



VS/2011/0145

Прозрачност на произхода на кожи

Европейски доклад

Благодарности

COTANCE благодари на ETUF:TCL, като социален партньор в този спонсориран от ЕС проект за отличното сътрудничество в рамките на тази инициатива. Вдъхновени от идеята да са в подкрепа на сектора и двете страни на Европейската кожарска промишленост, техните фирми-членове и работната им сила обединиха перфектно своите усилия за реализация на проекта на всички нива и с активната подкрепа на своите членове направиха проучване, анализ и обмен в областта на Прозрачност и проследимост на кожите и вериги за доставка на кожата. Това осигури на индустрията необходимата разузнавателна информация за предприемането на по-нататъшни действия в тази важна област на устойчивото развитие на сектора.

Партньорите по този проект изразяват своята благодарност към всички фирми и представителите на работниците, които са дали принос за развитието на всички дейности.

И накрая, COTANCE и ETUF: TCL благодари на Европейската комисия и по-специално на Генерална дирекция по социалните въпроси за финансовата подкрепа, получени за развитието на този проект.

Предистория

Въпреки че кожата е предпочитан от хората материал, факт е, че преработката на кожа все още предизвиква в обществото представа за мръсотия, смрад, замърсяване, трудова злоупотреба или жестокост към животните, по-специално поради кампании на активистки движения, които търсят публичност. За такива движения, целта е по-важна от средствата, които използват. Твърденията, направени от подобни движения често са предубедени, съдържат невярна или подвеждаща информация по отношение на Европейската ситуация, но за съжаление има и доказателства които показват, че са налице сериозни проблеми в някои части на индустрията, особено в страните с ниски производствени разходи. Ниски разходи често е синоним на ниски социални и екологични стандарти.

Медийни заглавия като "отрова в кожа" или "най-лошата замърсяваща индустрия" предразполагат потребителите да не избират кожата. Подобни заглавия и кампанииност нанасят сериозни щети на кожарската индустрия, засягат както европейски компании, така и техните работници. Полезната роля и принос към обществото на тези предприятия и работници не се признава, и по-лошо, тя често е дискредитирана.

Европейската кожарска индустрия е жертва на образа, рисуван от тези организации, активисти и медии. Може да се окаже, че не всички цехове за щавене в Европа са достигнали най-високите стандарти във всички аспекти на устойчивото развитие и, че тук или там са необходими известни подобрения. Като цяло, обаче кожарската индустрия в Европа държи лидерството в световен мащаб по отношение на социалните и екологичните стандарти, и по-общо, в своите ценности, принципи и практики на КСО.

Въведение

COTANCE и ETUF:TCL се опитват да подобрят имиджа на кожарската и кожухарска индустрия от началото на века с редица свои проекти и по-специално работната програма по Социален диалог.

Защо Прозрачност и проследимост по веригата за доставки на суровини? Каква е връзката с образа на кожарския сектор?

Кожарите използват продукцията от друга индустрия и я трансформират в работен материал с уникални свойства. Това е в следствие на хранителните навици на хората на планетата, които задвижват процеса на сурови кожи като суровина в кожарската индустрия. Животните се колят за производство на месо и след използването на месото за храна, кожата се явяват вторична суровина за друга индустрия. Суровите кожи са вторични продукти и те имат малко или никакво влияние върху политиките и практиките нагоре по веригата на производство на кожени изделия.

Въпреки това, хората, особено в развитите икономики, все повече искат да знаят как продуктите, които консумират са били добити в условията на социални, екологични и други етични аспекти, и това важи през целия жизнен цикъл на продукта, от „люлката до гроба“.

Въпреки, че границите на кожената индустрия започва с генерирането на кожи, едва когато се одерат животните в кланицата, хората логично правят връзка между животинска кожа и обработената кожа, и асоциират производство на кожени изделия с отглеждането на животни единствено за добив на кожа.

Има някои аспекти на отглеждане на животните, които предизвикват опасения в обществото. Тези аспекти се отнасят до класическите социални и екологични проблеми, като зачитане на основните трудови стандарти и отговорно използване на природните ресурси, но също, и във връзка с благосъстоянието на животните като правилни животновъдни практики, транспортирането на животни и хуманни методи за клане.

За съжаление някои лоши практики във ферми, по време на транспортирането на животни и по време на клане тежат върху раменете на цялата кожарска индустрия, когато засегнатите от животински активистки организации без скрупули, разпространяват невярна информация, че тези практики съществуват поради факта, че се произвежда кожа.

За щастие, Европа разполага със законодателна рамка, която гарантира, че лошите практики в селското стопанство и производството на месо, по-скоро са изключение, а не правило. Но това не е непременно случаят в други страни и по-специално в развиващите се свят, където в производството на месо се наблюдава експоненциален растеж, в сравнение с индустриализираните държави.

Според данни на ФАО, развиващите се страни надминават развитите страни в производството на кожи от едър рогат добитък в края на 1990-те, и в производството на овце и кози в началото на 2000 г. Има страни, където недостатъците в областта на хуманното отношение към животните систематично се тиражират в медиите.

