



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2023

for Dyreparken; Dyreparken Utvikling AS, Kristiansand
Dyrepark AS og Dyreparken Overnatting AS.

*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Dyreparken; Dyreparken Utvikling AS, Kristiansand Dyrepark AS og Dyreparken Overnatting AS, oppfyller våre krav til basisnivå. Les mer om basisnivå **her**.*





FNs BÆREKRAFTSMÅL



Til lesere av rapporten

Næringslivet og offentlig sektor har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima og dyr og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål og Parisavtalens 1,5 graders mål.

Denne rapporten kan brukes som redegjørelse etter åpenhetsloven, men rapporten favner bredere med klima og miljø, sirkulærøkonomi og antikorrupsjon. Våre medlemmer er forpliktet til å jobbe med aktsomhetsvurderinger og årlig rapportere på arbeidet. Medlemmer i Etisk handel Norge som er på Basisnivå1 oppfyller også åpenhetslovens aktsomhetsvurderingsplikt, og delvis informasjonsplikten.

OECDs begrep Responsible Business Conduct er det vi i Etisk handel Norge kaller for bærekraftig forretningspraksis. Den systematiske innsatsen virksomheter gjør for å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning, samt rette opp skade for mennesker, dyr, samfunn og miljø – kalles aktsomhetsvurderinger (due diligence). Virksomheter over en viss størrelse er gjennom åpenhetsloven pålagt å gjøre aktsomhetsvurderinger på menneskerettigheter. Alle virksomheter, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å gjøre aktsomhetsvurderinger også på samfunn, miljø og dyr og etterleve FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (UNGP) og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner.

Etisk handel Norges prinsipper (vår Code of Conduct) for bærekraftig forretningspraksis dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Rapporten viser åpenhet om hvordan virksomheten arbeider med aktsomhetsvurderinger i tråd med UNGP og OECDs retningslinjer. 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

Dyreparken har i sin forretningsstrategi tatt et tydelig, bevisst og aktivt grep for bærekraftig utvikling. «Vi tar ansvar» er ett av seks strategiske veivalg i Dyreparkens overordnet strategi, og under dette ligger både bevaring av, formidling om og forskning innen truede dyrearter og samfunnsansvar for øvrig. Destinasjonen har valgt å legge ekstra arbeid i FNs bærekraftsmål nr. 15, Liv på land.

Som dyrepark har vi et stort fokus på bevaring av truede dyr, både i Dyreparken og i naturen, og vår rolle som dyrepark overfor ansatte, våre gjester og befolkningen generelt.

Dyreparken skal være en samfunnsansvarlig virksomhet med bærekraftige løsninger som skaper konkurransekraft, og hvor engasjementet skal bidra positivt til omdømmet. Som en viktig bedrift for nærmiljøet, har destinasjonen et særlig engasjement for barn og unge. Vårt mål er å være en destinasjon for alle, også for de som ikke har ressurser til å besøke oss.

Dyreparken ble i 2018 sertifisert til Likestilt arbeidsliv som virksomhet nr. 3 i Norge. Formålet er å stimulere til langsiktig og planmessig arbeid med likestilling og mangfold for ansatte i destinasjonen. Likestillingsredegjørelsen utarbeides årlig, og kan leses på våre nettsider.

Dyreparken sørger for å jobbe, drive og utvikle så bærekraftig som mulig, og vi er bevisste på vår rolle innenfor bransjer med høyt klimaavtrykk. Derfor arbeider vi aktivt for å oppnå mer miljøvennlig utvikling og produksjon av våre produkter og tjenester med mål om å fremme god kvalitet og lang levetid. Som medlem av Etisk Handel Norge forplikter vi oss til å arbeide mot mer rettferdige lønns- og arbeidsvilkår i vår leverandørkjede. Med jevnlig aktsomhetsvurderinger skaffer vi oss bedre innsikt, kunnskap og oversikt over risikoknyttet utfordringer vi måtte stå overfor hos oss og våre samarbeidspartnere. Dette strategiske arbeidet opprettholder en sunn og motiverende holdning mellom alle parter, og bidrar til at sosial bærekraft settes høyt på agendaen.

Dyreparken har etablert et eget bærekraftsteam på tvers av ulike avdelinger, som har som mål å øke innsikt, kunnskap og engasjement innen miljø og samfunnsansvar. Bærekraftsteamet har samarbeidet om denne rapporten og kravene medlemskapet stiller.

Kristiansand Dyrepark ble medlem av Etisk Handel Norge i 2008, og har siden 2022 rapportert for hele Destinasjon Dyreparken.

All informasjon som er tilgjengelig for offentligheten publiseres på våre hjemmesider.

" Samfunnsansvar og bærekraftige tiltak er ett av Dyreparkens seks strategiske veivalg, og settes derfor høyt på dagsorden i vår daglige drift. "



Per Arnstein Aamot
Administrerende direktør

Styrets signatur



Redegjørelse signert av styret

Kardemomme by 27.05.2024

Gunnar Grosvold
Styrets leder

Kert Anders Johan Eslander
Styremedlem

Camilla A. C. Tøpfers
Styremedlem

Arne-Kristian Dalen
Styremedlem

Karin Oddrun Flo
Styremedlem

Per Arnstein Aamot
Adm. direktør

Kardemomme by
27.05.2024

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Navn på virksomheten

Dyreparken; Dyreparken Utvikling AS, Kristiansand Dyrepark AS og Dyreparken Overnatting AS.

Adresse hovedkontor

4609 Kardemomme by

Viktigste merker, produkter og tjenester

Dyreparken, Badelandet, Kaptein Sabeltann, Sirkus Jesper, Kardemomme by, Hakkebakkeskogen, KuToppen, Estragon, Dyrepasserne, Julius, Abra Havn, Juliuskogen, Dyreparken Safaricamp og Dyreparken Safarihotell. Vi tilbyr opplevelser, overnatting, bespising, kurs og konferanser, eventer, undervisning, forskning og bevaring av truede dyrearter. Utover dette tilbyr vi suvenirer til våre gjester og via vår nettbutikk.

Beskrivelse av virksomhetens struktur

Kristiansand Dyrepark er et AS under Dyreparken Utvikling AS, og som eies av Braganza AB ved Per Braathen.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

581 495 745

Antall ansatte

250

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

Ingen vesentlige endringer siden forrige rapportering med hensyn til antall ansatte; Dyreparken er en sesongbedrift med stor variasjon mellom antall ansatte i høy- og lavsesong. Vi har 250 ansatte på helårsbasis og 1400 sesongansatte, hvorav ca 200 er skuespillere.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Ingrid Widerøe, innkjøper

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

ingrid@dyreparken.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Innkjøpsmodellen til Dyreparken er kompleks. Det at det er stor variasjon i forhold til varesortiment, type leverandør og produksjonsland tilpasset de ulike avdelingene og behovene i destinasjonen.

Dyreparken har stort fokus på lokale leverandører, og bruker lokale leverandører så langt det lar seg gjøre.

Souvenirene designes i Dyreparken og produseres i Europa og Asia (blant annet Kina, India og Sri Lanka). Det brukes et bredt spekter av materialer og mange forskjellige produksjonsmetoder.

I 2023 ble første souvenirprodukt produsert i Norge. Vårt mål er å utvikle og produsere flere av våre produkter hos Norske leverandører.

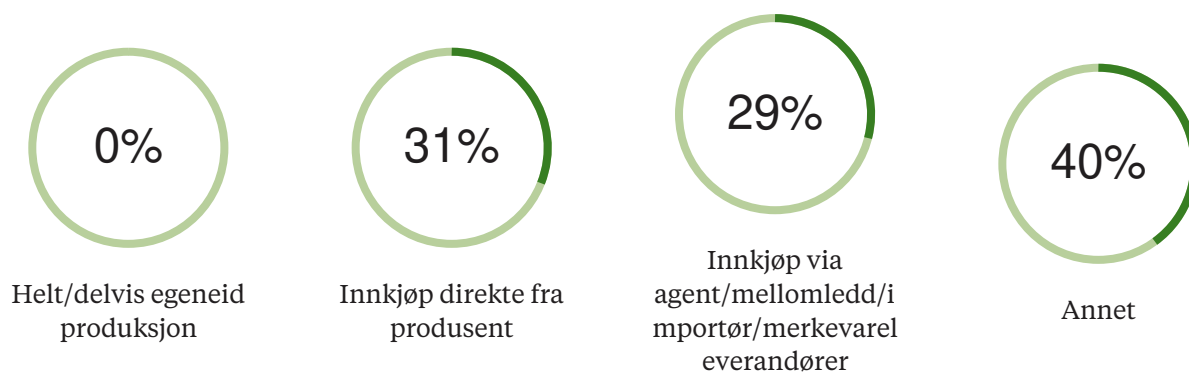
Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

812

Kommentar til antall leverandører

Dyreparken har mange ulike leverandører. Vi jobber kontinuerlig med å redusere og optimalisere antall leverandører for å oppnå bedre kontroll og effektivisere våre innkjøpsprosesser. Vi har mange gode og langvarige relasjoner med våre samarbeidspartnere. Dette gir oss trygghet i god kvalitet og langsiktighet i vårt arbeid med etiske retningslinjer og kjerneverdier.

