021 Fremover ser vi behovet for mer faktabasert informasjon når vi skal ta bærekraftige valg. Vi ønsker å lage en utregningsmodell for klimabelastningen vi påfører ved vår produksjon.

3.B.2 Tilpasning 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.

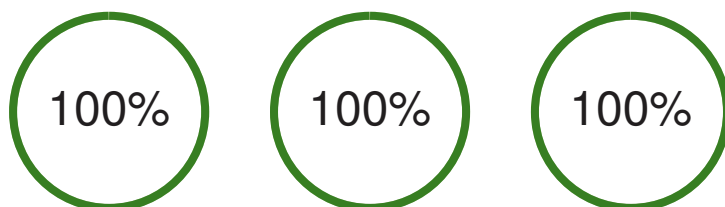
3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Vi samarbeider med

- Fairtrade Norge
- GOTS sertifiseringsordning for økologisk bomull
- Miljøfyrtårn
- Øko-tex-sertifiseringa

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



2021

2020

2019

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

Vi ønsker å ta i bruk quizzer hos enkelte produsenter i Kina i 2022.

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

Ikke bidratt vesentlige år.

3.B.6 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ innvirkning på mennesker, samfunn og miljø.

Vi har ikke satt i gang nye tiltak i 2021.



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om å måle effekten av systematikken og eget arbeid i hvert trinn i aktsomhetsvurderingene, og viser hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. Virksomheten må ha systematikk og rutiner på plass for å kunne fange opp og kritisk vurdere egne konklusjoner, prioriteringer og tiltak som er gjort som en del av aktsomhetsvurderinger. Eksempelvis: 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/eller 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. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.

4.A Overvåkning og evaluering

4.A.1 Beskriv hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade/negativ påvirkning på 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. Vi har ikke foretatt fabrikkbesøk siden før pandemien

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens 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 something in her hands. She is in a kitchen setting, with a gas stove visible in the foreground. The background is slightly blurred, showing kitchen shelves and equipment.

5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

Forutsetningen for god ekstern kommunikasjon om arbeidet knyttet til virksomheters aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis er at den bygger på konkrete aktiviteter og resultater. Virksomheter skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Kommunikasjonen bør inkludere hvordan risikoen er avdekket og håndtert, samt hvilke effekter man oppnådde av tiltakene/aktivitetene. Etter åpenhetslovens §4 skal virksomheter som er omfattet årlig offentliggjøre en redegjørelse for aktsomhetsvurderinger.

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 ivareta en åpen og ærlig kommunikasjon med gjester, media og våre samarbeidspartnere.

Dyreparken har signert grønnvaskingsplakaten og er svært opptatt av å gi etterrettelig og korrekt informasjon om våre produkter, og leverandører.

Dyreparken har åpne leverandørlistor



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket eller bidratt til skade på mennesker eller samfunn, håndteres skaden gjennom å sørge for gjenoppretting, eller samarbeide om gjenoppretting. Gjenoppretting kan innebære økonomisk erstatning eller kompensasjon, en offentlig beklagelse, eller at skaden 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 foreløpig ingen utarbeidet plan for gjenoppretting av negative konsekvenser, vårt mål har vært å engasjer oss gjennom, dialog, informasjonsinnhenting og bidra til løsning. Her ønsker vi å utarbeide en handlingsplan i løpet av 2022

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