



**Transparence de l'origine des cuirs et peaux**  
VS/2011/0145

# Rapport européen

## **Remerciements**

COTANCE tient à remercier la FSE: THC, son partenaire social et partenaire dans ce projet sponsorisé par l'UE, pour son excellente coopération tout au long de l'initiative. Animé par le même esprit de service pour le secteur, ses entreprises et sa main-d'œuvre, les deux versants de l'industrie du cuir européenne ont entrepris, dans le cadre de leur dialogue social et avec le soutien actif de leurs membres, un exercice de pointe de recherche, d'analyse et d'échange dans le domaine de la transparence et de la traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement des cuirs et peaux. Ce projet offre à l'industrie les connaissances nécessaires pour prendre ultérieurement des mesures dans ce domaine important du développement durable du secteur.

Les partenaires de ce projet expriment leur gratitude en particulier à toutes les entreprises et les représentants des travailleurs qui ont offert leur soutien et leur contribution au développement de toutes les activités.

Enfin, COTANCE et la FSE: THC remercient la Commission Européenne et en particulier la Direction Générale des Affaires sociales pour le soutien financier reçu pour la mise en œuvre de ce projet.

## **Préambule**

Bien que le cuir, en tant que matériau, suscite un attrait extraordinaire chez les consommateurs, le fait demeure que la tannerie évoque toujours, pour le grand public, une image de saleté, de puanteur, de pollution, d'abus du travail ou de cruauté envers les animaux, notamment en raison de campagnes de mouvements activistes en quête de visibilité. Pour ces mouvements, la fin est plus importante que les moyens. Les allégations formulées en vue d'atteindre un objectif sont souvent biaisées, fausses ou trompeuses vis-à-vis de la situation européenne, mais malheureusement, certains problèmes sérieux restent avérés dans certains pans de l'industrie, notamment dans les pays à bas coûts salariaux. « Low cost » est souvent synonyme de normes sociales et environnementales insuffisantes.

Des titres médiatiques tels que "Poison dans le cuir» ou «La pire industrie polluante" prédisposent les consommateurs à refuser le cuir. Les dommages que cet état des choses inflige à l'industrie du cuir affecte les entreprises européennes et leurs travailleurs. Leur rôle bénéfique et leur contribution à la société n'est pas reconnue, et pire encore, ils sont souvent discrédités.

L'industrie européenne du cuir est victime de l'image véhiculée par ces organisations militantes et les médias. Toutes les tanneries en Europe n'ont peut-être pas atteint les plus hauts niveaux dans tous les aspects du développement durable et des améliorations pourraient être nécessaires ou souhaitables ici ou là. Collectivement, cependant, l'industrie du cuir de l'Europe détient le leadership mondial en termes de performance sociale et environnementale, et plus généralement, dans les valeurs de la RSE, ses principes et ses pratiques.

## Introduction

COTANCE et la FSE: THC se sont penchés sur l'image de l'industrie du cuir à travers un certain nombre de projets communs lancés depuis le tournant du millénaire dans le cadre de leur programme de travail du dialogue social.

Pourquoi la Transparence et la Traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement des cuirs et peaux ? Quel est le lien avec l'image du secteur du cuir?

Les tanneurs récupèrent un résidu de production d'une autre industrie et le transforment en un matériau de travail séduisant et aux propriétés uniques. Ce sont les habitudes alimentaires des habitants de la planète qui déterminent la production de matières premières pour l'industrie de la tannerie. Les animaux sont abattus pour la production de viande et aucun animal n'échapperait à l'abattage s'il n'y avait aucune demande pour le cuir. Les cuirs et peaux sont des sous-produits et les tanneurs ont peu, voire aucune influence sur les politiques et les pratiques en amont de la production de cuir.

Cependant, les consommateurs, notamment dans les économies matures, veulent de plus en plus connaître l'impact des produits qu'ils achètent en termes sociaux, environnementaux et éthiques. Cette préoccupation s'applique tout au long du cycle de vie du produit, du «berceau à la tombe».

Bien que les limites du système de l'industrie du cuir commencent par la génération des cuirs et peaux lorsque les animaux sont dépouillés dans l'abattoir, les gens font logiquement le lien entre la peau de l'animal et le cuir et ils associent l'élevage à la production de cuir.

Certains aspects de l'élevage qui précèdent le point de départ du cycle de vie des cuirs et peaux suscitent des préoccupations dans la société. Ces aspects concernent les questions sociales et environnementales classiques tels que le respect des normes fondamentales du travail et l'utilisation responsable des ressources naturelles, mais aussi, plus récemment, les questions de protection des animaux tels que les bonnes pratiques d'élevage, le transport des animaux et des méthodes d'abattage sans cruauté.

Les mauvaises pratiques dans les exploitations agricoles, pendant le transport des animaux et au moment de l'abattage sont malheureusement imputées à l'industrie du cuir lorsqu'elles sont ciblées par des organisations militantes pro-animales sans scrupules. Celles-ci diffusent en effet de fausses informations selon lesquelles ces pratiques existeraient en raison de la production et de la consommation de cuir.

Heureusement, l'Europe dispose d'un cadre législatif qui garantit que les mauvaises pratiques dans l'élevage et l'industrie de la viande restent, si elles se produisent, une exception. Pourtant, ce n'est pas nécessairement le cas dans d'autres pays et notamment dans les pays en développement où la production de viande a connu une croissance exponentielle par rapport aux pays industrialisés.

Selon les chiffres de la FAO, les pays en développement ont dépassé les pays développés dans la production de peaux de bovins à la fin des années 1990 et dans la production de

peaux d'ovins au début des années 2000. Dans certains pays, des insuffisances notables dans le domaine du bien-être animal et de la production des cuirs et peaux apparaissent systématiquement dans les médias

Les tanneurs européens qui s'approvisionnent dans des pays tiers sont de plus en plus exposés au risque d'être publiquement montrés du doigt pour des questions qui échappent à leur contrôle.

Les partenaires sociaux européens ont décidé en 2011 de développer ensemble un projet dans ce domaine pour examiner

- les effets des nouvelles des médias sur l'image de l'industrie,
- les moyens techniques disponibles pour identifier l'origine des matières premières, et
- l'avis du secteur pour développer des instruments qui devraient protéger les tanneurs européens et leurs ressources humaines contre les attaques injustifiées.