Type innkjøp/ leverandørforhold



Dyreparken gjør innkjøp direkte fra produsent, via agent samt andre mellomledd og grossister.

For souvenirs prioriterer vi, der det er mulig, å arbeide direkte med produsenter. I slike samarbeid får vi verdifull innsikt i deres overordnede drift, etiske holdninger, relasjoner overfor deres ansatte og interne policyer. Denne type samarbeid gir oss også mulighet til å kommunisere våre verdier og etiske prinsipper direkte til produsent.

Det er ikke alltid like oversiktlig, og vi arbeider derfor målbevisst for å produsere og levere i henhold til våre strategiske verdier. Vi jobber med tiltak som skal gi oss bedre oversikt og innsikt når det gjelder leverandørene våre. Disse tiltakene har vi hatt fokus på over en lengre periode, og spesielt i senere tid.

Generelt så arbeider vi kontinuerlig med å redusere antall leverandører og samordne flere produkter hos samme leverandør der dette er mulig. Dette er stort fokusområde for inneværende år. I rapporteringsåret har Dyreparken hatt transaksjoner med ca 800 ulike leverandører. Vi har i årets rapport fokusert på leverandører med transaksjoner for over kr 200.000NOK, samt de leverandørene vi mener har størst risiko med hensyn til sosial profil og miljø.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Kina :	19
India :	3
Sri Lanka :	1
Tyrkia :	1
Norge :	30
Finland :	2
Sverige :	2
Storbritannia :	1

Som Norges største turistdestinasjon har vi behov for mange ulike varer og tjenester. Dyreparken benytter både norske og utenlandske leverandører. Vi prioriterer bærekraftige produkter, tjenester og leverandører så langt det lar seg gjøre. Videre stiller vi krav til signering av vår CoC (Code of Conduct) overfor avtalefestede samarbeidspartnere.

I rapporteringsåret har vi gjennomført flere anbudsprosesser i produktgruppen mat og drikke. Her ble det satt faste tildelingskriterier som omhandler miljø og bærekraft, hvor de aktuelle leverandørene blir bedt om dokumentere Co2 avtrykk pr produkt.

Den største delen av våre suvenirer produseres i Asia.

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

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

Kommentar til antall arbeidere

Antall arbeidere er ikke kartlagt i rapporteringsåret.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

Bomull	Sørøst-Asia
Polyester og andre syntetiske materialer	Sørøst-Asia
Ulike typer plast	Norge Sørøst-Asia
Metall	Sørøst-Asia
Trevirke	Norge
Mat	Norge
Drikke	Globalt Norge
Emballasje	Finland Norge

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

Mål: Rapportere til EHN for hele destinasjonen.

Policyer etablert.

Bærekraftsteam etablert.

Status: Forankret i ledergruppen.

Risikokartlegging skal gjennomføres jevnlig gjennom året. Alle ansatte som gjør innkjøp skal kjenne til prosessen. Vi jobber med å lage et godt system for 2024.

2

Mål: Dyreparken arbeider for at minst 50% av våre råvarer innen mat og drikke skal kjøpes fra lokale leverandører.

Vi har et godt samarbeid med flere lokale aktører og vi prioriterer lokale leverandører der det er mulig. Det er et høyt fokus på lokalmat i F&B avdelingen, og det jobbes aktivt for å beholde - og øke andelen lokale aktører.

Status:

I rapporteringsåret var andelen lokale leverandører på mat og drikke 50%. Vi har ikke satt et nytt mål for 2024, men fortsetter fokuset på lokalmat.

3

Mål:

Våre leverandører skal prioritere å transportere varer med elektriske kjøretøy så langt det lar seg gjøre.

I 2023 ble dette et fast punkt i våre anbudsdokumenter og på agenda i møte med nye leverandører.

Minimumskriterier er oppdatert til å omhandle dette punktet.

Status:

Flere leverandører forholder seg til klimamålet 2030, så vi har ikke satt det som et krav. En leverandør som er med i anbudsrunde kan risikere å bli valgt bort til fordel for en leverandør som kjører elektrisk.

Andelen leverandører med elektriske kjøretøy er ikke fullstendig kartlagt rapporteringsåret.

4

Mål:

Optimalisere sorteringen av restavfall.

For å oppfylle nye krav ihht Avfallsforskriften, og i tillegg unngå feilsortering har vi økt andelen sortering i destinasjonen og satt i gang et avfallsprosjekt i parken.

Utfordringen er store mengder restavfall, samt at vi ser det ofte blir kastet avfall i feil dunk.

Sommeren 2023 ble det gjort et testprosjekt på et spisested i parken, hvor det ble opprettet en miljøstasjon for gjestene. En større utrulling av prosjektet vil skje i 2024.

Status :

Ved å opprette flere miljøstasjoner og å tydeliggjøre hvilken type avfall som skal i de forskjellige dunkene, tror vi at gjestene i større grad vil bruke dunkene til riktig type avfall. Vi har ansatte som vil sjekke hvilken type avfall som blir kastet i de forskjellige dunkene, for å måle suksessrate.

5

Mål :

Øke andel håndklær produsert i økologisk bomull med 100%.

Status :

Håndklær levert i 2023 ble dessverre kun økotex-sertifisert. Bakgrunnen for det skyldes pris og tilgjengelighet på økologisk bomull. Vi ser behovet for å lage en intern policy ifht hvor mye vi er villig til å betale for bedre råvarer. Dette blir et mål i 2024.

6

Mål :

Øke andel mykdyr som produseres i resirkulerte materiale med 25%. Serien produseres under label "Dyrbart".

Status :

Andelen mykdyr (bamses) som ble produsert i 100% resirkulert materiale ble for 2023 20%. De øvrige har resirkulert innhold.

7

Mål :

Redusere klimaavtrykk og negativ påvirkning på naturressurser. Produsere minimum ett nytt produkt hvor klimaavtrykket fremkommer.

Status :

Dette ble ikke gjennomført i rapporteringsåret. Bakgrunnen er at det eksisterer flere ordninger og vi er i tvil hvilken vi skal gå i gang med. Ellers skjer det mye spennende fremover med EUs krav om digitalt produktpass. Dette skal standardiseres og det vil gjøre det lettere å gjøre det tydelig hvor miljøvennlig produktene er.

8

Mål :

Etablere en panteordning for defekt plastleke som er produsert i Norge. Gjenvunnet materiale vil benyttes til ny produksjon.

Status :

Dette ble ikke gjennomført i rapporteringsåret, men står på listen for 2024.

9

Mål :

Øke andel plastleker/souvenirer med 2-4 nye produkter med Norge som produksjonsland.

Status :

Vi har flyttet produksjonen av 3 sverd fra Kina til Norge. Det ble i 2023 produsert 15000 sverd i temaet Kaptein Sabeltann ved Grepplast i Porsgrunn.

10

Mål : Energieffektivisering:
Installere solceller på 4-5 bygg.
Installere solfangere på tak i Badelandet.

Status : Installert solceller og solfangere ihht plan.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Produsere minst ett nytt produkt i Norge i 2024.

2

Fortsette arbeidet med å optimalisere sortering av restavfall. Utrulling av avfallsprosjekt i 2024, hvor det vil bli opprettet miljøstasjoner i gjesteområder og på kjøkken i hele parken. I første omgang måler vi suksessrate ved en fysisk sjekk av avfallsdunkene for å se hva som er kastet i hvilken dunk.

3

Installere solceller på 2-3 bygg.

