



Öppenhetsprincipen om hudar och skinns ursprung
VS/2011/0145

Europeisk rapport

Tack

COTANCE framför sitt tack till ETUF:TCL för ett utmärkt samarbete och delaktighet i detta av EU sponsrade projekt. Besjälade av serviceanda till sin bransch har företagen och dess anställda — båda arbetsmarknadsparterna i den europeiska läderindustrin — genomfört en perfekt dialog på samtliga nivåer samt har man genom aktivt gett stöd från sina medlemmar genomfört ett projekt omfattande forskning, analyser och utbyte avseende öppenhet och spårbarhet inom leverantörskedjan för hudar och skinn. Tillgång till nödvändig information för ytterligare åtgärder inom detta viktiga område för branschens hållbara utveckling har härigenom erhållits.

Deltagarna i detta projekt framför särskilt sin tacksamhet till samtliga företag och anställda som gett sitt stöd och bidragit till alla aktiviteter.

Slutligen framför COTANCE och ETUF:TCL tack till Europeiska Kommissionen och särskilt Generaldirektoratet för sociala frågor för det ekonomiska bidrag som projektet har erhållit.

Bakgrund

Fastän läder som material har en särskild dragningskraft, är det ett faktum att garvning fortfarande av allmänheten uppfattas som synonymt med smuts, dålig lukt, föroreningar, dåliga arbetsförhållanden eller djurmisshandel, vilket särskilt uppmärksammats i aktivistkampanjer. För dessa aktiviströrelser är syftet viktigare än medlen. Påståenden i strävan efter objektivitet är ofta partiska, falska eller missledande när det gäller förhållanden i Europa. Sorgliga bevis indikerar dock att det finns allvarliga problem i vissa delar av branschen, särskilt i lågkostnadsländerna. Låga kostnader är ofta synonymt med låg social standard och låg miljöstandard.

Rubriker i media som "Gift i läder" eller "Mest förorenade industrin" predisponerar konsumenterna emot läder. Den skada som detta orsakar branschen påverkar europeiska företag och dess anställda då deras nyttiga roll i och bidrag till samhället inte erkänns, utan värre; ofta misskrediteras.

Den europeiska läderindustrin är ett offer för den bild som ges av aktivistorganisationer och media. Det bör noteras att inte alla garverier i Europa har uppnått högst standard i alla avseenden vad gäller hållbar utveckling samt att förbättringar här och där är nödvändiga eller önskvärda. Totalt sett innehar emellertid Europas läderindustri den världsledande positionen vad gäller sociala och miljömässiga värden samt generellt vad gäller CSR-värderingar, principer och praxis.

Introduktion

COTANCE och ETUF:TCL har påtalat läderindustrins image i ett antal gemensamma projekt sedan millennieskiftet som deltagare i Arbetsprogrammet för social dialog.

Varför öppenhet och spårbarhet i leverantörskedjan för hudar och skinn? Vilket samband har detta med branschens image?

Garverier förädlar ett produktionsavfall från en annan bransch och överför detta till ett material med unika egenskaper och tilltalande utseende. Det är människornas matvanor som ger garveriindustrin råvaror. Djur slaktas för produktion av kött. Det finns inga djur som skulle räddas från slakt även om det inte fanns någon efterfrågan på läder. Hudar och skinn är biprodukter och garverierna har ringa eller ingen påverkan alls på policys och praxis uppströms i leverantörskedjan.

Människor, särskilt i mogna ekonomier, har ett ökande intresse av att få veta mer om produkter vad gäller sociala och miljömässiga aspekter och detta gäller produktens hela livscykel; från "vaggan till graven".

Fastän läderindustrins systemgränser börjar i och med att djuren flås på slakterier, förknippar vi djurhud med läder och associerar djuruppfödning med läderproduktion.

Det finns vissa aspekter på djuruppfödning, vilka föregår början av hudars och skinns livscykel, men som orsakar oro i samhället. Dessa aspekter avser klassiska sociala och miljömässiga frågor som respekt för grundläggande arbetsnormer och ansvar för miljön, men också mer på senare tid djurskydd vad gäller uppfödningsskikt, djurtransporter och humana slaktmetoder.

Dåliga metoder för uppfödning, vid transport och slaktning lastar dessvärre djurrättsaktivister utan skrupler på läderindustrin. Härigenom sprids den falska informationen att metoderna tillämpas på grund av att läder tillverkas och används.