L'objectif global est de fournir aux deux versants de l'industrie les moyens de comprendre la question et d'élaborer, à l'attention des partenaires sociaux de l'industrie européenne du cuir, les recommandations d'action future dans ce domaine.

Ce rapport présente l'analyse et l'interprétation des réponses fournies par un échantillon représentatif de l'industrie européenne de la tannerie lors d'une enquête portant sur les questions clés en matière de transparence et de traçabilité pour les tanneurs européens.

## Partie I: L'échantillon

Dans le cadre du projet, COTANCE devait consulter les tanneurs dans 12 Etats membres de l'UE.

Les partenaires sociaux européens élaborèrent un questionnaire (Annexe 1) qui fut traduit dans les différentes langues des pays participant à l'initiative.

Les associations nationales du cuir des 12 pays participants furent ensuite invitées à consulter leurs membres et à établir un échantillon représentatif.

Pays	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	TOTAL
Nombre de réponses	12	11	12	5	7	7	4	4	10	2	1	<b>75</b>
% de la production nationale	10%	22%	60%	65%	60%	23%	100%	80%		40%	80%	
Coefficient UE	15	4	2	2	2	1	1	1	1	0,5	0,5	<b>30</b>

L'enquête eut lieu au début 2012.

75 entreprises de 11 Etats membres de l'UE ont répondu.

Les réponses nationales furent ensuite analysées pour élaborer des rapports nationaux spécifiques.

Le cas échéant, lors de l'analyse des données au niveau européen, les différentes réponses nationales ont été calibrées en fonction du poids relatif des secteurs nationaux en attribuant à chaque pays un coefficient reflétant son importance spécifique.

Les tanneurs ont également été invités à identifier le secteur de destination de leur cuir afin d'évaluer la cohérence de l'échantillon par rapport au secteur dans sa totalité.

Pays	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	P	BG	LT	Total entreprises	% entreprises
Chaussures	8	8	8	4	4	5	2	3	6	1	1	<b>50</b>	<b>66,7%</b>
Maroquinerie	8	9	11	4	2	5	2	3	1	0	1	<b>46</b>	<b>61,3%</b>
Habillement/Gants	3	6	6	3	1	5	2	1	2	1	0	<b>30</b>	<b>40,0%</b>
Ameublement	2	2	3	0	3	1	2	2		0	0	<b>15</b>	<b>20,0%</b>
Automobile/aéro	2	2	2	1	4	1	1	1	1	0	0	<b>15</b>	<b>20,0%</b>
Wetblue	0	0	0	1	1	1	0	2		1	1	<b>7</b>	<b>9,3%</b>
Autres	1	2	9	2	2	5	2	0		0	0	<b>23</b>	<b>30,7%</b>

Le tableau ci-dessus montre qu'en général, les tanneurs fournissent plus d'un marché, ce qui reflète la réalité du terrain.

L'échantillon peut être considéré comme représentatif de l'industrie européenne du cuir.

## Partie II: Questions et Réponses

Section 1. Comment le problème est-il perçu par l'industrie en tant que tel ?

Un certain nombre de questions concernent la question de savoir comment les consommateurs perçoivent le cuir / les tanneurs lorsqu'ils sont confrontés à des questions de responsabilité sociale et environnementale dans le cadre de l'origine des cuirs et peaux, par exemple, le travail des enfants, le réchauffement climatique, le bien-être des animaux ...

Les réponses des tanneurs européens fournissent, bien sûr, un point de vue subjectif des réactions des consommateurs aux «annonces à scandale» concernant les chaînes d'approvisionnement en cuirs et peaux puisqu'en effet les tanneurs n'entretiennent pas de relation directe avec eux. En outre, lorsqu'ils répondent, les tanneurs peuvent avoir des situations très différentes à l'esprit. L'image que cette série de questions reflète n'est pas représentative pour un "scandale" en particulier, mais pour une situation typique où "le cuir ou les tanneurs sont tenus responsables pour quelque chose qui, dans son principe et à l'heure actuelle, échappe à leur contrôle".

Leur opinion peut être considérée comme indicative de l'empathie que les tanneurs européens développent avec le public en général.

1.1. D'après votre expérience, quel type de nouvelles concernant les conditions d'approvisionnement en cuirs et peaux peut avoir un impact potentiellement choquant pour les consommateurs ?

Le tableau suivant montre les résultats traduits en « ranking » :

Pays	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU
<b>1.1. Impact potentiel</b>												
-Travail des enfants en rapport avec les cuirs et peaux	4	1	1	5	1	4	1	1	1	1	1	1
-Conditions de travail insalubres dans des abattoirs	5	3	3	4	6	3	4	2	3	5	2	3
-Travail forcé ou obligatoire dans des exploitations agricoles	6	7	3	6	3	4	3	1	6	4	3	5
-Déforestation au profit de pâturages en rapport avec les cuirs et peaux	4	4	5	7	4	5	3	3	8	3	3	4
-Risques chimiques, dont l'utilisation de sel de préservation	2	5	6	6	6	1	5	4	7	2	3	3
-Mauvais traitement des animaux dans les exploitations agricoles	3	6	4	2	5	3	2	1	4	1	2	2
-Mauvais traitement des animaux lors du transport vers l'abattoir	3	6	3	1	2	2	1	2	5	1	3	2
-Méthodes d'abattage "inhumaines"	1	2	2	3	5	2	4	1	2	2	2	1

Les conclusions suivantes peuvent être tirées au niveau européen :

1. Pour les tanneurs, le travail des enfants en rapport avec les cuirs et peaux constitue, avec les méthodes d'abattage "inhumaines", le problème ayant le plus grand potentiel choquant pour les consommateurs.
2. Ces deux situations sont suivies par le bien-être animal (rang 2) et les conditions de travail ainsi que les risques chimiques (rang 3).

De toute évidence, les tanneurs perçoivent comme particulièrement choquant pour les consommateurs des situations où des êtres sans défense, comme les enfants ou les animaux d'abattage, sont traités de manière abusive dans le cadre d'une activité économique.