4

Alle som gjør innkjøp i bedriften skal ha kompetanse til å gjøre aktsomhetsvurderinger i sin leverandørkjede. Vurdering skal være systematiserte og vi skal ha et godt system for å samle aktsomhetsvurderingene.

5

Leverandører og underleverandører til agenter i Asia er kartlagt og følges opp mtp etterlevelse av Code of Conduct.

6

Øke andelen bamser/mykdyr som er produsert i 100% resirkulert materiale til 30%.

7

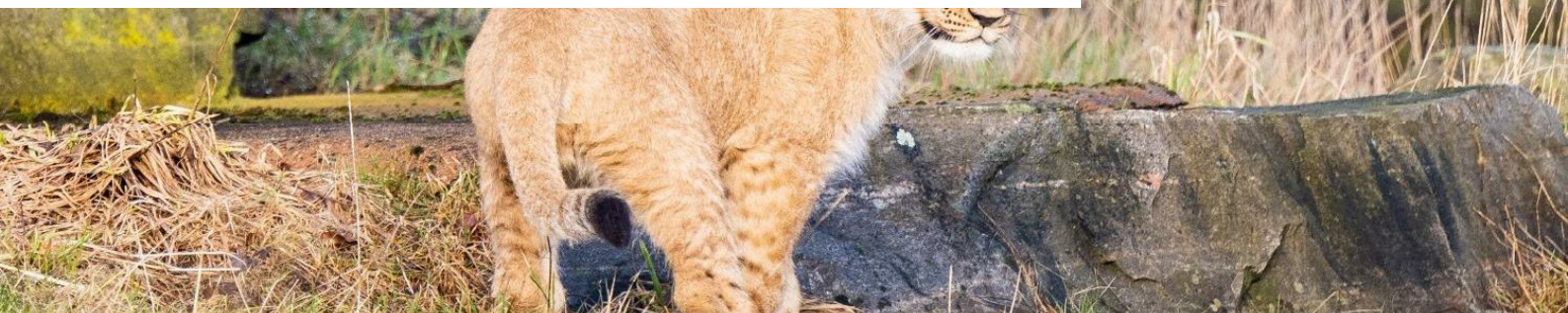
Fullføre og forankre en intern policy for hvilke valg som skal tas mtp kvalitet på råvarene vs pris



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/destinasjondyreparken/>

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

Dyreparken arbeider strategisk med våre forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn, miljø og klima, og flere av våre tiltak er tilgjengelige på våre nettsider. Som dyrepark har vi et ekstra fokus på bevaring og formidling av truede dyr. Vårt mål er å skape engasjement og inspirasjon til dyr og natur i håp om at mange vil ta ekstra godt vare på vårt biologisk mangfold også for fremtiden. Bevaringsarbeid, formidling og forskning er noen av de viktigste arbeidsoppgavene vi har som dyrepark. Vår policy for bærekraftig forretningspraksis danner grunnlaget for vårt bærekraftsarbeid.

Gjennom blant annet sertifiseringen Likestilt arbeidsliv og medlemskapet i Etisk Handel Norge, forplikter vi oss til å utføre jevnlig aktsomhetsvurderinger med årlige redegjørelser for å fremme menneske- og arbeidstakerrettigheter, utvikling og miljø sammen med våre ansatte og samarbeidspartnere. Våre årlige rapporter og redegjørelser kan leses på vår nettside; [dyreparken.no/destinasjondyreparken](https://www.dyreparken.no/destinasjondyreparken).

Dyreparken formidler vår rolle som dyrepark i flere ulike kanaler både inne i parkene og utenfor. Dette foregår i form av dyrepresentasjoner, skjermer, skilt, bannere, magasin, våre nettsider, TV-produksjoner, SoMe-produksjoner, ansatte i møte med gjester, forretningspresentasjoner, foredrag, årlige samlinger for samarbeidspartnere, media/PR, skole- og barnehagebesøk, digitale møter- og undervisningsplattformer for å nevne noen.

Her kan du lese mer om våre tiltak:

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

<https://www.dyreparken.no/baerekraft/bevaring-av-dyr/>

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

<https://www.dyreparken.no/baerekraft/kortreist-mat/>

<https://www.dyreparken.no/mara-naboisho/>

<https://www.dyreparken.no/destinasjondyreparken/>

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

Dyreparkens policy for egen virksomhet er blitt utarbeidet av Dyreparkens bæreraktsteam, deretter forankret i styret og ledelsen. Arbeidet er også kommunisert internt i Dyreparken med henvisning til vår policy. Dokumentet er også offentlig tilgjengelig på vår nettside, [dyreparken.no/destinasjondyreparken](https://www.dyreparken.no/destinasjondyreparken).

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med aktsomhetsvurderinger organisert i virksomheten, forankret i interne retningslinjer og rutiner og hvorfor?

Bærekraftsteamets arbeidsoppgaver er å organisere og strukturere Dyreparkens bærekraftsarbeid, i dette tilfellet forankring, utarbeidelse av styrende dokumenter, samt utføring av jevnlig aktsomhetsvurderinger. Teamet består av fagpersoner fra ulike avdelinger som blant annet arbeider tett med både innkjøp og leverandører. Det faller derfor naturlig at deres oppgaver er knyttet til aktsomhetsvurderingsarbeidet.

For øvrig er Dyreparken organisert med styre, ledergruppe og utvidet ledergruppe. Dyreparkens administrerende direktør har ansvar for Dyreparkens drift og ledelse. Markeds- og kommunikasjonsdirektør har ansvar for blant annet overordnet bærekraftsarbeid, leder for dyreavdeling Fag med overordnet ansvar for bevaring av dyrearter og til slutt Bærekraftsteamet med teamleder som har ansvar for det daglige driftsarbeidet innen bærekraft.

Arbeidet med Åpenhetsloven, aktsomhetsvurderinger, policyer og andre styrende dokumenter er forankret i Dyreparkens ledelse.

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

Bærekraftsteamet er ansvarlige for å utføre aktsomhetsvurderinger. Ansvar og arbeidsoppgavene er kommunisert som en del av fast agenda ved møter for teamet, og følges dermed opp jevnlig. Det vil også bli konkretisert i teamets arbeidsverktøy (Asana) hvor også de ulike ansvarsoppgavene blir delegert. Arbeidet blir også forankret og kommunisert i ledergruppen. Øvrige ansatte informeres løpende via våre interne nettsider, fellesmøter og kursing/undervisning.

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

Ved etablering av Bærekraftsteamet ble det satt stor vekt på faglig kompetanse og interesse ved utvelgelse av deltakere. Ved behov for påfyll av kompetanse, vil vi benytte oss av kursing, webinarer og/eller sparring med andre næringslivsbedrifter.

1.C. Planer og ressurser

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

Dyreparkens overordnet strategi er tydelig på våre forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø. Bærekraftsteamet har utarbeidet en strategi og handlingsplan basert på denne. Både overordnet strategi og Bærekraftsteamets egen strategi og handlingsplan er forankret internt. Bærekraftsteamet jobber med både kortsiktige og langsiktige mål, hvorav flere SMARTE mål.

Et av Dyreparkens strategiske veivalg er "Vi jobber med kontinuerlig utvikling":

Vi jobber med kontinuerlig utvikling av Destinasjon Dyreparken og våre ansatte. Vi skaper unike opplevelser for våre gjester og er en unik arbeidsplass for våre medarbeidere. Vår arbeidskultur er preget av gjensidig respekt og tillit. Vi våger å gå nye veier og vi lærer av våre feil og suksesser. Vår visjon er at ansatte skal si at de er stolte av å jobbe i Dyreparken, de blir møtt med respekt og blir utfordret til å utvikle seg videre.

Bærekraftsteamet sin overordnede strategi er basert på Dyreparkens strategiske veivalg "Vi tar ansvar".

Dyreparken har fokus på bevaring av truede dyrearter, et likere samfunn og et grønnere fotavtrykk.

Vi ønsker å øke kunnskapen om vår rolle som dyrepark, både ut mot gjest og overfor egne ansatte. Vi formidler bevaring i dyrepresentasjoner mot gjest og i Bevaringsskolen for ansatte.

Produksjon av suvenirer i utlandet

Vår produktutviklingsstrategi er basert på ansvarlighet, ærlighet og transparens. Dette er også uttrykt i vår Code of Conduct. Vi benytter sertifiseringsordninger der det er mulig, for å sikre en ansvarlig produksjon og trygghet for at arbeidernes rettigheter blir ivaretatt. Vi benytter agent til å foreta inspeksjoner og følge opp våre leverandører. Ved mistanke om brudd på våre retningslinjer, har vi fokus på dialog med produsenten slik at de kan få mulighet til å gjenopprette eventuell skade.