Lyckligtvis tillämpas i Europa ett rättssystem som säkerställer att dåliga metoder inom jordbruks- och köttindustrin, i de fall de uppstår, utgör undantag. Dock är nödvändigtvis inte fallet så i övriga länder och särskilt i utvecklingsländerna där köttproduktionen har växt explosionsartat jämfört med industriländerna.

Enligt statistik från FAO passerade utvecklingsländerna industriländerna vad gäller produktion av nöthudar i slutet 1990-talet och i början av 2000-talet vad gäller produktion av får- och getskinn. Det finns länder vars tillkortakommande ständigt uppmärksammas av media, särskilt vad gäller djurskydd och hud- och skinnproduktion.

Europeiska garverier som använder råvaror från främmande länder utsätter sig för en allt större risk för att bli offentligt stigmatiserade för frågor som är utanför deras kontroll.

Europas arbetsmarknadsparter beslutade 2011 att tillsammans genomföra ett projekt för att utreda

- vilken effekt nyheter i media har på industrins image,
- tillgänglig teknik för identifiering av råvarans ursprung och
- branschens uppfattning om nyutveckling av instrument för skydd av europeiska garverier och deras anställda mot orättvis kritik.

Det övergripande målet är att förse båda parter inom läderindustrin med underlag för utarbetande av rekommendationer till ytterligare åtgärder inom detta område.

Denna rapport presenterar, genom ett representativt urval av europeisk läderindustri, analyser och tolkningar efter genomförd kartläggning avseende öppenhet och spårbarhet.

Del I: Urval

COTANCE skulle inom projektets ramar genomföra en enkät hos garverierna i 12 av EUs medlemsländer.

Europas arbetsmarknadsparter överenskom om en enkät (bilaga 1), vilken översattes till de olika språken i de länder som deltog.

De nationella branschorganisationerna i de 12 deltagande länderna inbjöds att genomföra enkäten hos ett representativt urval av respektive lands garverier.

Land	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	TOTALT
Antal svarande	12	11	12	5	7	7	4	4	10	2	1	75
% av nationell produktion	10%	22%	60%	65%	60%	23%	100%	80%		40%	80%	
Koefficient EU	15	4	2	2	2	1	1	1	1	0,5	0,5	30

Enkäten genomfördes i början av 2012.

75 företag i 11 medlemsländer besvarade enkäten.

Varje lands svar sammanställdes därefter i en nationell rapport.

För att analysera data på europeisk nivå vägdes de nationella svaren relativt med hjälp av koefficient som återspeglar den specifika vikten.

Garverierna inbjöds även att identifiera sina respektive lädersegment för att kunna utvärdera resultatens samstämmighet med hela branschen.

Land	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	P	BG	LT	Totalt företag	% företag
Skor	8	8	8	4	4	5	2	3	6	1	1	50	66,7%
Lädervaror	8	9	11	4	2	5	2	3	1	0	1	46	61,3%
Konfektion/handskar	3	6	6	3	1	5	2	1	2	1	0	30	40,0%
Möbel	2	2	3	0	3	1	2	2		0	0	15	20,0%
Bil/Flyg	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%
Övrigt	1	2	9	2	2	5	2	0		0	0	23	30,7%

Ovanstående tabell visar att garverierna generellt levererar till mer än ett segment.

Resultatet är representativt för europeisk läderindustri.

Del II: Frågor och svar

Sektion 1. Hur uppfattas frågan som sådan av industrin?

Ett antal frågor avseende konsumenternas uppfattning om läder/garverier när det gäller socialt och miljömässigt ansvar i samband med hudar och skinns ursprung, dvs. barnarbete, global uppvärmning, djurskydd...

Svaren från de europeiska garverierna är naturligtvis en subjektiv uppfattning om konsumentens reaktion på "nyhetsskandaler" om hudar och skinns leverantörskedja då garverier inte har något direkt förhållande till dem. Dessutom kan garverierna ha helt olika preferenser när svaren avges. Resultatet är därför inte representativt för en viss "skandal", utan för en typisk situation där "läder och garverier hålls ansvariga för något som i princip står utanför deras kontroll".

Garveriernas uppfattning kan betraktas som en indikator för den empati som garvarna i Europa har med allmänheten.