1.2 – 1.4. Pensez-vous que les consommateurs s'inquiètent lorsque les médias colportent des histoires choquantes sur des comportements irresponsables, dans des matières sociales et environnementales, des opérateurs économiques dans les chaînes d'approvisionnement?

S'ils répondaient par l'affirmative, les tanneurs européens devaient indiquer le niveau d'inquiétude estimé. S'ils estimaient que les consommateurs conservaient une impression d'inquiétude (« ils s'inquiètent et se souviennent »), ils devaient également indiquer quelle genre de réaction ils attribuaient à ces consommateurs de cuir.

<b>1.2. Perception de l'inquiétude des clients (% des répondants)</b>	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Moyenne)
Ils s'inquiètent	83,3	90,9	83,3	60,0	85,7	57,1	100,0	100,0	40,0	50,0	100,0	77,3
<b>1.3. Perception de l'impact négatif dans l'esprit des clients (% des répondants)</b>	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	Lt	EU (Moyenne)
Ils s'inquiètent puis oublient	100,0	18,2	16,7	60,0	42,9	28,6	25,0	25,0	10,0	0,0	100,0	38,8
Ils s'inquiètent et se souviennent		72,7	50,0		42,9	28,6	75,0	50,0	30,0	50,0		36,3
<b>1.4. Perception de la réaction des clients (% des répondants qui pensent que les clients gardent une impression négative)</b>	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Moyenne)
Ils cherchent des garanties		50,0	57,1		33,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		64,0
Ils boycottent le cuir		50,0	42,9		66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		16,0

Les tanneurs européens comprennent que les consommateurs ne sont manifestement pas insensibles aux questions d'éthique dans les chaînes d'approvisionnement et en particulier à celles qui se rapportent à la filière des cuirs et peaux.

Quand il s'agit d'évaluer le souvenir laissé dans l'esprit des consommateurs, les tanneurs européens sont divisés. Dans certains pays, comme l'Italie, la Lituanie ou le Royaume-Uni, la perception des tanneurs européens semble être que les consommateurs ont



tendance à ne pas conserver très longtemps le souvenir de ces nouvelles à scandale concernant les chaînes d'approvisionnement. D'autres marchés semblent signaler une tendance inverse, avec un nombre important de consommateurs sensibilisés.

Cependant, la réaction des consommateurs perçue principalement par les tanneurs européens est que les consommateurs sensibilisés essaient fondamentalement d'obtenir des garanties plutôt que d'exprimer leur mécontentement en sanctionnant le produit.

Néanmoins, il est très important de noter que le marché européen des consommateurs le plus important, l'Allemagne, rapporte une radicalisation critique du comportement du consommateur, tendance qui peut également être observée par les tanneurs en Espagne et en France, d'autres marchés de consommation importants.

#### 1.5.- 1.6. Comment vos clients interprètent-ils ces problèmes sociétaux ?

S'agissant du comportement de leurs clients, l'interprétation des tanneurs n'est plus subjective comme dans le cas de la précédente série de questions. Dans ce cas, leur perception est basée sur leur expérience effective des réactions des clients.

Les tanneurs européens ont été invités à répondre en donnant un pourcentage aux différentes options proposées, par exemple, 80% des clients ne traduisent pas ces préoccupations en actions. Pour les questions de suivi sur le type de réactions, ils ont été invités à veiller à ce que le total des pourcentages soit de 100%.

<b>1.5 Interpretation des clients</b>	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Moyenne calibrée)
Ils sont inquiets (% des réponses)	66,7	72,7	83,3	60,0	57,1	28,6	50,0	100,0	100,0	0,0	100,0	67,3
<b>1.6 Pourcentages pour :</b>	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Moyenne calibrée)
- ne transposent pas ces inquiétudes en actions	65	67	37	77	41	95	56	70	73	90	25	63,3
- contactent les fournisseurs et essaient de les sensibiliser sur ces valeurs	17	15	23	4	25	2,7	14	20	15	10	70	16,9
- ont plutôt tendance à transposer ces inquiétudes sociétales en requêtes précises auprès des fournisseurs	17	17	40	18	34	2,3	30	10	12		5	18,6
Other	2,1	1		1	0	0	0	0	0			1,3

La très grande majorité des clients des tanneurs expriment leurs préoccupations à leurs fournisseurs en cuir lorsque les médias diffusent des histoires contraires à l'éthique relatives à la chaîne d'approvisionnement des cuirs et peaux. Seuls les tanneurs bulgares et roumains semblent avoir une expérience différente.

Toutefois, les tanneurs européens estiment que leurs clients ne traduisent généralement pas leurs préoccupations en actions préventives. Des réactions plus fortes sont néanmoins observées en France, en Allemagne et en Lituanie.

La réaction la plus commune des clients envers leurs fournisseurs de cuir consiste à leur faire part de leurs principes et de leurs valeurs. Un tel comportement peut être compris

comme l'expression d'un besoin d'être rassuré sur la conformité du produit avec ces principes et valeurs.

Plus d'un tiers des clients des tanneurs européens traduisent leurs préoccupations éthiques liées à la chaîne d'approvisionnement en action. Près d'une personne sur cinq exige le respect d'exigences spécifiques en termes de garanties, tandis qu'une personne sur six fait part au tanneur de sa préoccupation croissante.

1.7. Lorsqu'un média révèle un scandale dans le secteur cuir, qui en subit les conséquences ?

Les tanneurs européens ont été invités à donner aux différentes options une note allant de 1 à 5, où 5 représente une plus haute perception d'effets indésirables et 1 la plus basse. Cette question peut aider à comprendre dans quelle mesure les tanneurs européens se perçoivent comme des victimes de la réaction du public à un scandale qui ne les concerne pas directement. Les réponses peuvent aussi révéler comment les tanneurs européens perçoivent les responsabilités par rapport à un scandale qui implique d'autres membres de la même profession et industrie.