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

På vegne av Dyreparken har Bærekraftsteamet ansvaret for daglig drift og oppfølging av våre tiltak, sertifiseringer og medlemskap innen miljø, samfunnsansvar og tilhørende lovverk. Ledergruppe og styre har interesse og engasjement for arbeidet som allerede ligger forankret her, og informeres jevnlig om arbeidet og satsingen til Bærekraftsteamet av teamleder og/eller direktører i ledergruppen, avhengig av tematikken. Både strategier og planer godkjennes av styre og ledergruppe, og kommuniseres også overfor øvrige ansatte. Markeds- og kommunikasjonsdirektør har overordnet ansvar for Bærekraftsteamet og dette fokusområdet, og er en del av ledergruppen i bedriften.

Engasjement og interesse for Bærekraftsteamets arbeid hos både ledergruppe og styre, gjør at teamet hele tiden arbeider dynamisk og målrettet.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

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

Dyreparken har som fast agenda eller talepunkt i møter og presentasjoner som tydeliggjør viktigheten av ansvarlighet og bærekraft, da spesielt i møter med leverandører og samarbeidspartnere. Det er også viktig for Dyreparken å formidle dette i møte med barnehager, skoleklasser, organisasjoner, konkurrenter og øvrige gjester eller tilhørere både i og utenfor Parken.

Før avtaleinngåelse med potensielle leverandører har vi definert flere kriterier som vi forutsetter er eller kan oppfylles innen avtalen er signert. Eksempler på kriterier er blant annet miljøprofil og -hensyn, samfunnsansvar, Code of Conduct, sertifiseringer, åpenhet og transparens. Så langt det er mulig, vil Dyreparken arbeide for å prioritere norske leverandører og kortreiste råvarer.

Vi har også lagt inn et fast punkt i anbudsdokumenter som omhandler miljø og bærekraftsarbeid i den aktuelle bedrift, hvor dette også er blant utvelgelseskriteriene.

Ved å ha en jevnlig dialog og åpenhet med leverandørene våre gjennom hele året, og å kreve innsyn både i leverandørs arbeid i leverandørkjeden mener vi kan være med på å forhindre negativ innvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Produksjon av suvenirer i utlandet

Anerkjente og seriøse sertifiseringer er høyt prioritert i utvelgelsen av nye leverandører. Gjennom dialog med leverandøren kartlegger vi deres holdninger og systemer for å ivareta arbeidere, samt andre viktige aspekter basert på vår Code of Conduct. Dersom leverandør ikke innehar disse viktige verdiene eller at deres holdning til endring ikke er til stede, vil vi søke andre leverandører. Ikke-sertifiserte leverandører kan benyttes, men skal oppfylle en rekke krav til minimumskriterier som er spesifisert i vår Code of Conduct. Ved behov benyttes agent for kontroll av produsenter.

Alle leverandører er pliktet til å signere 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?

Frem til 2021 har Dyreparken rapportert årlig til Etisk Handel Norge basert på kommersiell avdeling som har ansvar for all produksjon av suvenirer. I 2022 startet vi arbeidet med aktsomhetsvurderinger for hele destinasjonen. Det har blitt lagt ned mye arbeid på tvers av organisasjonen for å implementere prosesser og rutiner for aktsomhetsvurderinger. 2023 har vært et år med mye læring og kartlegging, og vi har gjort flere erfaringer av arbeidet rundt aktsomhetsvurderinger, og hvordan det kan optimaliseres.

Vi har jobbet med å kartlegge en del av våre leverandører, men vi ser utfordringer ved å kartlegge - og gjennomføre aktsomhetsvurderinger på alle leverandører med de ressursene vi har til rådighet på nåværende tidspunkt.

Kartlegging og aktsomhetsarbeidet er et kontinuerlig arbeid, samtidig som vi opplever stor variasjon i hvor raskt man får innsyn i leverandørkjeden til våre leverandører.

Vi vil fortsette å kartlegge leverandørene våre, samtidig som at vi vil gjøre en vurdering av endringer i dagens interne prosess med aktsomhetsvurderinger for å optimalisere arbeidet.

Bærekraftsteamet har også knyttet kontakt med en annen lokal bedrifts bærekraftsteam, hvor det har blitt arrangert flere møter for å utveksle erfaringer og for å lære av hverandre. Begge parter opplever dette som nyttig og ønsker å fortsette med arbeidet.

Dyreparken opplever at våre leverandører arbeider for - og etterlever våre og deres bærekraftige verdier både med hensyn til miljø, samfunnsansvar og økonomi. Vi opplever også at slikt samarbeid motiverer og inspirerer alle parter til å ha fokus på nettopp disse viktige områdene.



2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning/ skade, på mennesker, dyr, 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, dyr, 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, DYR, 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 faktiske negative konsekvenser og/eller prioriterte vesentlig risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, dyr, samfunn og miljø. Merk at de prioriterte risikoene dere lister opp i tabellen under vil bli overført til trinn 3 av denne rapporten, hvor dere vil bli bedt om å besvare hvordan dere arbeider med å stanse, forebygge eller redusere den negative påvirkningen.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Energiøkonomisering (solceller)	Tvangsarbeid Diskriminering Brutal behandling Helse, miljø og sikkerhet Lønn Arbeidstid Miljø Utslipp Energi	Kina
Bruk av agent ved souvenirproduksjon i Østen	Tvangsarbeid Fagorganisering og kollektive forhandlinger Helse, miljø og sikkerhet Lønn Arbeidstid Marginaliserte befolkningsgrupper Korrupsjon Dyrevelferd	Kina

Stor deler av våre produksjon av souvenirer i Østen går via agent. Noe av utfordringen er da at leverandørkjeden fort blir mer utydelig. Vi jobber nå med å lage et system hvor agenten får en utvidet rolle mtp å følge opp vår CoC mot leverandør/underleverandør og jobbe sammen for å skape forbedringer.

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

2.A.2 Beskriv: a) virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og hvordan den negative påvirkningen/skaden ble identifisert og prioritert i denne perioden. b) eventuelle deler av virksomheten som ikke er dekket i denne rapporteringen (produktgrupper, egne produkter, avdelinger eller lignende) og hvorfor dere har valgt å ikke prioritere disse i det videre arbeidet; c) hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert/dere har snakket med; d) 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.

Dyreparken gjør innkjøp direkte fra produsent, via agent og andre mellomledd, samt grossister. Der hvor det er mulig, prioriterer vi å arbeide direkte med produsenter. I slike samarbeid får vi verdifull innsikt i deres overordnede drift, etiske holdninger, relasjoner overfor deres ansatte og interne policyer m.m. Denne type samarbeid gir oss også mulighet til å kommunisere våre verdier og etiske prinsipper direkte og sammen med kjernen.

Innsamling av data foregår over flere plan og i ulike forum, som via besøk hos leverandør, fabrikkbesøk, kontroll av agent, i møtesammenheng og generell dialog, omdømme i bransjen, medieomtaler, undersøkelser m.fl. For oss er det særlig verdifullt med god kjennskap til leverandøren og den daglige dialogen. Vi ser også god nytte av å bruke DFØs høyriskoliste.

Vi arbeider målbevisst for å produsere og levere i henhold til våre strategiske verdier. Men vi benytter innsatsfaktorer i våre produkter som vi innser at kan ha utfordringer.

Vi har over lengre tid benyttet faste agenter inn mot flere produksjonssteder i Østen. Vi har identifisert dette som en risiko, da det kan være utfordrende å få tilgang til fullstendig dokumentasjon/oversikt fra produksjonssted og eksempelvis arbeidsforhold. Som beskrevet i forrige punkt, ønsker vi å lage et system hvor agenten får en utvidet rolle mtp å følge opp vår CoC mot leverandør/underleverandør og jobbe sammen for å skape forbedringer. Vi har startet dialogen med våre agenter.

Vi har fokus på energiøkonomisering, og gjør mange tiltak på dette området i Dyreparken. Vi har installert solceller på flere bygg, og planlegger ytterligere installasjoner i året som kommer. DFØs høyriskoliste lister solceller som et høyriskoproduct knyttet til bl.a tvangsarbeid i Kina. Vi har en god dialog med vår leverandør på produktene, og det er gjort en god og dokumentert kartlegging av leverandørkjeden, samt opprinnelse på de enkelte innsatsfaktorene.