Европейските кожарски компании, чиито източник на сурови материали са от чужбина все повече са изложени на риска да бъдат публично заклеймявани за въпроси, които са извън техния контрол

Европейските социални партньори решиха през 2011 г., да разработят заедно нов проект в тази област включващ:

- Ефектите на тиражираните в медиите новини върху имиджа на сектора,
- Техническите средства за установяване на произхода на суровините, и
- Становището на сектора за разработване на инструменти, които трябва да защитят европейските кожарски фабрики и техните човешки ресурси от неоправдани атаки.

Общата цел е да предостави на двете страни на индустрията информация за разбирането на проблема и разработване на препоръки за по-нататъшни действия в тази област.

Настоящият доклад съдържа анализ и интерпретация на отговорите, дадени от представителна извадка от Европейската кожарска индустрия в проучване на ключовите въпроси, свързани с прозрачността и проследяемостта на материалите на европейските кожарски фабрики.

Част 1:Извадка

В рамката на проекта COTANCE извърши консултации с кожарски фабрики в 12 държави-членки на ЕС.

Въпросника беше одобрен от Европейските социални партньори (Анекс 1) и преведен на различните езици на страните-участници в проекта.

Националната търговска кожарска асоциация на 12 партниращи си държави беше поканена да вземе участие в представителната извадка:

Държава	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Общо
Брой отговарящи	12	11	12	5	7	7	4	4	10	2	1	75
% от националното производство	10%	22%	60%	65%	60%	23%	100%	80%		40%	80%	
Коефициент EU	15	4	2	2	2	1	1	1	1	0,5	0,5	30

Прочуването беше осъществено в началото на 2012.

75 фирми от 11 страни-членки на ЕС бяха включени в проучването.

Отговорите на фирмите в отделните държави бяха представени и анализирани в Национален доклад.

Където е уместно за анализа на данните на европейско равнище на различните национални отговори бяха претеглени срещу относителното значение на националните сектори чрез предоставянето на всяка страна на коефициент, отразяващ тяхното специфично тегло.

Фирмите за дъбене също бяха поканени да идентифицират сектора използващ тяхната кожа, така че да се оценка на последователността на извадката по отношение на сектора като цяло.

Държава	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	P	BG	LT	Общо фирми	% фирми
Обувно производство	8	8	8	4	4	5	2	3	6	1	1	50	66,7%
Кожени изделия	8	9	11	4	2	5	2	3	1	0	1	46	61,3%
Облекло/Ръкавици	3	6	6	3	1	5	2	1	2	1	0	30	40,0%
Мебели	2	2	3	0	3	1	2	2		0	0	15	20,0%
Автомобили/въздушен	2	2	2	1	4	1	1	1	1	0	0	15	20,0%
Wetblue	0	0	0	1	1	1	0	2		1	1	7	9,3%
Други	1	2	9	2	2	5	2	0		0	0	23	30,7%

От резултатите в таблицата по-горе, е видно че фабриките за дъбене основно зареждат повече от един пазар.

Извадката може да се счита за представителна за Европейската кожарска индустрия.

Част II: Въпросите и отговорите

Раздел 1. Колко възприемаме въпроса като такъв?

Редица въпроси засягат схващането на потребителите за кожата / сурови кожи, когато се сблъскат с проблемите на социалната и екологична отговорност във връзка с произхода на необработени и сурови кожи, напр. детския труд, глобалното затопляне, хуманното отношение към животните.

Отговорите от европейските кожарски фабрики дават разбира се, субективен поглед на потребителските реакции на "скандални новини" за кожата/суровите кожи и веригите за доставка, защото кожарски фабрики нямат директни отношения с тях. Също така, когато отговарят, кожарските фабрики могат да имат съвсем различни ситуации в предвид. Картината, която ще предостави този набор от въпроси не е представителна за определен проблем-"скандал", а за типична ситуация, където "кожата или кожарската фабрика носи отговорност за нещо по принцип и в момента, което е извън техния контрол".

Тяхното мнение може да се счита за индикация на емпатия, че европейските кожари са отговорни и се съобразяват с широката общественост.

1.1. Водейки се от своя опит, какъв тип новини отнасящи се до условията и източниците на кожи и суровини имат шокиращ ефект върху потребителите?

В таблицата по-долу са дадени резултатите като оценка:

Държава	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU
1.1 Шокиращ потенциал (оценка)												
Детски труд във връзка с кожата	4	1	1	5	1	4	1	1	1	1	1	1
Нездравословни условия на труд в кланиците	5	3	3	4	6	3	4	2	3	5	2	3
Принудителен или задължителен труд в земеделските стопанства	6	7	3	6	3	4	3	1	6	4	3	5
Обезлесяването на гори за превръщането им в пасища	4	4	5	7	4	5	3	3	8	3	3	4
Химически риск, включващ обработката на кожа	2	5	6	6	6	1	5	4	7	2	3	3
Малтретиране на животните във фермата	3	6	4	2	5	3	2	1	4	1	2	2
Малтретиране на животни по време на транспортирането до кланицата	3	6	3	1	2	2	1	2	5	1	3	2
нехуманни методи на клане	1	2	2	3	5	2	4	1	2	2	2	1

Може да се направят следните изводи на европейско равнище:

1. Детският труд при производството на кожи представлява, заедно с не- "хуманно" клане, въпросите, които кожарите считат за най-шокиращи за потребителите.
2. Те са последвани от други въпроси, свързани с класирането на хуманно отношение към животните заемащо второ място и условията на труд и химични рискове, с приоритет трето място.