<b>1.7 Qui est victime (1-5 Moyennes)</b>	<b>IT</b>	<b>ES</b>	<b>FR</b>	<b>UK</b>	<b>DE</b>	<b>RO</b>	<b>SE</b>	<b>NL</b>	<b>PT</b>	<b>BG</b>	<b>LT</b>	<b>EU (Moyenne calibrée)</b>
l'industrie du cuir en général	2,8	3,91	3,6	2,2	3,8	2,7	3,25	2,75	4,6	5	4	3,2
tout le secteur cuir dans le pays concerné	3,3	4,09	3,8	2,4	4	2,8	4,5	3,5	4,9	5	3	3,5
sous-secteur cuir concerné	2,3	2,55	3,4	1,8	3,3	1,6	2,5	3,25	3,3	4	2	2,5
sous-secteur cuir dans le pays concerné	3,2	2,45	2,8	2	3,4	2,1	3,5	3,5	3,3	4	1	3,0
l'entreprise concernée	4,4	3,18	3,3	3	4	4	4,75	4,25	3,4	5	5	4,0

Les tanneurs européens comprennent que le public sanctionne avant tout l'entreprise directement concernée par un comportement contraire à l'éthique. Ils estiment ensuite qu'après l'entreprise, les gens associent ce genre de conduite aux conditions commerciales du pays concerné. Mais ces effets indésirables sont suivis de près par un impact sur le secteur dans son ensemble.

Les aspects en aval du secteur, comme les marchés de destination des produits ou la typologie du cuir semblent, pour les tanneurs européens, être moins importants dans l'esprit du grand public. Ceci est probablement dû au fait que ces aspects sont des considérations plus professionnelles qui ne motivent pas nécessairement le public en général.

On peut également conclure que les tanneurs européens partagent un esprit collectif élevé. Ils ont tendance à se sentir comme faisant partie d'une communauté mondiale où la mauvaise conduite de certains se reflète dans une certaine mesure sur l'ensemble du groupe.

1.8. Après un scandale médiatique impliquant du cuir et les matières premières, mais pas votre entreprise, quelles conséquences craignez-vous pour votre entreprise et votre personnel ?

Les tanneurs européens ont été invités à noter les différentes options de 1 à 5, où 5 représente les plus hauts risques perçus ou l'impact réel sur les entreprises et sur l'emploi, et 1 les plus bas.

Cette question peut aider à comprendre les problèmes pratiques auxquels les tanneurs européens doivent faire face lorsque l'image de l'industrie est confrontée à une attaque médiatique.

<b>1.8. Conséquences redoutées (1-5, Moyennes)</b>	<b>IT</b>	<b>ES</b>	<b>FR</b>	<b>UK</b>	<b>DE</b>	<b>RO</b>	<b>SE</b>	<b>NL</b>	<b>PT</b>	<b>BG</b>	<b>LT</b>	<b>EU (Moyenne calibrée)</b>
Moins de commandes	2	2,27	2,6	1,8	2,1	2,2	2,5	1,75	4,2	4	4	2,2
Annulation de commandes	1,3	1,73	2,3	1	1,4	1	2	1,5	3,4	0,5	1	1,5
Réduction du volume des commandes	1,7	2,36	3,3	1,8	2,3	2	3	1,75	4	4	3	2,1
Moins de postulants pour travailler dans l'entreprise	1,1	1,27	2,2	1,4	2	1	2	1,75	2,6	2	2	1,4
Postulants moins qualifiés pour l'entreprise	1,3	1,27	1,9	1,4	2	1,3	2,75	1,5	2,5	3	2	1,5
Personnel stressé ou déprimé suite à la pression de l'opinion publique	1,3	1,09	1,8	1,4	1,8	1,3	2,75	1,5	2	2,5	3	1,5
Démision du personnel pour des considérations éthiques	1,1	1,18	1,5	1	1,6	1	1,25	1,25	1,4	1	1	1,2
Perte de valeur de la marque de l'entreprise	1,8	2,27	2,3	1,8	2,4	2,1	2,75	1,75	2,9	3	3	2,1
Perte de considération du tanneur au sein de la société	2,5	2,82	2,6	1,8	3,1	2,1	2	2	4,2	4	4	2,6
Contrôles officiels	2,5	3,36	2,8	2,8	3,6	2,3	1,5	2,25	4,5	2	3	2,7
Pression/attaques d'ONGs	2,2	2,36	2,9	2,2	3,4	1,3	3,5	2,5	4,7	2,5	3	2,5
Autres	1	0		0	0	0,14	0	0	0	0		0,5

En général, les moyennes attribuées par les tanneurs européens aux différentes options proposées dans le questionnaire indiquent qu'ils ne craignent pas de conséquences particulières sur leur entreprise en termes de perte d'image qu'un scandale médiatique pourrait susciter.

Les risques les plus élevés perçus concernent la question de prestige du point de vue des autorités - qui pourraient être tentées de contrôler si oui ou non de mauvaises pratiques similaires se produisent dans les entreprises nationales / régionales - ou la perception du public en général, auquel le tanneur peut être amené à fournir quelque justification. Ces deux conséquences adverses sont suivies de près par la crainte d'attaques de groupes d'activistes. Ces inconvénients impliquent tous un dévouement en temps et en efforts dans des activités de relations publiques ou d'affaires publiques, activités auxquelles les tanneurs ne sont pas habitués en raison de leur position dans la chaîne de valeur (B2B).

Les conséquences économiques, comme la réduction ou l'annulation de commandes, bien que perçue comme un risque plus faible, occupent le second rang après les conséquences relative à l'image, tandis que les conséquences suggérées sur les ressources humaines sont perçues comme moins réalistes.

## Section 2. Comment identifier l'origine des cuirs et peaux ?

Cette section du questionnaire révèle les habitudes des tanneurs européens dans la sélection des fournisseurs et dans l'achat de cuirs et peaux.

2.1. Matières premières	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% entreprises
Bovin		5	4	4	4	4	2	3	8	1	1	48,0%
Veau		3	4	1	1	4	0	1	5	1		26,7%
Ovin		6	3	1	0	4	1	0	2	2		25,3%
Caprin		4	1	0	0	1	0	0	1	1		10,7%
Autres		2	1	1	1	0	1	0	0	0		8,0%

Le type de matières premières utilisées par les tanneurs de l'échantillon reflète globalement la situation en Europe, où les tanneurs de peaux de bovins prédominent en termes de volume de production.