Vi jobber kontinuerlig med å risikovurdere alle våre leverandører og samarbeidspartnere, og har i årets rapport prioritert leverandører med kjøp over kr 200.000, noe som tilsier ca 20% av den totale leverandørbasen. Det betyr ikke at de mindre leverandørene skal anses som ufarlige, men det er en prioritering som har blitt gjort blant annet pga kapasitet.

Det kan være flere grunner til at vi ikke har identifisert flere nye negative påvirkninger:

- Liten utskiftning i leverandører, få nye leverandører.
- Vi har ikke hatt mulighet til å reise på fabrikkbesøk i Asia.

Vi vil fortsette å ha et høyt fokus på risikokartlegging og aktsomhetsvurderinger. Vi skal i 2024 gjøre en vurdering av behov for endring av rutine vi har i dag, for å optimalisere fokuset på å gjennomføre og å følge opp aktsomhetsvurderinger og risikokartlegging gjennom hele året i alle avdelinger. Dyreparkens innkjøpsmodell er kompleks og det er et bredt spekter av innkjøp av varer og tjenester, og det er viktig at alle som gjør innkjøp, har god kjennskap til gjennomføring av risikokartlegging og aktsomhetsvurderinger.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

Matsvinn er en utfordring for Dyreparkens spisesteder. Eksempelvis er buffet et svært populært tilbud for våre gjester, men dessverre blir en for stor andel av maten på tallerken til gjest avfall. Flere tiltak er tidligere satt i verk, blant annet mindre tallerken til servering. Dette tiltaket har gitt delvis positive resultater, men er ikke et tilfredsstillende nok resultat.

I rapporteringsåret ble det ansatt en person til å følge opp alle spisesteder i parken gjennom høysesong, hvor matsvinnet ble fulgt tett opp hver dag, noe som har gitt positiv virkning på matsvinnet. Vi vil fortsette å jobbe for å forbedre prosessen og løsningene rundt matsvinn gjennom hele året, og dette er det generelt et høyt fokus på, da matavfall utgjør en negativ påvirkning for alle parter og miljøet. Avfallet opptar plass, og kan fremme risiko for lukt og potensielt skadedyr i området.

Avfallssortering (nevnes som et mål i rapportens innledning).

Byggemateriell (tematisering): Hvert univers i Dyreparken er tematisert forskjellig. Tilgjengelighet på forskjellige materialer og produkter kan være utfordrende, som gjør at vi eksempelvis må anskaffe noe fra utlandet, som kan utgjøre en risiko. Informasjon om byggemateriell bør inn i en tidlig fase i enhver prosjektplanlegging.

Bygg-og anleggstjenester (arb.forhold): Vi har startet en gjennomgang av våre tjenesteleverandører, og har i anbudsprosesser og kontraktsmal inkludert punkter som omhandler mulighet for innsyn i lønn, arbeidsvilkår og boforhold for arbeidere, da denne bransjen har hatt en historikk på å bruke blant annet innleid personell og utenlandsk arbeidskraft. Vi bruker solide aktører på feltet, men ønsker likevel å sette fokus på dette området.

Mikroplast: Alle syntetiske tekstiler og materialer basert på olje (plast) slipper ut mikroplast ved vask eller i bruk. Vi ønsker å redusere utslipp fra vårt sortiment, men det er utfordrende å finne gode alternativer i naturlige materialer til mykdyr, kostymer og andre produkter av syntetiske materialer.

Det er også utfordrende å få en helt plastfri matemballasje som skal fungere til vår bruk, da leverandørene har få eller ingen plastfrie alternativer pt. Vi fortsetter å utfordre leverandørene våre på dette, og vil fortløpende vurdere de produkt som leverandørindustrien presenterer.



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, dyr, 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, dyr samfunn og miljø er et avgjørende bidrag til FN's 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, dyr, samfunn og miljø:

Prioritert negativ påvirkning/skade	Energiøkonomisering (solceller)
Overordnet mål :	Redusere energiforbruk med 5%.
Status :	Gjennomført etter plan.
Mål i rapporteringsåret :	Installere solceller på 4-5 bygg. Installasjon av ca. 400 m ² solfangere på tak i Badelandet for bidrag til oppvarming av innendørsbasseng. Installasjon av ny luft/ vann varmepumpe til oppvarming av nytt terrariebygg. Oppgradering av sentral driftskontroll (SD anlegg) i overnattingskomplekset Abra Havn. Fortsette utbyggingen av vårt EOS system for kartlegging og oppfølging av energiforbruk. Installasjon av SD anlegg i flere bygg med betydelige energiforbruk for bedre oppfølging og styring av bl.a. temperaturer samt driftsmoduser. Innkjøp av 2 nye elbiler.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

Dyreparken har i flere år hatt som mål å redusere eget energiforbruk eksempelvis ved å installere flere varmepumper og energieffektiviserende eller fornybare energikilder. I Dyreparkens utviklingsprosjekter skal det settes krav til at fremtidige bygg skal ha fornybare energikilder, helt eller delvis.

Solcelleproduksjon er forbundet med bl.a tvangsarbeid i Kina. Vår entreprenør har levert en dokumentert kartlegging av leverandørkjeden og opprinnelse på de enkelte innsatsfaktorene før arbeidet med installasjon startet. Dette følges opp ved dialog med entreprenør.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Vi følger opp vår entreprenør for å sikre at leverandørkjeden ikke endrer seg, og kartlegge ytterligere hvis leverandørkjeden *skulle* endre seg.
slik at vi kan fortsette energioptimeringen i Dyreparken i tråd med våre etiske prinsipper.

Mål for 2024: Redusere energiforbruk med 3-5%.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Bruk av agent ved souvenirproduksjon i Østen
Overordnet mål :	Få bedre kontroll på leverandørleddet og bruke agent som en ressurs for å skape endring og bedring hos produsent og underleverandører.
Status :	Vi har utarbeidet en ny agentavtale og fått agenter til å signere denne. Men innholdet må justeres for å sikre bedre forståelse mellom partene, og at vi kommuniserer til agent at vi ønsker å gjøre dette for å bedre samarbeidet og ikke forlate det. Samt avklare forventninger til agent.
Mål i rapporteringsåret :	Alle agenter som opererer i Østen har signert en oppdatert avtale og systemet for å ivareta og behandle informasjon er klart.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

Tiltaket er agentavtalen og begrunnelse for hvorfor den er lagd er at vi lenge har opplevd at agent gjør leverandørkjeden mer uller. Vi må bruke agentene på en annen måte og da heller som en ressurs i kartleggingsarbeidet. Vi opplever at det er en bedring hos agenter mtp fokus på å ivareta ansatte og miljø.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Underleverandører blir kartlagt og basert på informasjon og risikobildet. Vi vil gjennom våre agenter kunne besøke mange av våre produsenter.

3.B Andre 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 natur- og miljøpåvirkning

Panteflasker

Dyreparken sorterer alle panteflasker i destinasjonen, og all panteinntekt går uavkortet til hjerteprojektet vårt i Kenya, Mara Naboisho.

Dyreparken benytter MSC-merket fisk som garanterer at produktet kommer fra bærekraftig jordbruk. Dyreparken har som mål å redusere forbruket av storfe, og erstatte dette med mer klimavennlige alternativer.

Miljøvennlige rengjøringsprodukter

Dyreparken har innført doseringssystemer for å redusere bruken av kjemikalier. Dyreparken Overnatting AS har innført strengere innkjøpsrutiner med mer miljøtilpasset utvalg av rengjøringsprodukter. Foreløpig er 84 % av alle kjemikalske produkter som benyttes på hotellene miljøvennlige, og det jobbes med ytterligere tiltak for å øke andelen.

Palmeolje

For å stanse og forebygge ødeleggelse av regnskogen unngår Dyreparken kjøp av produkter som inneholder palmeolje. Ved å kreve palmeolfrie eller bruk av bærekraftig palmeolje i våre produkter, vil det gi redusert avskoging, bedre rettighetene til lokalbefolkningen, øke livsmangfoldet til truede dyrearter og bremse klimaendringene.

Du kan lese mer om våre tiltak i vår årsrapport på <https://www.dyreparken.no/destinasjondyreparken/>

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

Transport

Vi utnytter lastekapasitet maksimalt ved å redusere antall innvendige kartonger i hovedkartong, redusere forbruk av plastemballasje samt prioritere samkjøring/-lasting så langt det lar seg gjøre for alle våre vareleveranser.