Ясно е, че кожарите възприемат като особено шокиращи за потребителите ситуации, в които се злоупотребява с беззащитни същества, като деца или животни в контекста на икономическа дейност.

1.2 – 1.4. Смятате ли, потребителите се интересуват от представените от медиите шокиращи истории за безотговорно поведение на икономическите оператори в условията на социални или екологични аспекти във веригите за доставки?

Европейските кожари бяха помолени да посочат колко дълбоко смятат, че е останало негативното впечатление в паметта на потребителите, ако отговорът е "Те се интересуват".

Ако те отговорят че "Те се интересуват и не забравят", беше зададен допълнителен въпрос да се посочи какъв тип реакция могат да имат потребителите на кожени изделия

1.2. Процент от потребителите които се интересуват (% отговорили)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (средно)
Те се интересуват	83,3	90,9	83,3	60,0	85,7	57,1	100,0	100,0	40,0	50,0	100,0	77,3
1.3.Процент от колко негативно остава в паметта в потребителите (% отговорили)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	Lt	EU (средно)
Те се интресуват и забравят	100,0	18,2	16,7	60,0	42,9	28,6	25,0	25,0	10,0	0,0	100,0	38,8
Те се интресуват и помнят		72,7	50,0		42,9	28,6	75,0	50,0	30,0	50,0		36,3
1.4.Процент потребителска реакция (% отговарящите мислят че потебителите помнят)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (средно)
Опитват се да получат гаранции		50,0	57,1		33,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		64,0
Бойкотират кожата		50,0	42,9		66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		16,0

От отговорите разбираме, че потребителите очевидно са чувствителни към етичните въпроси във веригите на доставка и по-специално на тези, които са свързани с веригата за доставки на сурови кожи.

Когато става въпрос да се оцени какво е останало в паметта на потребителите, европейските кожари са разделени. В някои страни, като Италия, Литва и Обединеното кралство възприемането на европейските кожари е, че

потребителите не са склонни запазват за дълго спомена за скандални новини по отношение на веригите за доставка на кожи за много дълго. Други пазари, докладват обратното -значителен брой чувствителни потребители

Въпреки това, реакцията на потребителите, е че те фундаментално се опитват да получат гаранции, вместо да изразят недоволството си от санкциониране на продукта.

Въпреки това е много важно да се отбележи, че в Европа най-важното е потребителския пазар, Германия, съобщава за критична радикализация на потребителското поведение, на което могат да бъдат свидетели кожарските фабрики и в Испания и Франция

1.5.- 1.6. Как вашите клиенти тълкуват тези социални проблеми?

Когато става въпрос за клиенти, вече не е субективно тълкуването на поведението на потребителите, както и в предишния набор от въпроси. Тук възприятието на фабриките за кожа се основава на опита им с реакции на клиента

Европейски кожарски фабрики бяха поканени да отговорят с процент на предложените различни варианти, например: 80% от клиентите не превеждат тези съображения в действие. За допълнителни въпроси от типа на реакциите, те са били помолени да се гарантира, че общата сума на всички проценти е 100%.

1.5 Тълкуване на клиенти (чекни)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Относително тегло)
Те са загрижени (% отговори)	66,7	72,7	83,3	60,0	57,1	28,6	50,0	100,0	100,0	0,0	100,0	67,3
1.6 Indicate percentages for:	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Относително тегло)
Не предприемат действия	65	67	37	77	41	95	56	70	73	90	25	63,3
Конаткват доставчиците	17	15	23	4	25	2,7	14	20	15	10	70	16,9
Специфични молби	17	17	40	18	34	2,3	30	10	12		5	18,6
Други	2,1	1		1	0	0	0	0	0			1,3

Клиентите изразяват тревогите си на доставчиците си на кожа, когато медиите излъчват неетични истории на веригата за доставки на кожи. Само българските и румънските фабрики за кожа изглежда имат различен опит.

Въпреки това европейските кожари възприемат, че техните клиенти обикновено не превеждат своите опасения в превантивни действия. По-високите нива на реакция на клиента се отбелязва във Франция, Германия и Литва.

Най-често срещаната реакция от страна на клиенти към доставчиците на кожа е, че те съобщават за своите принципи и ценности. Такова поведение може да се разбира като израз на необходимостта да се увери клиента, че доставчика му гарантира съответствието на продукта с тези принципи и ценности.

Над 1/3 от клиентите на европейските кожари осъществяват действия. Почти 1/5 от исканията е за изпълнението на специфични изисквания по отношение на уверения, а друга 1/6 е да изостри загрижеността на кожарските фабрики.

1.7. Когато има скандал в медийте относно кожарския сектор, кой страда?

Европейски кожари бяха помолени да оценят различните варианти от 1 до 5, където 5 представлява най-високо възприеманите неблагоприятни ефекти и 1 най-ниските. Този въпрос може да помогне да се разбере в каква степен европейските кожари се възприемат като жертви на обществената реакция към един скандал, който не ги засяга пряко. Отговорите също могат да разкрият как европейските кожари възприемат себе си, отговорни във връзка със скандал, който включва други членове на един и същи бранш на търговията и промишлеността.