2.2. Origine (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Moyenne calibrée%
Domestique	5	46,8	42	57	60	70	50	40,0	70	75	60	29,3
UE	42,7	19,5	30	6,5	34	0	30	30,0	0	12	20	31,2
Autre Europe	3,4	16,8	0	0	5	10	14	20,0	15	3		6,3
Extra-UE	48,9	17	28	36,5	1	20	6	10,0	15	10	20	33,3

Les tanneurs européens s'approvisionnent fondamentalement sur le continent européen, mais restent dépendants des approvisionnements en provenance des pays extra-UE. L'approvisionnement domestique doit être combiné dans tous les pays avec un complément venu d'autres pays européens. Le commerce intra-UE des cuirs et peaux joue donc un rôle crucial pour les tanneurs européens.

La situation particulière de l'Italie se doit d'être notée. Sa dépendance à l'égard d'un approvisionnement européen et extra-européen est nettement plus élevée que pour n'importe quel autre pays européen. Ceci s'explique par la taille du secteur italien, qui représente près de 60% de la production européenne de cuir et quelque 15% de la production mondiale du cuir. L'approvisionnement domestique de cuirs et peaux représente en Italie seulement 5% de l'approvisionnement en matières premières. Avec un degré variable de dépendance, aucun secteur national du cuir en Europe ne peut fonctionner sans avoir accès à l'approvisionnement extra-européen en matières premières.

Environ 70% des approvisionnements en matières premières des tanneurs européens provient de sources européennes. Cette image du secteur européen du cuir est tout à fait rassurante pour le grand public, car il peut généralement compter sur le fait que l'ordre juridique en Europe empêche efficacement dans la chaîne d'approvisionnement des cuirs et peaux tout comportement contraire à l'éthique sur une échelle significative.

2.3. Etat (pourcentage)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Moyenne calibrée%
Fraîches	3,6	24	3	18	49	4,3	7,5	33	10			11,5
Séchées	3,6	0	0	0	0	0	0	0	0	10		2,0
Salées	37	30	68	2	29	69,7	80	18	43	50	100	38,6

Limées/Picklées	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
Croûte	20	8	11	2	7,8	11,1	12,5	4	14	10		14,0

Les peaux salées constituent les principales matières premières des tanneurs européens. La deuxième source de matières premières est un produit intermédiaire (wet-blue). Les fournisseurs de wet-blue sont également des tanneurs qui ont organisé individuellement leur chaîne d'approvisionnement.

Toutefois, la situation varie considérablement d'un pays à l'autre. En Allemagne, aux Pays-Bas, en Espagne et au Royaume-Uni, les tanneurs ont dans une large mesure mis au point un approvisionnement en cuirs et peaux frais (ou réfrigérés). Ils achètent généralement directement de l'abattoir, une pratique qui permet une identification plus aisée de l'origine de la matière première. Parce que le traitement des peaux fraîches ou réfrigérées est plus susceptible d'avoir lieu notamment dans de grandes tanneries, il est probable que l'enquête ne rende pas compte de cette pratique de façon représentative.

2.4. N° de fournisseurs	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% entreprises
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%
over 50	0	0		0	1	0	1	0	0			2,7%

En moyenne, les tanneurs européens traitent principalement avec 10 à 20 fournisseurs différents. Seulement 15% de l'échantillon a plus de 20 fournisseurs et parmi ceux-ci, ceux qui traitent avec plus de 50 fournisseurs sont rares.

Près de 40% des tanneurs de l'échantillon ont un nombre inférieur de fournisseurs (entre 1 et 10). Avoir un petit nombre de fournisseurs est plus habituel pour les producteurs de cuir spécialisé. Au niveau européen, ce chiffre peut être quelque peu surestimé.

2.5. N° de commandes	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% entreprises
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%
+ 50	11	7	7	3	3	5	2	4	4			61,3%

La grande majorité des tanneurs européens font plus de 50 commandes de matières premières par an. Moins de 10% font moins de 20 commandes de matières premières.

Ces résultats révèlent la difficulté qu'ont les tanneurs européens pour gérer leur approvisionnement en matières premières et obtenir des lots cohérents pour leur production.

<b>2.6. Relation avec les fournisseurs (%)</b>	<b>IT</b>	<b>ES</b>	<b>FR</b>	<b>UK</b>	<b>DE</b>	<b>RO</b>	<b>SE</b>	<b>NL</b>	<b>PT</b>	<b>BG</b>	<b>LT</b>	<b>Moyenne calibrée%</b>
Stable	85	84	90	92	70	88.6	96	97	77	75	85	82
Occasionnelle	15	15	10	8	30	14.4	4	3	23	25	15	13

Les relations entre les tanneurs et leurs fournisseurs sont généralement stables. Néanmoins les tanneurs européens signalent également qu'ils ont besoin de compléter leurs achats auprès de leurs fournisseurs habituels par des commandes auprès de fournisseurs occasionnels.

<b>2.7. Importance des fournisseurs (%)</b>	<b>IT</b>	<b>ES</b>	<b>FR</b>	<b>UK</b>	<b>DE</b>	<b>RO</b>	<b>SE</b>	<b>NL</b>	<b>PT</b>	<b>BG</b>	<b>LT</b>	<b>Moyenne calibrée%</b>
Plus grands	75	57	54	94	60		48	84	30	35	50	66
Moins grands	25	43	46	6	40		52	16	70	65	50	31

Les fournisseurs de matières premières des tanneurs européens sont en moyenne de taille plus importante que ces derniers. Toutefois, ce n'est pas une caractéristique généralisée à travers l'Europe. Dans les pays comme le Portugal, la Bulgarie, la Suède ou même la Lituanie, les tanneries sont parfois de plus grande taille que leurs fournisseurs de matières premières.

Cette donnée est importante pour mesurer le pouvoir de négociation des deux côtés.

Cependant, la taille de l'entreprise n'est pas le seul paramètre pertinent entre le fournisseur et l'acheteur quand il s'agit d'évaluer la capacité des tanneurs à influencer la relation d'affaires. En plus de la taille des partenaires commerciaux, l'importance relative des achats joue aussi un rôle important, à savoir le poids relatif en termes d'affaires d'un client particulier dans les livres comptables du fournisseur.

Le nombre élevé de commandes couplé avec le grand nombre de fournisseurs et le fait que les fournisseurs sont généralement plus importants en taille que les tanneurs conduisent à conclure que le commerce des cuirs et peaux est un marché très fragmenté où les tanneurs individuels ont, en principe, un faible pouvoir de négociation avec leurs fournisseurs.