1.1. Enligt din erfarenhet, vilka nyheter om förhållanden vid anskaffning av hudar och skinn skulle chockera konsumenter?

Tabellen visar resultaten i rangordning:

Land	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU
1.1. Chockerande (rangordning)												
Barnarbete i samband med hudar o skinn	4	1	1	5	1	4	1	1	1	1	1	1
Dålig arbetsmiljö i slakterier	5	3	3	4	6	3	4	2	3	5	2	3
Tvångsarbete på gårdar	6	7	3	6	3	4	3	1	6	4	3	5
Skövling av regnskog för betesmark	4	4	5	7	4	5	3	3	8	3	3	4
Kemikalierisker	2	5	6	6	6	1	5	4	7	2	3	3
Vanvård av djur på gårdar	3	6	4	2	5	3	2	1	4	1	2	2
Vanvård och misshandel av djur i samband med transport till slakteri	3	6	3	1	2	2	1	2	5	1	3	2
"Icke-humana" slaktmetoder	1	2	2	3	5	2	4	1	2	2	2	1

Sammanfattning på europeisk nivå:

1. Barnarbete i samband hudar och skinn utgör tillsammans med "icke-humana" slaktmetoder de förhållanden som garverierna anser vara mest chockerande för konsumenten.
2. Därefter följer förhållanden avseende djurskydd på andra plats och på tredje plats arbetsförhållande och kemikalierisker.

Det är tydligt att garverierna uppfattar förhållanden som särskilt chockerande för konsumenter när det avser försvarslösa individer såsom när barn och slaktboskap behandlas illa i samband med ekonomiska verksamheter.

1.2 – 1.4. Anser du att konsumenter bryr sig om mediernas skandalartiklar om ekonomiska aktörers oansvarighet i leverantörskedjan vad gäller sociala eller miljömässiga aspekter?

Europeiska garverier ombads att ange hur mycket konsumenten minns av det negativa intrycket om de svarat att konsumenten bryr sig.

Om svaret var “de bryr sig och kommer ihåg”, fick de ange hur de trodde att konsumenterna skulle reagera.

1.2. Uppfattning hur konsumenterna bryr sig (% of svarande)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (genomsnitt)
De bryr sig	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. Uppfattning hur mycket av det negativa intrycket som konsumenten kommer ihåg(% of svarande)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	Lt	EU (genomsnitt)
De bryr sig, men glömmer	100,0	18,2	16,7	60,0	42,9	28,6	25,0	25,0	10,0	0,0	100,0	38,8
De bryr sig och kommer ihåg		72,7	50,0		42,9	28,6	75,0	50,0	30,0	50,0		36,3
1.4. Uppfattning hur konsumenten reagerar (% av svarande som tror att konsumenter kommer ihåg det negativa)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (genomsnitt)
De söker efter försäkran/garanti		50,0	57,1		33,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		64,0
De bojkottar läder		50,0	42,9		66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		16,0

Europeiska garvare anser att konsumenter definitivt inte är okänsliga för etiska frågor i leverantörskedjan, särskilt frågor som är hänförliga till hudar och skinns leverantörskedja.

När det gäller vad konsumenten kommer ihåg har europeiska garvare skilda uppfattningar. I vissa länder, som Italien, Litauen och England, anser garverierna att konsumenterna tenderar att inte minnas en skandal i leverantörskedjan under en lång tid. Andra marknader verkar ha en motsatt uppfattning; att ett betydande antal av konsumenterna är berörda av dessa frågor.

I huvudsak anser europeiska garverier att konsumenter som berörs söker garantier hellre än att uttrycka sitt missnöje genom sanktioner.

Icke desto mindre är det mycket viktigt att notera att Europas viktigaste marknad Tyskland rapporterar en kritisk radikalisering i konsumenternas beteende, vilket även rapporteras av garvare i Spanien och Frankrike, vilka också är viktiga konsumentmarknader.

1.5.- 1.6. Hur tolkar dina kunder denna typ av samhällsliga intressen?

När det gäller kunder, är det inte subjektiva uppfattningar om uppförande som i föregående frågeställningar. Här baseras garveriernas uppfattning på erfarenhet av kundreaktioner.