1.7 Кой страда (1-5 средно)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Относително тегло)
Кожена индустрия	2,8	3,91	3,6	2,2	3,8	2,7	3,25	2,75	4,6	5	4	3,2
Целия кожарски сектор в дадената държава	3,3	4,09	3,8	2,4	4	2,8	4,5	3,5	4,9	5	3	3,5
Подсектор	2,3	2,55	3,4	1,8	3,3	1,6	2,5	3,25	3,3	4	2	2,5
под сектор в държавата	3,2	2,45	2,8	2	3,4	2,1	3,5	3,5	3,3	4	1	3,0
Фирма	4,4	3,18	3,3	3	4	4	4,75	4,25	3,4	5	5	4,0

Европейските производители на кожа разбират, че обществеността стои над всички санкции на фирмата, която е пряко заинтересована с неетично поведение. Те разбират, че до ниво-фирма, хората свързват лошото поведение със търговските условия в дадена страна. Но тези нежелани ефекти влияят на сектора като цяло.

Подсектора изглежда, според европейските кожари по-малко важно в съзнанието на широката общественост. Това е вероятно, тъй като тези аспекти касаят професионалните отношения и това не оказва въздействие върху широката общественост.

Също може да се заключи, че европейските кожари имат високо ниво на колективен дух. Те са склонни да се чувстват като част от глобална общност, където лошото поведение на някои от тях се отразява до известна степен за цялата група.

1.8 След скандал в медиите включващ кожа и суровите й материали, но не и вашата компания, какви последици се страхувате че може да има за вашия бизнес и персонал?

Европейските кожари бяха помолени да оценят различните опции от 1 до 5, където 5 представя най-високия риск или действително влияние на бизнеса и персонала и 1- най-ниското.

Този въпрос може да помогне да се разберат практическите проблеми, които европейските кожари трябва да посрещнат, когато има медийна атака на този бранш.

1.8. Очаквани последици (1-5,)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (средно тегло)
--------------------------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----------------------

по-малко заявки	2	2,27	2,6	1,8	2,1	2,2	2,5	1,75	4,2	4	4	2,2
канселиране на заявки	1,3	1,73	2,3	1	1,4	1	2	1,5	3,4	0,5	1	1,5
намаляване обема на заявките	1,7	2,36	3,3	1,8	2,3	2	3	1,75	4	4	3	2,1
по-малко кандидати за работа	1,1	1,27	2,2	1,4	2	1	2	1,75	2,6	2	2	1,4
невъзможност за наемане на топ специалисти	1,3	1,27	1,9	1,4	2	1,3	2,75	1,5	2,5	3	2	1,5
персонала е стресиран и депересиран от натиска на общественото мнение	1,3	1,09	1,8	1,4	1,8	1,3	2,75	1,5	2	2,5	3	1,5
загуба на персонал заради етични причини	1,1	1,18	1,5	1	1,6	1	1,25	1,25	1,4	1	1	1,2
загуба на името на компанията	1,8	2,27	2,3	1,8	2,4	2,1	2,75	1,75	2,9	3	3	2,1
загуба на имидж в обществото като кожар	2,5	2,82	2,6	1,8	3,1	2,1	2	2	4,2	4	4	2,6
официален контрол	2,5	3,36	2,8	2,8	3,6	2,3	1,5	2,25	4,5	2	3	2,7
натиск от неправителствени организации	2,2	2,36	2,9	2,2	3,4	1,3	3,5	2,5	4,7	2,5	3	2,5
други:.....	1	0		0	0	0,14	0	0	0	0		0,5

Като цяло ниските средни оценки дадени от европейските кожари за различните варианти, предложени във въпросника показват, че те не се страхуват от конкретните последици за своето дружество поради медиен скандал в индустрията.

Най-високите съществуващи рискове се отнасят до престиж от гледна точка на органите, които могат да се изкушат да ги контролират или не, се появят подобни лоши практики в дружествата в страната / региона - или от схващането на обществото, към което на дадения кожар може да се наложи да даде някои обосновки. Тези два риска са плътно следвани от страха от атаки на активистки групи. Това са всички неудобства, които са свързани със загуба на време и усилия за връзки с обществеността / обществени въпроси, които кожарите не използват, поради тяхната позиция в стойностната верига (B2B).

Икономическите последици, като например намаляване или отмяна на поръчки, въпреки че се възприемат като по-малък риск, са на второ място, като последици, докато последствията за човешките ресурси се възприемат като по-малко реалистични.

Част 2. Как идентифицирате произхода на сурови и необработени кожи?

Този раздел на въпросника разкрива модели на европейските кожари в избора на доставчик, и в закупуване на необработени и сурови кожи.

2.1. Сурови материали	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% компании
Говежди		5	4	4	4	4	2	3	8	1	1	48,0%
Телешки		3	4	1	1	4	0	1	5	1		26,7%
Овчи		6	3	1	0	4	1	0	2	2		25,3%
Кози		4	1	0	0	1	0	0	1	1		10,7%
Други		2	1	1	1	0	1	0	0	0		8,0%

Типа суров материал използван от кожарите показва глобалната ситуация в Европа, където кожата от едър рогат добитък преобладава.