Les questions 2.8 et 2.9 ont trait à la capacité d'un tanneur d'identifier l'origine des cuirs et peaux achetées pour leur production.

<b>2.8. Identification de la source</b>	<b>IT</b>	<b>ES</b>	<b>FR</b>	<b>UK</b>	<b>DE</b>	<b>RO</b>	<b>SE</b>	<b>NL</b>	<b>PT</b>	<b>BG</b>	<b>LT</b>	<b>% entreprises</b>
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%

Une grande majorité de tanneurs européens sont à même d'identifier l'origine des matières premières qu'ils achètent.

<b>2.9. Identification de</b>	<b>IT</b>	<b>ES</b>	<b>FR</b>	<b>UK</b>	<b>DE</b>	<b>RO</b>	<b>SE</b>	<b>NL</b>	<b>PT</b>	<b>BG</b>	<b>LT</b>	<b>% entreprises</b>
Pays	12	10	12	5	6	7	4	3	10	2	1	<b>96,0%</b>
Abattoir	5	1	7	2	3	2	3	2	5	0	1	<b>41,3%</b>
Exploitation/troupeau	0	0	2	0	0	6	1	0		0		<b>12,0%</b>
Cohorte/lot	8	0	1	0	0	6	0	0		1		<b>21,3%</b>

Toutefois lorsque les tanneurs européens sont invités à être plus précis en ce qui concerne l'origine de leur approvisionnement en matières premières, il s'avère qu'ils sont en mesure d'identifier sans difficulté le pays d'origine, mais le pourcentage en mesure d'identifier l'abattoir descend en dessous de 50%. Les tanneurs capables d'identifier la ferme, le troupeau ou une cohorte d'animaux dont ils ont achetés les cuirs ou peaux sont en fait assez rares.

Les questions 2.10 et 2.11 abordent les communications des tanneurs européens avec la chaîne d'approvisionnement.

Les questions visent à déterminer si les tanneurs européens avaient ouvert des voies de communication avec les secteurs économiques qui gèrent les ressources naturelles et génèrent les cuirs et peaux.

<b>2.10 Communication</b>	<b>IT</b>	<b>ES</b>	<b>FR</b>	<b>UK</b>	<b>DE</b>	<b>RO</b>	<b>SE</b>	<b>NL</b>	<b>PT</b>	<b>BG</b>	<b>LT</b>	<b>% entreprises</b>
Abattoirs	8	7	10	1	5	4	3	2	5	2	1	<b>64,0%</b>
Sociétés de transport animal	1	1	4	0	0	0	3	0		0		<b>12,0%</b>
Éleveurs	2	2	5	0	0	0	2	0		2		<b>17,3%</b>

Les tanneurs européens indiquent dans leurs réponses qu'ils communiquent de façon significative avec les abattoirs, les générateurs réels des matières premières. Les communications avec le secteur de l'élevage sont nettement inférieures et celles avec les entreprises de transport des animaux le sont encore moins.

Cette tendance reflète la distance qui sépare les tanneurs des opérateurs directement impliqués dans la gestion des animaux.

<b>2.11 Moyens de communication</b>	<b>IT</b>	<b>ES</b>	<b>FR</b>	<b>UK</b>	<b>DE</b>	<b>RO</b>	<b>SE</b>	<b>NL</b>	<b>PT</b>	<b>BG</b>	<b>LT</b>	<b>% entreprises</b>
Électronique	10	7	9	2	3	3	4	4	5	2		<b>65,3%</b>
Papier	7	3	5	1	2	1	2	4		0	1	<b>34,7%</b>
Contact personnel	9	6	10	2	2	6	4	4	5	2	1	<b>68,0%</b>
Autres	0	0	0	0	1	0	1	0		0		<b>2,7%</b>

Les moyens de communication électroniques modernes et les contacts personnels sont les moyens privilégiés de communication entre les tanneurs européens et leurs fournisseurs.

### Section 3. Comment organiser un mécanisme de garantie fiable ?

Cette section du questionnaire aborde l'avis des tanneurs européens en ce qui concerne la recherche d'une solution pratique pour répondre d'un côté aux préoccupations du public et de l'autre aux pressions des clients en ce qui concerne l'approvisionnement en matières premières.

Les tanneurs peuvent donner des garanties sur l'origine des cuirs et peaux à leurs clients et au public en général, pour autant qu'ils puissent obtenir les informations pertinentes, mais nous avons vu dans les sections précédentes qu'il n'était pas facile d'aller au-delà de l'abattoir. Cependant, d'autres considérations sont particulièrement pertinentes dans ce contexte:

- Les informations commerciales confidentielles ; les tanneurs en général, et les tanneurs européens en particulier sont logiquement réticents à divulguer leurs sources d'approvisionnement car une transparence complète les rendrait plus vulnérables vis-à-vis de leurs concurrents.
- La divulgation de la chaîne d'approvisionnement n'empêche pas nécessairement la survenance de situations contraires à l'éthique.

Les réponses des tanneurs européens devraient révéler le type de solution de gestion qui combine crédibilité, fiabilité, mais aussi confidentialité.

#### 3.1. Comment organiser un mécanisme de garantie fiable ?

Afin de donner des garanties sur les aspects concernant les matières premières d'un tanneur, celui-ci aurait besoin d'obtenir des garanties parallèles auprès de son fournisseur. Le fournisseur peut fournir des garanties sur les tâches qui lui sont échues, mais pas nécessairement sur les circonstances entourant son prédécesseur. Pour ce faire, le fournisseur devra obtenir l'assurance de son propre fournisseur et ainsi de suite jusqu'à la naissance de l'animal.

Les tanneurs européens ont été invités à noter de 1 à 5 un certain nombre d'options de gestion proposées, où 5 correspond à l'option considérée comme la meilleure, et 1 à l'option la moins adéquate. La même note ne pouvait pas être répétée.