Europeiska garverier inbjöds att i procent gradera olika påstående, t.ex. 80% av kunderna överför inte aktivt sådan oro. För uppföljning av vilken typ av reaktion ombads de att summan skulle vara 100%.

1.5 Tolkning av kundreaktion (kryssa i)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (vägt genomsnitt)
De är oroliga (% av svaren)	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 Ange procent för:	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (vägt genomsnitt)
Överför inte sådan oro aktivt	65	67	37	77	41	95	56	70	73	90	25	63,3
Kontaktar leverantörer	17	15	23	4	25	2,7	14	20	15	10	70	16,9
Specifika krav	17	17	40	18	34	2,3	30	10	12		5	18,6
Övrigt	2,1	1		1	0	0	0	0	0			1,3

Övervägande andelen av garveriernas kunder uttalar sin oro till läderleverantörerna när media rapporterar om oetiska förhållanden i hudar och skinns leverantörskedja. Enbart garvarna i Bulgarien och Rumänien verkar ha en annan uppfattning.

Europeiska garverier anser att deras kunder i allmänhet inte överför sin oro aktivt. Högre nivå på kundreaktioner noteras i Frankrike, Tyskland och Litauen.

Den vanligaste reaktionen från kunderna gentemot läderleverantörerna är att de överför sina principer och värderingar. Detta kan uppfattas som ett behov; garanteras att produkten motsvarar dessa principer och värderingar.

Mer än 1/3 av europeiska garveriers kunder överför sina etiska värderingar till leverantörskedjan. Nästan 1 av 5 ställer specifika krav i form av garantier, medan 1/6 medvetandegör leverantören om sina värderingar.

1.7. Vem skadas när media presenterar en skandal i lädersektorn?

Europeiska garverier ombads rangordna olika påstående från 1 till 5, där 5 var mest skada och 1 minst skada. Denna fråga bidrar till förståelse i vilken omfattning garverierna i Europa uppfattar sig själva som offer för allmänhetens reaktion på en skandal som inte direkt berör garvarna. Svaren kan även visa hur europeiska garverier själva tar ansvar för en skandal som omfattar andra i branschen.

1.7 Vem skadas (1-5 genomsnitt)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (väg genomsnitt)
Läderindustrin	2,8	3,91	3,6	2,2	3,8	2,7	3,25	2,75	4,6	5	4	3,2
Hela lädersektorn i det berörda landet	3,3	4,09	3,8	2,4	4	2,8	4,5	3,5	4,9	5	3	3,5
Undersegment	2,3	2,55	3,4	1,8	3,3	1,6	2,5	3,25	3,3	4	2	2,5
Undersegment i det berörda landet	3,2	2,45	2,8	2	3,4	2,1	3,5	3,5	3,3	4	1	3,0
Företag	4,4	3,18	3,3	3	4	4	4,75	4,25	3,4	5	5	4,0

Europeiska garverier anser att företaget som har direkt samband med det oetiska uppförandet skadas mest. Därefter, anser man, att allmänheten associerar dåligt uppförande till lädersektorn i det aktuella landet. Dessa två motsatta effekter följs tätt av att hela läderindustrin påverkas.

Undersegment som produkt eller lädertyp verkar, enligt europeiska garverier, vara av mindre betydelse för allmänheten. Antagligen är denna uppfattning mer en professionell bedömning som inte nödvändigtvis är allmänhetens.

Det kan konstateras att garverierna i Europa i hög grad ser sig som ett kollektiv. De anser sig vara en del av ett globalt samhälle där dåligt uppförande av någon till viss del påverkar hela gruppen.

1.8. Efter en skandal i media där läder och dess råmaterial är inblandat, men inte ditt företag; vilka konsekvenser befarar du för ditt företag och dina anställda?

Europeiska garverier ombads rangordna olika påståenden från 1 till 5, där 5 var det som befarades mest och 1 det som minst befarades.

Frageställningen bidrar till förståelse för praktiska problem som europeiska garverier tvingas hanteras vid en media-attack.