2.2. Произход (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Среднопретеглена %
Местен	5	46,8	42	57	60	70	50	40,0	70	75	60	29,3
EU	42,7	19,5	30	6,5	34	0	30	30,0	0	12	20	31,2
Друг европейски	3,4	16,8	0	0	5	10	14	20,0	15	3		6,3
Извън-EU	48,9	17	28	36,5	1	20	6	10,0	15	10	20	33,3

Европейски кожари се снабдяват със суровини основно от европейския континент, но остават зависими и от доставки, идващи от страни извън Европейския съюз. Вътрешните доставки трябва да бъдат обединени във всички страни с тези на други европейски държави. В рамките на ЕС, търговията с кожи с косми и без косми играе решаваща роля за европейските кожари

Ситуация в Италия е интресна за отбелязване. Зависимостта си от европейските и особено извън ЕС доставки е значително по-висока, отколкото в някой от другите европейски страни. Това се дължи на размера на италианския сектор, представляващи до 60% от европейското производство на кожа, а около 15% от световното производство на кожени изделия. Вътрешните доставки на кожи в Италия са само 5% от доставки на суровини. С различна степен на зависимост, нито една от националните сектори на кожа в Европа не може да работи без достъп до извън ЕС на доставките на суровини.

Около 70% от доставките на суровини, на европейските кожари са от европейски източници. Тази картина на европейския кожарски сектор е доста успокояваща за широката общественост, заради това че се обръща внимание на произхода на кожи, правната ситуация в Европа ефективно предотвратява неетично поведение при доставките на кожи в значителен мащаб

2.3. състояние (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Среднопретеглена %
Сурови	3,6	24	3	18	49	4,3	7,5	33	10			11,5
Dried	3,6	0	0	0	0	0	0	0	0	10		2,0
Salted	37	30	68	2	29	69,7	80	18	43	50	100	38,6
Limed/Pickled	2,7	10	8	21	4,3	14,3	0	0	2			5,4
Wetblue	33	28	10	57,4	10	0,6	0	46	31	30		28,5
Crust	20	8	11	2	7,8	11,1	12,5	4	14	10		14,0

Осолените кожи представляват основните доставки на суровини за европейските кожари.

Вторият източник на суровини и материали за европейските кожари е междинен продукт (wet-blue). Доставчиците на wet-blue също са кожари, които са организирали индивидуалната си верига на доставки.

Въпреки това, ситуацията се различава значително в различните страни. Европейските кожари в Германия, Холандия, Испания и Великобритания са се развили до голяма степен с доставки на сурови (или замразени) кожи. Те обикновено купуват директно от кланница, която е една практика, която позволява по-лесното идентифициране на произхода на суровина. Тъй като обработката на сурови или охладени кожи е по-вероятно да се състои в по-големите цехове за щавене, е вероятно, проучването да отчита и степента на тази практика.

2.4. N° доставчици	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% компании
1-5	1	2	4	1	0	3	2	0	0			17,3%
5-10	2	4	3	1	2	0	0	2	1	1		21,3%
10-20	9	3	4	1	3	2	1	0	7	1	1	42,7%
20-50	0	2	1	2	0	2	0	1	2			13,3%
над 50	0	0		0	1	0	1	0	0			2,7%

Средно европейските кожари имат главно между 10 и 20 различни доставчици. Само 15% от извадката има повече от 20 доставчици, а тези с над 50 доставчици са по-скоро изключение.

Близо 40% от извадката имат по-малък брой доставчици (между 1 и 10). Малък брой на доставчиците е по-типично за производителите работещи в ниши. На европейско ниво, тази цифра може да бъде до известна степен надценена.

2.5. N° заявки	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% компании
1-5	0	0	0	0	0	2	0	0	0			2,7%
5-10	0	0	0	0	1	0	0	0	0			1,3%
10-20	1	1	0	0	0	0	1	0	1			5,3%
20-50	0	3	5	2	2	0	1	0	5	2	1	28,0%
над 50	11	7	7	3	3	5	2	4	4			61,3%

По-голямата част от европейските кожари правят над 50 поръчки за суровини годишно. По-малко от 10% по-малко от 20 поръчки на суровини.

Този модел разкрива трудностите на европейските кожари, да управляват своите доставки на суровини и да се направят последователни партиди за вписване на производството.

2.6. взаимоотношения (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Относително тегло %
стабилни	85	84	90	92	70	88.6	96	97	77	75	85	82
случайни	15	15	10	8	30	11.4	4	3	23	25	15	13

Взаимоотношенията между кожите и техните доставчици, като цяло са стабилни. Но европейските кожари съобщават също така, че често се налага да допълнят обичайните си доставки с покупки от случайни доставчици.

2.7. Големина (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Относително тегло %
Големи	75	57	54	94	60		48	84	30	35	50	66
Малки	25	43	46	6	40		52	16	70	65	50	31

Доставчиците на суровини на европейските кожари са средно по-големи, отколкото са те. Все пак, това не е обща черта в цяла Европа. В страни, като Португалия, България, Швеция или дори Литва, кожарите може да бъде по-големи по размер от техните доставчици на суровина.