<b>3.1. Quel mécanisme (Moyenne 1-5)</b>	<b>IT</b>	<b>ES</b>	<b>FR</b>	<b>UK</b>	<b>DE</b>	<b>RO</b>	<b>SE</b>	<b>NL</b>	<b>PT</b>	<b>BG</b>	<b>LT</b>	<b>Moyenne calibrée</b>
Une norme établissant un modèle de déclaration volontaire des fournisseurs	2,8	2,82	3,2	4	2,3	2,4	3,75	3	4	5	4	3,0
Une clause contractuelle dans le contrat de vente	3,7	3,27	3,2	3,4	2,6	3,86	3,75	3,5	4,1	5	5	3,6
Un engagement sociétal public de l'entreprise	2,3	2,27	2,3	1,4	2,4	3	2,5	2,75	1,3	3	2	2,3
Un Code de Conduite sectoriel des parties prenantes	2,8	2,09	2,9	1,8	2	3,43	3,25	3,5	3,5	2	3	2,7
Autre	0,6	0,09	0,4	0	0,7	0,14	0	1,25	2,1	0	1	0,5

L'option préférée des tanneurs européens est de consacrer leurs principes et valeurs éthiques dans une clause contractuelle pour leurs contrats d'approvisionnement. Une telle clause viserait à faire en sorte que certains écarts de conduite contraires à l'éthique



ne se produisent pas, décalant ainsi la responsabilité de garantie de l'approvisionnement à son partenaire d'affaires.

La deuxième option préférée est de négocier une norme d'auto-déclaration par le fournisseur. Une telle auto-déclaration constitue un engagement unilatéral du fournisseur d'offrir des matières premières produites selon un ensemble prédéterminé de circonstances.

La troisième option que les tanneurs européens souhaiteraient est un "Code de conduite multi-parties". Un tel système de gestion nécessite la coopération des divers acteurs concernés dans la chaîne d'approvisionnement des cuirs et peaux et l'adhésion de toutes les parties concernées par sa mise en œuvre au niveau des entreprises. Des systèmes de ce type fonctionnent généralement sur une base d'audit et de certification.

Un engagement sociétal public de la part des fournisseurs a obtenu une note inférieure à la moyenne, ainsi que d'autres options.

## Section 4. Comment fournir un mécanisme de garantie fiable au public ?

Indépendamment de tout système de gestion de garantie possible, le questionnaire visait à analyser l'opinion des tanneurs européens en ce qui concerne les moyens réels de traçabilité des cuirs et peaux qui pourraient rendre tout mécanisme de garantie crédible aux yeux des clients et des consommateurs.

Diverses options ont été proposées pour être évaluées par les répondants. Ceux-ci se référaient à deux aspects:

- l'instrument réel pour parvenir à un degré raisonnable de certitude de bonnes pratiques (éthiques), et
- la vérification de la conformité, à savoir l'audit et la certification.

### 4.1. Comment fournir un mécanisme de garantie fiable au public ?

Les tanneurs européens ont été invités à noter de 1 à 5 une liste d'options proposées, où 5 correspond à la meilleure option selon leur point de vue et 1, la moins bonne. La même note pouvait être répétée.

4.1. Assurance crédible pour le public (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Weighted average
Une étiquette identifiant l'origine de chaque cuir et peau	3	3,64	4,4	1,6	3,8	2,43	3	2,75	4,7	2,5	5	3,2
Une documentation papier pour les lots	2,6	3	2,5	3,2	2,6	2,57	3	3,25	0	2	4	2,6
Une déclaration volontaire des éleveurs	2,1	2,18	2,2	0,4	1,1	0,86	3,25	2	3,1	2,5	3	2,0
Abattoirs	2,1	1,91	1,9	1,8	1	2,14	3,25	2	0	5	4	2,0
Fournisseurs	2,3	2,27	1,9	2	0,8	1,86	3,5	2,75	0	5	4	2,2
Une certification des troupeaux	2,8	2,73	2,2	0,4	1,3	0,71	4,25	2,25	3,8	3,5	3	2,5
Abattoirs	2,9	3,18	2,1	1,4	2,1	1,86	3,75	2,25	0	5	4	2,7
Fournisseurs	3,2	3,55	2	1,6	1,7	1,29	3,75	3,25	0	4,5	4	2,8
Une "liste noire" de fournisseurs	3,2	2,18	2,6	1,6	3,1	4,29	3,25	4,5	2,1	4	1	2,9
Une liste de "bons" fournisseurs	3,5	1,91	2,2	2,4	2,3	4,57	3,75	4,5	1,4	5	5	3,1

D'après leur option préférée, les tanneurs européens seraient favorables à un système où ils pourraient obtenir l'information présente sur les étiquettes d'oreille d'animaux de boucherie européens - élevés, transportés et abattus selon un ensemble de spécifications juridiques, notamment dans le domaine de la protection des animaux. En effet, un tel mécanisme donnerait au tanneur une image claire de chaque cuir ou peau européen entrant dans sa production. Les tanneurs européens qui ne travaillent que matières premières européennes seraient habilités à donner certaines garanties claires à leurs clients et au public en général en ce qui concerne le code d'éthique qui sous-tend les méthodes de production et des pratiques européennes.

Toutefois, un tel mécanisme de "tag" ne résout pas tous les problèmes puisque les cuirs et peaux ou le wet-blue importés de pays tiers ne seraient pas couverts.

La deuxième option que les tanneurs européens souhaiterait serait d'avoir la possibilité de discriminer collectivement les «bons» et les «mauvais» fournisseurs en les choisissant dans une liste.

La certification des fournisseurs, des abattoirs ou des troupeaux a également reçu un soutien raisonnable.

L'option suivante envisagée par les tanneurs européens pourrait être un système papier pour les lots. Les tanneurs qui travaillent les cuirs et peaux frais et salés reçoivent de la part de leurs fournisseurs un document sanitaire obligatoire attestant que l'animal dont il reçoit la peau a été inspecté avant l'abattage (et dans certains cas également après l'abattage) et a été considéré comme apte à la consommation humaine. Pour les importations en provenance des pays tiers, la déclaration diffère légèrement, mais garde une valeur équivalente. Toutefois, ces documents ne révéleraient pas beaucoup d'informations supplémentaires sur les conditions éthiques et le traitement de la matière elle-même, mais ils fourniraient certains éléments utiles sur lesquels baser des garanties, par exemple le pays d'origine de la matière première.