Vi har som mål å erstatte plastposer som benyttes til pakking med poser produsert av resirkulert plast.

Ca. 20% av plastproduksjonen flyttes fra Asia til Norge. I 2023 ble vår første utgave av en type plastleke produsert i Norge. Dette er en del av en større strategisk satsing hvor formålet er å oppnå mindre klimaavtrykk på blant annet suvenirer. De positive fordelene her er mange; produksjon på grønn energi fremfor kullkraft, kraftig reduksjon av klimautslipp ved kortere transport, økt kvalitet på leken som også øker forventet levetid. Leken kan resirkuleres da den granuleres og materialet kan gjenvinnes til ny leke.

Elektrisk transport

Dyreparken har 11 elektriske biler i drift av totalt 21 kjøretøy i destinasjonen. Ansatte har tilgang til sykler i hele destinasjonen ved logistikkbehov.

Våre leverandører skal prioritere elektrisk kjøretøy ved varelevering der hvor det er mulig. Vår grossist leverer alt av mat og drikke på elektriske lastebiler til Dyreparken.

Emballasje

Vi utfordrer matemballasjeleverandør på komposterbare produkter som er 100% uten plast. Vi vil fortsette å redusere forbruk av emballasje generelt, spesielt plast, og benytte emballasje som papp og/eller papir som kan sorteres deretter.

I rapporteringsåret har F&B avdelingen sluttet med å tilby gjest løse sugerør og lokk til kaffekopper pga blant annet forsøpling.

Kortreist mat

Dyreparken arbeider for at minst 50% av våre råvarer innen mat og drikke skal anskaffes fra lokale leverandører. I rapporteringsåret har andelen lokale leverandører vært på ca 50%.

Alt av kjøtt kommer fra gårder som ligger innen 3 timers kjøretur unna vår lokale kjøttleverandør. Alle wienerpølser er laget av frilandsgris.

Vi arbeider for å finne miljøvennlige alternativer til rødt kjøtt i samarbeid med lokal kjøttleverandør.

70% av grønnsaker, fisk og kylling kommer fra Agder og Rogaland. Vi har også egenproduksjon av 10-12 tonn mat som selges i parken.

Du kan lese mer om våre tiltak i vår årsrapport på <https://www.dyreparken.no/destinasjondyreparken/>

Dyreparken er sertifisert Miljøfyrtårn og rapporterer klimaregnskap. Denne rapporten kan du lese på [miljofyrtarn.no](https://www.dyreparken.no/miljofyrtarn.no)

3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis (sourcing)

Dyreparken arbeider aktivt for å opprettholde god og jevnlig dialog med våre leverandører. Vi er en bedrift som styres i stor grad av ulike sesonger, noe som kan gjøre at innkjøpsprosesser kan være utfordrende. Derfor er tidlig og god planlegging viktig - og i samarbeid med våre leverandører, har vi arbeidet for å optimalisere denne prosessen. Det betyr at vi starter innkjøpsarbeidet tidligere enn normalt i de fleste tilfeller. Dette tiltaket frigjør produksjonsrelaterte faktorer som tid og kapasitet, priser, kvalitet og sosiale forhold for arbeiderne. God produksjonsplan, tydelig informasjon og tilstrekkelig produksjonstid i forbindelse med utvikling av prøver og produksjon for øvrig skal prioriteres, og vi anerkjenner at forutsigbarhet er en faktor som bidrar til en positiv relasjon i vårt samarbeid.

Dyreparken har satt i verk ulike tiltak i våre innkjøpsprosesser. Eksempelvis er årshjulet for innkjøp av suvenir endret til fordel for våre leverandører. Endringene gir blant annet et tidligere forhandlingsvindu som igjen gir en bedre og tydeligere bestilling. Dette fremmer også en lengre produksjonstid enn tidligere, noe som har gitt positive resultater for begge.

Likevel erkjenner vi at våre innkjøpsrutiner ikke alltid oppnår de målene vi har satt, og uheldige hendelser kan forekomme som virker negativt inn i prosessen. Da er dialog med leverandør viktig, og vi tilpasser oss så langt det er mulig slik at vi opprettholder våre verdier og retningslinjer i innkjøpsprosessen.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

SERTIFISERINGER

Likestilt arbeidsliv

Dyreparken ble i 2018 sertifisert til Likestilt arbeidsliv som virksomhet nr. 3 i Norge. Formålet er å stimulere til langsiktig og planmessig arbeid med likestilling og mangfold for ansatte i destinasjonen. Vi henviser til separat Likestillingsredegjørelse på våre nettsider for ytterligere informasjon.

Miljøfyrtårn

Miljøfyrtårn er et miljøledelsessystem for offentlige og private virksomheter som ønsker å dokumentere sin miljøinnsats. Ordningen har til hensikt å heve miljøprestasjon i små og mellomstore bedrifter og offentlige virksomheter. Dyreparken er sertifisert Miljøfyrtårnbedrift. Ordningen krever systematisk arbeid med miljøtiltak i hverdagen gjennom miljøvennlig drift og godt arbeidsmiljø, som blant annet kildesortering, mer miljøvennlig transport, reduksjon av vannforbruk, økt fokus på sunn mat, redusert bruk av papir, økt bruk av biologiske innsatsfaktorer og enøk-tiltak.

Blått flagg

Formålet med sertifiseringen er å bidra til å fremme bærekraftig utvikling for blant annet strender. Det stilles strenge krav til både miljøledelse, vannkvalitet, sikkerhet og service, miljøopplæring og informasjon. Stranda i Badelandet er blitt tildelt Blått Flagg-sertifiseringen årlig siden 2018.

Gull Debio

Ekorn-Jensens bakeri er et økologisk bakeri som har siden 2015 vært gull Debio sertifisert. Gullmerket betyr at minst 90% av produktene som selges er økologisk.

GOTS

Flere av våre tekstiler produseres i Kina; et land hvor vi pt ikke får FairTrade råvarer. Da har vi ved flere anledninger brukt GOTS sertifisert bomull i håndklær og t-skjorter.

FairTrade

Dyreparken har kjøpt FairTrade tekstiler fra India i flere år. Dette samarbeidet blir stadig større. Det som begynte med en liten barneserie med tekstiler i Hakkebakkeskogen-tema, er nå også kostymer til flere av våre univers.

MEDLEMSKAP

Internasjonale medlemskap

Dyreparken er godkjent som medlem av de internasjonale dyreparkorganisasjonene EAZA (European Association of Zoos and Aquaria) og WAZA (World Association of Zoos and Aquariums) samt SDF (Svenska

Djürparkföreningen), som jobber for bevaring og formidling av truede dyrearter både i dyreparker og i naturen, og forskningsprosjekter i ulike størrelsesordener. Gjennom medlemskapet forpliktet det til å følge organisasjonens etiske retningslinjer for drift og dyrehold.

Dyreparken har i dag 24 dyrearter som er med i bevaringsprogrammer til EAZA. Formålet er bevaring av sjeldne og truede dyrearter som en genbank for fremtiden, samt å bevisstgjøre gjester på dyrenes situasjon i naturen. Programmene opprettholder en sunn bestand som en reserve, og dersom det er nødvendig for artens overlevelse kan dyr fra dyreparker settes ut i naturen. For noen dyr kan dyreparker være siste redning.

Ikke alle dyreparker kvalifiserer seg til å bli medlem, og det settes svært høye krav til standard i dyreparkene for medlemskapet, blant annet god dyrevelferd, etiske retningslinjer, informasjon om dyrene og bevaringsprosjekter.

Etisk Handel Norge

Utvikling og import av suvenirer skjer i henhold til EHN (Etisk Handel Norge) for å fremme menneske- og arbeidstakerrettigheter, utvikling og miljø sammen med våre samarbeidspartnere. Dette gjelder spesielt i forhold til våre leverandører i Asia og Afrika hvor Dyreparken har egne Code of Conduct avtaler.

Klimapartnere Agder

Dyreparken har siden 2010 vært medlem av Klimapartnere Agder. Medlemsbedrifter skal, sammen med organisasjonen, bidra til at regionen står best mulig rustet til å redusere sine klimautslipp og møte morgendagens krav til lavutslippssamfunnet. Samarbeidet skal sikre at arbeidet gir en grønnere samfunns- og næringsutvikling. Dyreparkens klimaregnskap er tilgjengelig på deres nettsider.