Това е важно при договарянето между двете страни

Въпреки това, големината на предприятието, не е единствения параметър между доставчика и купувача, когато става въпрос за оценка на капацитета на кожарите, който да повлияе на бизнеса. В допълнение към размера на бизнес партньорите, относителната големина на покупките също играе значителна роля, т.е. относителната тежест по отношение на дейността на даден клиент в записите на доставчика.

Големият брой на поръчките, съчетани с големия брой на доставчици и факта, че доставчиците като цяло са по-големи, отколкото кожарите води до разбирането, че кожата и търговия на сурова кожа е силно фрагментиран пазар, където отделните кожари имат слаба сила за договаряне по отношение с техните доставчици.

Въпроси 2.8 и 2.9 показват капацитета на кожарите да идентифицират произхода на закупените суровини

2.8. Идентифициране на източника	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% компании
0%	0	0	0	0	0	0	0	1				1,3%
10-20%	1	0	0	0	0	0	0	0				1,3%
20-40%	0	1	0	1	0	0	0	0				2,7%
40-60%	1	0	1	0	0	2	0	0				5,3%
60-80%	1	4	4	1	2	0	1	0	5	1		25,3%
80-100%	9	6	7	3	4	5	3	3	5	1	1	62,7%

Европейските кожари в голямото си мнозинство твърдят, че знаят произхода на суровините си.

2.9. Идентифициране на:	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% компании
държава	12	10	12	5	6	7	4	3	10	2	1	96,0%
кланица	5	1	7	2	3	2	3	2	5	0	1	41,3%
ферма/стадо	0	0	2	0	0	6	1	0		0		12,0%
група	8	0	1	0	0	6	0	0		1		21,3%

Въпреки това, когато от европейските кожари се изисква да бъдат по-конкретни по отношение на произхода на доставките на суровини, се оказва, че те са в състояние да идентифицират без затруднение страната на произход, но в състояние да идентифицират кланицата процента пада до 50%.

Кожарите, способни да идентифицират фермата, стадото или групата от животни, чиито кожи са закупили са много малко.

Въпроси 2.10 и 2.11 представят комуникациите на европейските кожари по веригата.

Въпросите са насочени към идентифициране дали европейските кожари имат изградени канали за комуникация със съответните икономически сектори, които управляват природните ресурси и да генерират кожи.

2.10 Комуникации	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% компани
Кланници	8	7	10	1	5	4	3	2	5	2	1	64,0%
Фирми за транспорт на животни	1	1	4	0	0	0	3	0		0		12,0%
Фермери	2	2	5	0	0	0	2	0		2		17,3%

Отговорите на европейските кожари показват, че те комуникират с кланиците, които са действителните генератори на суровините. Комуникациите с фермерите са значително по-ниски, както и с фирми за превоз на животни.

Този модел отразява разстоянието, което разделя кожарите от операторите ангажирани директно с животновъдството.

2.11 Средства за комуникация	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% компани
електронни	10	7	9	2	3	3	4	4	5	2		65,3%
на хартия	7	3	5	1	2	1	2	4		0	1	34,7%
личен контакт	9	6	10	2	2	6	4	4	5	2	1	68,0%
други...	0	0	0	0	1	0	1	0		0		2,7%

Модерните електронни комуникации и лични контакти са основните средства за комуникация от страна на европейските кожари с техните доставчици

Част 3. Как да се организира надежден механизъм за гаранция?

Този раздел на въпросника, адресирана мисленето на европейските кожари с оглед предоставяне на практическо решение, за да отговори на обществените притеснения и клиентски натиск във връзка с доставките на суровини.

Кожарите могат да дадат гаранции за произхода на кожи на клиентите и на обществеността като цяло, ако съответната информация може да бъде получена, но ние видяхме в предишните части, че не е проста задача да излиза извън рамките на кланицата. Въпреки това, съществуват и други съображения, които са от особено значение в този контекст:

- Търговската тайна;кожарите най-общо и европейските кожари в частност , са склонни да разкриват доставчиците си, но пълната прозрачност ще ги направи конкурентно уязвими.
- Оповестяване на веригата за доставки, не означава задължително, че ще се появят неетични ситуации.

Отговорите на европейските кожари трябва да разкрие типа на управленско решение, което съчетава доверие, надеждност, но също така и поверителност

3.1. Как се осигури надежден механизъм?

За да даде уверение по отношение на суровините, кожата ще трябва да получи паралелни уверения от своя доставчик. Доставчикът може да осигури гаранции за взаимоотношенията му, но не непременно на обстоятелствата, по отношение на своя предшественик. За това, доставчикът ще трябва да получи уверения от своя доставчик и така нататък до раждането на животното.

Европейските кожари бяха помолени да дадът оценка на предложените варианти за управление от 1 до 5, където 5 е за най-добре, а 1-най-ниска оценка. Същата оценка не може да се повтори.