Les options suggérant un mécanisme d'auto-déclaration par les fournisseurs, les abattoirs ou de fermes ont obtenu le soutien le plus faible. En effet, l'auto-déclaration n'implique pas nécessairement un engagement et différents systèmes d'auto-déclaration ne sont pas nécessairement cohérents dans leur couverture, ce qui rend un tel mécanisme très difficile à gérer. Il présenterait également une certaine faiblesse en termes de crédibilité puisqu'il serait exclusivement fondé sur la "bonne foi".

#### 4.2. Comment le respect de ces normes devrait-il être contrôlé ?

La dernière question portait sur les options possibles pour vérifier la conformité aux normes. Les tanneurs européens ont été invités à évaluer un certain nombre d'options proposées, où 5 correspondrait à la meilleure option et de 1 à la moins bonne. Les répondants pouvaient répéter la même note.

4.2. Type d'audit (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Moyenne calibrée
Par les acheteurs	2,5	2,73	3,5	3,2	2,1	2,71	2	2,5	1,7	4	2	2,6
Par un tiers : services vétérinaires/sanitaires	3,6	2,36	3,1	2,2	2,4	2	4,25	2,75	1,8	4	5	3,1
ONG	2,6	1,36	2	1	1,3	1,14	2	3,25	2,7	1,5	1	2,1
Centres techniques	2,8	3,09	3,2	1,6	1,6	2,14	4	4	4,2	2	4	2,8
Autres	0,6	0,09	0	0,4	0,14	0,14	0	0,75	0	2,5		0,4
Conjointement par les institutions sectorielles et les parties concernées	2,6	3,27	2,9	1,4	2,8	3,14	4	2,5	4,8	2	3	2,8

L'option préférée des tanneurs européens serait un organisme indépendant, c'est à dire une partie tierce qui vérifierait la conformité vis-à-vis des normes élémentaires de production éthiques. Pour eux, les services vétérinaires / sanitaires devraient vérifier également que les fournisseurs des animaux et les abattoirs fonctionnent selon des règles sociales, environnementales et de bien-être des animaux.

Selon les tanneurs, les centres techniques européens pourraient aussi développer ce rôle.

Après les centres techniques, les tanneurs européens estiment que les institutions représentant les différentes parties prenantes pourraient mettre en place un mécanisme de suivi.

La dernière option à obtenir un score plus élevé que la moyenne est un système d'audit effectué par l'acheteur, c'est à dire où le tanneur ou son représentant se rend en fait chez son fournisseur pour vérifier si ses exigences en termes d'éthique sont remplies, ce qui donnerait une base pour les garanties avec lesquelles il vend son cuir.

## **Partie III: Conclusions & Recommandations**

### **1. Conclusions**

Les consommateurs exigent de plus en plus de garanties que les produits qu'ils achètent ne sont pas seulement adaptés à leur fonction, mais aussi qu'ils sont sûrs et produits dans de bonnes conditions tout au long de leur cycle de vie. Les infractions contre les valeurs sociales, environnementales ou éthiques stigmatisent le produit et le producteur aux yeux de consommateurs qui privilégient de plus en plus des habitudes de consommation durables.

Les tanneurs européens reconnaissent que les consommateurs et les clients se soucient de ce qui se passe avant que les peaux soient générées dans les abattoirs.

Les réponses des tanneurs européens indiquent que les consommateurs ont tendance à ne pas garder longtemps en mémoire leur inquiétude au sujet d'un « scandale » particulier et que leurs clients exigent une attitude proactive de plus en plus généralisée de la part des fournisseurs de cuir.

Les effets indésirables de nouvelles sensationnalistes dans les médias sont la plupart du temps perçus par les tanneurs dans le domaine de l'image publique de l'entreprise ou du secteur, plutôt que dans des effets économiques concrets ou des répercussions sur les ressources humaines.

Les tanneurs européens sont intéressés par une attitude plus proactive en matière de transparence et de traçabilité, mais reconnaissent aussi les difficultés pratiques de mise en œuvre d'une stratégie particulière. La nécessité de protéger les renseignements commerciaux confidentiels, d'une part et l'implication des parties prenantes d'autre part doivent être prises en compte.

### **2. Recommandations**

La grande majorité des produits en cuir commercialisés sur le marché de l'UE sont importés, principalement de pays où les normes sociales, environnementales ou éthiques ne sont pas toujours respectées. L'image du cuir dans la mentalité collective est conditionnée par l'information qui arrive sur le marché à partir de pratiques dans des lieux éloignés qui n'ont rien à voir avec celles qui prévalent dans l'industrie du cuir européenne. Le cuir en tant que tel souffre de cette mauvaise d'image.

Dans un tel contexte, les partenaires sociaux de l'industrie européenne du cuir proposent les recommandations suivantes:

1. La confiance des consommateurs dans le cuir en tant que matériau durable doit être renforcée par un effort concerté de la chaîne de valeur européenne du cuir, où les différents maillons de la chaîne d'approvisionnement jouent leur rôle respectif pour fournir un système complet.
2. Les consommateurs doivent être informés des valeurs distinctes des entreprises européennes en cuir pour leur permettre de faire des choix éclairés.  
L'environnement réglementaire européen relatif aux aspects vétérinaires /

sanitaires des cuirs et peaux et au bien-être animal doit être exploré pour évaluer sa capacité à servir de base sur laquelle construire un système de garantie de bonne pratique.

3. Un système qualifié de marquage d'origine des produits en cuir (origine de l'article + origine du cuir) pourrait donner aux consommateurs européens des informations précieuses sur lesquelles fonder leurs décisions d'achat.
4. Les mécanismes et le contenu de clauses dans les contrats d'approvisionnement des matières premières des tanneurs devraient être développés et testés dans la chaîne de valeur au moins jusqu'aux abattoirs.
5. Les pratiques qui pourraient constituer une cause de préoccupation dans les pays tiers doivent être surveillées et les pays fournisseurs devraient être classés de manière à fournir aux opérateurs européens des orientations sur les origines fiables de cuirs et peaux.
6. La normalisation d'un système de gestion de traçabilité qui assure la protection des informations commerciales confidentielles tout en offrant une transparence raisonnable sur les aspects de RSE pertinents dans la chaîne de valeur devrait être explorée plus avant.