Grønnvaskingsplakaten

Dyreparken signerte Grønnvaskingsplakaten høsten 2020. Plakaten er en veileder og rettesnor for virksomheter som vil unngå grønnvasking, misledende markedsføring, og bidra positivt til at det grønne skiftet skjer raskere. Plakaten er inspirert av bloggernes «Sunn fornuft» og pressens «Vær varsom» plakater. Bak plakaten står Skift Næringslivets klimaledere, Miljøstiftelsen Zero, WWF Verdens naturfond, Framtiden i våre hender og Forbrukertilsynet.

Grønt Punkt Norge

Dyreparken er medlem av Grønt Punkt Norge. Medlemskapet sikrer at emballasjen som blir samlet inn gjenvinnes til nye produkter.

Dyreparken samarbeider også med Regnskogfondet i innkjøpsprosesser.

Du kan lese mer om våre tiltak i vår årsrapport på <https://www.dyreparken.no/destinasjondyreparken/>
Dyreparken er sertifisert Miljøfyrtårn. Denne rapporten kan du lese på [miljofyrtarn.no](https://www.miljofyrtarn.no)

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



Alle våre leverandører har akseptert vår Code of Conduct.

3.B.5 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 vurderer å ta i bruk Quizrr hos enkelte leverandører i Kina. Quizrr er en metode som bevisstgjør arbeidere om sine rettigheter. Denne metoden er spesielt egnet i land som Kina hvor retten til fri fagorganisering er begrenset ved lov. Dette har vi god erfaring med fra tidligere.

Alle våre leverandører har signert vår Code of Conduct, som setter tydelige krav til blant annet arbeidernes rettigheter. Ref pkt 2 i CoC og policy for bærekraftig forretningspraksis (Fagorganisering og kollektive forhandlinger ihht ILO konvensjon nr 87, 98, 135 og 154).

3.B.6 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring internt og av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

Dyreparken har i sin forretningsstrategi tatt et tydelig, bevisst og aktivt grep for bærekraftig utvikling. Her er to av våre seks strategiske veivalg som ivaretar dette:

1. Vi jobber med kontinuerlig utvikling

Vi jobber med kontinuerlig utvikling av Dyreparken og våre ansatte. Vi skaper unike opplevelser for våre gjester og er en unik arbeidsplass for våre medarbeidere. Vår arbeidskultur er preget av gjensidig respekt og tillit, vi våger å gå nye veier og vi lærer av våre feil og suksesser. Vi har alltid fokus på gjesteverdi og verdiskapende aktiviteter.

2. Vi tar ansvar

Vi tar ansvar for bevaring av truede dyrearter, et likere samfunn og et grønnere fotavtrykk. Vårt hovedengasjement ligger i formidling om, og bevaring av truede dyrearter. Dette gjelder de dyrene vi har i Dyreparken, men også i naturen hvor dyrene har sin opprinnelse. Vi jobber aktivt for et likestilt og inkluderende arbeidsliv. Vi vil være en destinasjon for alle, også for de som ikke har ressurser til å besøke oss. Vi sørger for å jobbe, drive og utvikle så bærekraftig som mulig.

Dyreparken har stort fokus på utvikling, kompetanseheving og opplæring av ansatte og leverandører, da spesielt med fokus på interne løft i første omgang. Vi har iverksatt flere tiltak, og her er et utvalg:

Kunnskap og engasjement innen bevaring av truede dyr og vår rolle som dyrepark formidles for ansatte i Dyreparken gjennom Bevaringsskolen. Dette er et tiltak for å øke kunnskap og engasjement hos ansatte. Undervisningen har også fokus på Bærekraftsteamets sine arbeidsoppgaver, som blant annet aktsomhetsvurderinger. Over 100 ansatte har gjennomført skolen. I 2024 vil skolen bli obligatorisk for alle faste- og prosjektansatte i Dyreparken.

Bærekraftsteamet arbeider med sertifiseringer og miljømedlemskap, formidling av bevaring av truede dyrearter og øke kunnskap og engasjement for vår bærekraftsarbeid i Dyreparken. Bærekraftsteamet møtes 1 gang pr måned, og har innført en gjestestol i hvert møte, hvor interne og eksterne personer/firma blir invitert inn for å fortelle om aktuelle saker/produkter etc som omhandler bærekraft. I samarbeid med to større aktører på Sørlandet har Dyreparken også jevnlig møter med mål om å utveksle erfaringer og kompetanse på tvers av hverandre.

Flere ansatte i Dyreparken har i rapporteringsåret deltatt på webinarer og kurs som omhandler etisk handel og aktsomhetsvurderinger for å øke kompetanse på dette feltet.

Dyreparken har fokus på kompetanseheving og opplæring også overfor våre leverandører og samarbeidspartnere.

3.B.7 Bekjempelse av korrupsjon og bestikklser i egen virksomhet og leverandørkjeden

Dyreparken aksepterer ingen former for bestikklser og korrupsjon. Ref pkt 12 i vår Coc samt Policy for bærekraftig forretningspraksis, som alle våre leverandører må signere på for å kunne være leverandør til Dyreparken.

Vi er ikke kjent med korrupsjon hos oss, våre leverandører eller samarbeidspartnere.

3.B.8 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ innvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø

Vi viser til all ovennevnte informasjon vedrørende dette. Ytterligere informasjon kan leses på våre nettsider:

<https://www.dyreparken.no/destinasjondyreparken/>

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

<https://www.dyreparken.no/baerekraft/bevaring-av-dyr/>

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

<https://www.dyreparken.no/baerekraft/kortreist-mat/>

<https://www.dyreparken.no/mara-naboisho/>



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåking 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 a) hvem som har ansvar for å overvåke effekten og resultatene av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade/negativ påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere virksomhetens implementering og arbeid med aktsomhetsvurderinger, og hvordan evalueringen gjennomføres i praksis:

Aktsomhetsvurderinger involverer flere avdelinger og funksjoner.

Bærekraftsteamet har hovedansvar for bærekraftsarbeidet i Destinasjonen, er ansvarlig for kommunikasjon ut i bedriften, og teamet fungerer som et diskusjonsforum for avdekkede risikoer, aktsomhetsvurderinger og tiltak.

Hver avdeling har kompetanse på sitt fagfelt og gjør egne innkjøp, og har den daglige dialogen og oppfølging av "egne" leverandører. Derfor blir vurderingsprosessen fordelt mellom de ulike ansvarlige avdelingene.

Eksempelvis har vi egne innkjøpere for produktutvikling som er ansvarlige for all dialog, oppfølging og overvåkning av produsenter.

Overvåkingen foregår blant annet ved jevnlig dialog og møter hos leverandør, fabrikkbesøk, kontroll av agent, og også leverandøromdømme i bransjen, medieomtaler, undersøkelser og så videre.

Der det oppdages negative effekter i leverandørkjeden, har den enkelte innkjøper, sammen med bærekraftsteamet, ansvar for oppfølging av tiltak.

Punktene i handlingsplanen, samt status på mål, gjennomgås i Bærekraftsteamets månedlige møter. Flere av punktene i handlingsplanen er det satt kpi'er på og måles jevnlig.

Dyreparkens styre, ledelse, samt Bærekraftsteamet leser redegjørelsen.

Vi vil i 2024 ha en gjennomgang av redegjørelsen og prosessen rundt aktsomhetsvurderinger, hvor vi vil vurdere om vi skal gjøre endringer i ansvarsområdene for å optimalisere arbeidet ytterligere.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer

Dyreparken arbeider aktivt for å opprettholde god og jevnlig dialog med våre samarbeidspartnere. Dette gjelder også ved oppfølging av eventuelle utfordrende og negative faktorer knyttet til våre leverandører. Gode og langsiktige forretningsforbindelser oppleves som positivt i våre samarbeid.

Anerkjente og seriøse sertifiseringer er høyt prioritert i utvelgelsen av nye leverandører. Gjennom dialog med leverandøren kartlegger vi deres holdninger og systemer for å ivareta arbeidere, samt andre viktige aspekter fra vår Code of Conduct. Dersom leverandør ikke har disse viktige verdiene tilstrekkelig eller at deres holdning til endring ikke er til stede, vil vi søke andre leverandører. Ikke-sertifiserte leverandører kan benyttes, men skal oppfylle en rekke krav til minimumskriterier som er spesifisert i vår Code of Conduct.