3.1Как да се организира	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Относително тегло
стандарт за самостоятелна декларация на доставчик	2,8	2,82	3,2	4	2,3	2,4	3,75	3	4	5	4	3,0
договорна клауза в договора за доставка	3,7	3,27	3,2	3,4	2,6	3,86	3,75	3,5	4,1	5	5	3,6
корпоративна социална отговорност	2,3	2,27	2,3	1,4	2,4	3	2,5	2,75	1,3	3	2	2,3
Кодекс на поведение на заинтересованите страни	2,8	2,09	2,9	1,8	2	3,43	3,25	3,5	3,5	2	3	2,7
Други:..... ...	0,6	0,09	0,4	0	0,7	0,14	0	1,25	2,1	0	1	0,5

Европейските кожари предпочитат варианта, в който да впишат своите етични принципи и ценности в договорна клауза в договорите за доставки. Тази клауза ще гарантира, че някои неетични поведения няма се появяват, като по този начин се прехвърля отговорността за осигуряване на доставки и гаранции на бизнес партньора.

Втората най-предпочитана опция е договаряне на стандарт за самостоятелна декларация на доставчика. Такава декларация представлява едностранен ангажимент на доставчика, да осигури суровини, които са произведени в съответствие с предварително определен набор от изисквания.

При третият вариант европейските кожари приветстват създаване на кодекс за етично поведение. Такава система за управление, изисква сътрудничеството на различни заинтересовани страни по веригата за доставки на кожи и на обединението на всички страни, ангажирани с прилагането му на фирмено ниво. Системи от този вид обикновено работят на база на одитиране и сертифициране.

Корпоративна социална отговорно намира по-малко привърженици.

Част 4. Как да се осигури надеждна гаранция за широката общественост?

Независимо от всяка възможна система за осигуряване на управление, целта на въпросника е да проучи разбирането на европейските кожари по отношение на действителното средство за проследимост на суровините, които могат да направят механизма надежден в очите на клиентите и потребителите.

Бяха предложени различни варианти които да бъдат оценени от анкетираните. Най-общо бяха посочени два аспекта:

- Действителният инструмент за постигане на разумна сигурност на добри практики (етично), и
- Проверка на съответствието, т.е. одитиране и сертифициране

4.1. Как да се осигури надеждна гаранция за широката общественост?

Европейските кожари бяха помолени да оценят от 1 до 5 списък от предложени опции, където 5 е най-добрата опция от тяхната гледна точка и 1 най-малко

4.1. Надеждно уверение на обществеността (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Относително тегло
таг за идентификация	3	3,64	4,4	1,6	3,8	2,43	3	2,75	4,7	2,5	5	3,2
документация на хартия за група	2,6	3	2,5	3,2	2,6	2,57	3	3,25	0	2	4	2,6
декларация за стадото	2,1	2,18	2,2	0,4	1,1	0,86	3,25	2	3,1	2,5	3	2,0
Кланници	2,1	1,91	1,9	1,8	1	2,14	3,25	2	0	5	4	2,0
доставчици	2,3	2,27	1,9	2	0,8	1,86	3,5	2,75	0	5	4	2,2
сертификация на стадото	2,8	2,73	2,2	0,4	1,3	0,71	4,25	2,25	3,8	3,5	3	2,5
кланници	2,9	3,18	2,1	1,4	2,1	1,86	3,75	2,25	0	5	4	2,7
доставчици	3,2	3,55	2	1,6	1,7	1,29	3,75	3,25	0	4,5	4	2,8
черен списък на доставчици	3,2	2,18	2,6	1,6	3,1	4,29	3,25	4,5	2,1	4	1	2,9
бял списък на доставчици	3,5	1,91	2,2	2,4	2,3	4,57	3,75	4,5	1,4	5	5	3,1

Европейските кожари приветстват идеята за единна система, където информацията е върху ушните миди на европейските животни за клане - отгледани, транспортирани и заклати срещу набор от правни спецификации, особено в областта на хуманното отношение към животните - е на тяхно разположение. Действително, такъв механизъм ще позволи на кожарите, да имат проследимостта за всяка европейска кожа кога е въведена за производство. Такъв механизъм "таг", обаче, не решава всички въпроси, тъй като кожи или wet-blue, внесени от трети страни няма да бъдат обхванати от такъв механизъм.

Вторият вариант, оценен от европейските кожари е да имат възможност да определят колективно кои доставчици са "добри" и "лоши" в списък.

Сертифицирането на доставчици, кланници или стада получи разумен подкрепа.

Следващият вариант, оценен от европейските кожари е система на партидност. Кожарите използвайки сурови и осолени кожи получават от своите доставчици задължителен санитарен документ, който удостоверява, че животното, чиито кожи той получава, са били проверени преди клане (и в някои случаи и след

клането) и са били считани за годни за човешка консумация. За вноса от трети страни, процедурата е малко по-различена, но е със еквивалентна стойност. Въпреки това, тези документи не разкриват много за етичното третиране и преработка на самия материал, и те не предоставят някои полезни елементи на проследимост, върху които да се основават уверения, напр. страната на произход на суровината.

Най-ниските нива на подкрепа са за опции, предполагащи механизъм за собствена декларация от доставчиците, кланици или ферми.

В действителност, само декларация не означава непременно, ангажимент. Различни видове собствена декларация на конкретните доставчици, не са непременно в съответствие в техния обхват, което прави управлението на такъв механизъм много трудно. Тази система съдържа една конкретна слабост- по отношение на доверието, което ще се основава изключително на "добра воля".

4.2. Как трябва да бъдат подложени на одит за съответствие?

Последният въпрос се отнася до възможните варианти за одит. Европейските кожари бяха помолени да оценяват броя на предложените опции, когато 5 би съответствало на най-добрият вариант и от 1- най-слабия. Анкетираният може да повтори същата оценка.

4.2. Вид одит (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Относително тегло
от купувачи	2,5	2,73	3,5	3,2	2,1	2,71	2	2,5	1,7	4	2	2,6
от независима страна: Ветеринарна или санитарна служба	3,6	2,36	3,1	2,2	2,4	2	4,25	2,75	1,8	4	5	3,1
неправителствени организации	2,6	1,36	2	1	1,3	1,14	2	3,25	2,7	1,5	1	2,1
Технически центрове	2,8	3,09	3,2	1,6	1,6	2,14	4	4	4,2	2	4	2,8
Други:.....	0,6	0,09	0	0,4	0,14	0,14	0	0,75	0	2,5		0,4
от Секторни институции и заинтересовани страни	2,6	3,27	2,9	1,4	2,8	3,14	4	2,5	4,8	2	3	2,8

Европейските кожари предпочитанат варианта с участието на независим орган, т.е. трета страна, която да извършва одит на съответствието с елементарни етични стандарти на производство. Те разбират, че тя може да влезе в ролята на ветеринарни/хигиенни проверки, за да се провери също така, че доставчиците на животните и кланицата работят в съответствие със социалните, околната среда и хуманното отношение към животните.

Според европейските кожари, техническите центрове може също да развиват тази дейност.

Друга предпочитана опция е тази на институциите, които представляват различните заинтересовани страни, които също могат да създаде механизъм за мониторинг.

Последният вариант, който получава повече от средния размер на подпомагането е системата за одит, извършен от страна на купувача, т.е. където кожар или негов

представител посещава доставчик за проверка дали са изпълнени изискванията му по отношение на бизнес етиката, което ще даде основа за уверения, с които той продава своята кожа.

Част III: Заключение и препоръки

1. Заключение.

Потребителите изискват уверение, че продуктите, които купуват са не само годни за целта, но също така, че те са безопасни и произведени в безопасни условия през целия им жизнен цикъл. Престъпленията против социални, екологични и етични ценности заклеймяват продукта и производителя в очите на потребителите, които търсят все по-голяма сигурност в навиците си на потребление.

Европейските кожари признават, че потребителите и клиентите се интересуват за това, което се случва, преди кожата да тръгне от кланиците.

Европейските кожари съобщават, че потребителите са склонни да запазят своята загриженост по отношение на конкретен "скандал", за ограничен период от време и също така, че техните клиенти изискват все по-генерализирано про-активно поведение на доставчиците на кожа.

Нежеланите ефекти на сензационни новини в медиите се възприемат от кожата в областта на публичния образ на компанията или на сектора, а не в конкретния икономически ефект или влиянието им върху човешките ресурси.

Европейските кожари се интересуват от прозрачността и проследимостта на суровините, но признават също и практическите затруднения при прилагането на конкретната стратегия. Необходимостта от защита на поверителна търговска информация, от една страна и участието на заинтересованите лица, от друга страна също трябва да бъдат взети под внимание.

2. Препоръки

Голяма част от кожените изделия, които се продават на пазара на ЕС се внасят най-вече от страни, където социалните, екологичните или етични стандарти не винаги се спазват. Образът на кожата в областта на колективното мислене е обусловено от информацията, която достига до пазара от практиките в отдалечени места, които нямат нищо общо с тези, които преобладават в кожарската индустрия в Европа. Кожата като суровина страда от този нарушен имидж.

В този контекст, социалните партньори на Европейската кожарска промишленост предлагат следните препоръки:

1. Потребителското доверие в кожата като устойчив материал трябва да бъде изградена посредством съгласуваните усилия на европейската кожарска верига, където различните звена във веригата за доставки играят съответната част за осигуряване на цялостна система на проследимост
2. Потребителите се нуждаят от информация на отделните стойности на европейските кожарски предприятия, за да им се позволи да направят информиран избор. На европейската регулаторна среда, по отношение на ветеринарните/санитарни аспекти на кожата, както и на хуманното отношение към животните, трябва да се проучат възможности за способността му да служи като база, върху която да се изгради система от гаранции на добри практики
3. Системата за маркиране на произхода на кожените продукти (произход на изделието+произход на кожата) би могло да даде на клиентите в Европа

по-точна информация за проследимост на базата, на която те да вземат решение за покупка.

4. Механизмите и съдържанието на клаузите в договорите за доставка за суровите материали трябва да бъдат развити и тествани по веригата поне до кланниците.

Практиките, които биха могли да представляват причина за безпокойство в трети страни трябва да бъдат наблюдавани и в страните доставчици, така че да се предостави на европейските оператори надеждна информация за произхода на кожата

5. Стандартизация на система за управление, за проследяемост, която осигурява защита на поверителната търговска информация и още по-разумна прозрачност в съответните аспекти на КСО трябва да бъдат допълнително проучени.