Ved eventuell usikkerhet om tiltak er iverksatt som avtalt, har vi ulike alternativer vi kan benytte; besøke leverandør/fabrikkbesøk av oss eller agent samt utføre undersøkelser med ansatte i bedriften for å nevne noen.

Dyreparken opplever generelt at våre leverandører arbeider for og etterlever våre og deres bærekraftige verdier både med hensyn til miljø, samfunnsansvar og økonomi. Vi opplever også at slikt samarbeid motiverer og inspirerer alle parter til å ha fokus på nettopp disse viktige områdene og faktorene.

Alle leverandører er pliktet til å signere vår Code of Conduct.

A photograph of a gorilla sitting on a log, looking to the left. The gorilla is dark brown and has a thick coat of fur. The log is light brown and has some moss on it. The background is a plain, light color.

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. Virksomheten skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere virksomhetens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, dyr, 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

Alle Dyreparkens leverandører har signert vår Code of Conduct, retningslinjer for leverandører, som skal ivareta arbeidernes rettigheter.

Ved eventuell negativ påvirkning eller skade skal gjeldende parter involveres og inviteres til dialog straks skaden er skjedd. Målet med dialog er å finne ut av årsaken til skaden og muligheter for å rette opp i dette. Dersom dialog ikke fremmer positiv endringsvilje hos leverandør, kan andre tiltak som fabrikkbesøk/besøk hos leverandør være et alternativ. Besøket kan være utført av Dyreparkens ansatte eller av agent avhengig av omfang, omstendigheter og geografiske faktorer.

Dyreparken arbeider med å finne gode måter å for åvurdere relevante tiltak for reduksjon av klimagassutslipp. Dyreparken er Miljøtårn sertifisert, og rapporterer på punkter knyttet til reduksjon av klimagassutslipp og utarbeidelsen av eget klimaregnskap.

Dyreparkens bærekraftsarbeid, og link til årsrapporter finner du her: <https://www.dyreparken.no/destinasjondyreparken/>

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

Dyreparken kommuniserer i ulike arena, forum og kanaler, vårt arbeid innen aktsomhetsvurderinger, som også omfatter kartlegging og håndtering av negativ påvirkning og/eller skade; i møte med våre leverandører og samarbeidspartnere, foredrag og intern opplæring for å nevne noen.

Vi har relansert våre nettsider for bærekraft, og her kommuniseres også arbeidet med aktsomhetsvurderinger i sin helhet:

<https://dyreparken.no/destinasjondyreparken/>
<https://dyreparken.no/samfunnsansvar/>

Dyreparken har også en PR-strategi som omhandler transparens. Vi arbeider for å ivareta vår åpne og ærlige kommunikasjon både med gjester, leverandører, samarbeidspartnere og media. Høsten 2020 signerte vi Grønnvaskingsplakaten. Denne plakaten er en veileder og rettesnor for virksomheter som vil unngå grønnvasking, misledende markedsføring, og bidra positivt til at det grønne skiftet skjer raskere. Plakaten er inspirert av bloggernes «Sunn fornuft» og pressens «Vær varsom» plakater. Bak plakaten står Skift Næringslivets klimaledere, Miljøstiftelsen Zero, WWF Verdens naturfond, Framtiden i våre hender og Forbrukertilsynet.

Dyreparken rapporterer årlig til Etisk Handel Norge på arbeidet med aktsomhetsvurderinger, som også inkluderer redegjørelsen for Åpenhetsloven.

5.A.3 Beskriv virksomhetens rutine for å ivareta og besvare eksterne henvendelser relatert til informasjonskravet pålagt virksomheter under åpenhetsloven.

Informasjon om Åpenhetsloven, dens formål og Dyreparkens arbeid knyttet til aktsomhetsvurderinger i leverandørkjeden finnes på vår nettside; <https://www.dyreparken.no/destinasjondyreparken/>. Her er det også oppgitt en mailadresse som kan benyttes ved henvende av informasjonskrav.

Alle informasjonskrav som sendes til oss via e-post vil bli besvart innen rimelig tid og senest tre uker etter at kravet er mottatt (jfr. Åpenhetsloven §7). Alle svar vil besvares skriftlig, dekkende og forståelig for mottaker. Dyreparken kan unntaksvis forlenge fristen med inntil to måneder etter at kravet er mottatt, dersom mengde eller type informasjon som etterspørres gjør det uforholdsmessig byrdefullt å besvare innen tre uker. I slike tilfeller vil Dyreparken orientere informasjonssøker om at vi ikke vil kunne gi svar innen tre uker, om årsaken til dette og når personen kan forvente svar.

Et informasjonskrav kan også avslås dersom det ikke gir tilstrekkelig grunnlag for å identifisere hva kravet gjelder. Kravet må være formulert slik at det er mulig å forstå hvilke forhold det spørres om.

Skulle Dyreparken motta slike krav i andre kanaler enn våre nettsider, vil personen bli oppfordret til å sende henvendelse via e-post post@dyreparken.no.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket eller bidratt til skade på mennesker, dyr, samfunn eller miljø 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, dyr, samfunn og miljø

Dyreparken skal gjennomføre aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Det vil si: gjøre egne risikokartlegginger av negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, og stanse, forebygge og redusere slik påvirkning. Tiltakene overvåkes og vurderes effekten av, og kommuniseres til de berørte. Der våre aktiviteter forårsaker eller medvirker til negativ påvirkning på mennesker, samfunn eller miljø skal vi stanse denne aktiviteten, og vi vil søke å gjenopprette skaden. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er leverandøren også ansvarlig for gjenoppretting.

Dyreparken har utarbeidet Code of Conduct overfor våre leverandører. Alle våre leverandører har signert denne. Utover dette har vi også en egen retningslinje for bærekraft, Policy for bærekraftig forretningspraksis. Vi har også utarbeidet en rutine for hvordan vi skal håndtere eventuelle negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø. Denne beskriver rutiner som skal følges dersom det oppstår negative konsekvenser, både de vi selv har forårsaket, de vi har bidratt til eller i saker hvor vi forbindes med leverandører.

Dersom Dyreparken blir gjort kjent med at vår virksomhet har bidratt til uopprettelig skade på mennesker, samfunn eller miljø er målet vårt å bidra til gjenoppretting gjennom ulike metoder. Er skaden uopprettelig kan vi bidra med økonomisk hjelp, f.eks forhåndsbetaling av ordre, lån eller annen juridisk eller økonomisk bistand. Vår respons vil naturlig avhenge av alvorlighetsgraden, men der det er mulig ønsker Dyreparken å være en aktiv bidragsyter.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Dyreparken har ingen konkrete negative hendelser i rapporteringsåret.

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

6.B.1 Beskriv hva virksomheten gjør for å sikre at ansatte i egen virksomhet og andre interessenter, spesielt påvirkede arbeidere samt lokalsamfunn har tilgang til varslingskanaler og klagemekanismer, når det er aktuelt

Dyreparken har utarbeidet egen policy for bærekraftig forretningspraksis overfor våre leverandører i tillegg til vår Code of conduct. Begge dokumentene er tilgjengelige for allmennheten, og kan leses på vår nettside dyreparken.no/destinasjondyreparken.

Alle våre leverandører er pliktet til å signere vår Code of conduct og må innrette seg etter vår policy for bærekraftig forretningspraksis. Vi forventer at våre leverandører og samarbeidspartnere arbeider målrettet og systematisk for etterlevelse av våre retningslinjer for leverandører, herunder prinsipper for bærekraftig forretningspraksis, som dekker grunnleggende krav til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, antikorrupsjon, dyrevelferd og miljø. Vår Code of conduct stiller også krav til at leverandør tilbyr arbeiderne en representant i tilfeller hvor kollektiv organisering ikke er mulig.

Vi har opprettet en mailadresse hvor arbeidere og berørte kan melde inn bekymringer eller mangler på arbeidsplassen. Våre leverandører fikk tilsendt et eget dokument i juni 2023, som informerer om denne kontaktkanalen for negative påvirkninger slik at berørte kan få håndtert klagen av Dyreparken.

Kontaktinformasjon:

Dyreparken; Dyreparken Utvikling AS, Kristiansand Dyrepark AS og Dyreparken Overnatting AS.

Ingrid Widerøe, innkjøper

ingrid@dyreparken.no