1.8. Befarade konsekvenser (1-5, genomsnitt)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (vägt genomsnitt)
mindre order	2	2,27	2,6	1,8	2,1	2,2	2,5	1,75	4,2	4	4	2,2
annullerade order	1,3	1,73	2,3	1	1,4	1	2	1,5	3,4	0,5	1	1,5
reducerade ordervolymer	1,7	2,36	3,3	1,8	2,3	2	3	1,75	4	4	3	2,1
färre sökande vid rekrytering	1,1	1,27	2,2	1,4	2	1	2	1,75	2,6	2	2	1,4
får inte personal till ledande positioner	1,3	1,27	1,9	1,4	2	1,3	2,75	1,5	2,5	3	2	1,5
stressade och oroliga anställda	1,3	1,09	1,8	1,4	1,8	1,3	2,75	1,5	2	2,5	3	1,5
personal slutar på grund av etiska värderingar	1,1	1,18	1,5	1	1,6	1	1,25	1,25	1,4	1	1	1,2
varumärket förlorar i värde	1,8	2,27	2,3	1,8	2,4	2,1	2,75	1,75	2,9	3	3	2,1
förlorat anseende som garvare i närområdet	2,5	2,82	2,6	1,8	3,1	2,1	2	2	4,2	4	4	2,6
myndighetskontroller	2,5	3,36	2,8	2,8	3,6	2,3	1,5	2,25	4,5	2	3	2,7
press och attacker från frivilligorganisationer	2,2	2,36	2,9	2,2	3,4	1,3	3,5	2,5	4,7	2,5	3	2,5
övrigt:.....	1	0		0	0	0,14	0	0	0	0		0,5

Den generellt låga rankingen som europeiska garverier ger de olika påståendena indikerar att de inte befarar någon av dem särskilt mycket som en konsekvens för det egna företaget.

Den högst rangordnande risken är frågan om prestige ur myndigheternas synpunkt — vilka kan vilja kontrollera om liknande dåliga förhållanden förekommer i landet/regionen — eller sett ur allmänhetens synpunkt, till vilka företaget eventuellt måste ge viss motivering.

Dessa två påståenden följs tätt av oron för attacker från aktivistgrupper, medförande olägenheter i tid och kraft som ska läggas på PR-aktiviteter för allmänheten, vilket är ovant för garverierna med deras position i värdekedjan (B2B).

Ekonomiska konsekvenser som mindre eller annullerade order anses vara en låg risk, och rangordnas efter konsekvenser för imagen. Konsekvenser ur personalsynpunkt anses vara minst realistiskt.

Sektion 2. Hur ska hudar och skinns ursprung identifieras?

Denna sektion i enkäten visar europeiska garveriers val av leverantörer av hudar och skinn.

2.1. Råvara (kryssa i)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% företag
Nötboskap		5	4	4	4	4	2	3	8	1	1	48,0%
Kalv		3	4	1	1	4	0	1	5	1		26,7%
Får		6	3	1	0	4	1	0	2	2		25,3%
Get		4	1	0	0	1	0	0	1	1		10,7%
Övrigt		2	1	1	1	0	1	0	0	0		8,0%

Vilken typ av råvara garverierna i enkäten använder visar det globala läget i Europa där nötboskap dominerar produktionsvolymen.

2.2. Ursprung (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Vägt genomsnitt %
Inhemsk	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
Övriga Europa	3,4	16,8	0	0	5	10	14	20,0	15	3		6,3
Utom EU	48,9	17	28	36,5	1	20	6	10,0	15	10	20	33,3

Europeiska garverier får sina råvaruleveranser huvudsakligen från den europeiska kontinenten, men är beroende av leveranser från länder utanför EU. Inhemska leveranser måste alla länder kombinera med övriga länder i Europa. Handel av hudar och skinn inom EU är dock viktig för europeiska garverier.

Italiens situation bör noteras. Italien är beroende av europeiska varor och mer än övriga länder i Europa beroende av leveranser från länder utanför EU. Detta beror på läderindustrins storlek i Italien, vilken utgör ca 60% av Europas läderproduktion och ca 15% av världens läderproduktion. Inhemska leveranser av hudar och skinn utgör enbart 5% av råvaruleveranserna. Med en varierande beroendegrad, kan inte någon nationell lädersektor i Europa verka utan leveranser av råvaror från länder utanför EU.

Ca 70% av råvaruleveranserna till europeiska garverier kommer från Europa. Denna bild av europeiska garverier är betryggande för allmänheten då oetiskt uppförande i hudar och skinns leverantörskedja förhindras effektivt av lagar i Europa.

2.3. Status (procent)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Vägt genomsnitt %
Färsk	3,6	24	3	18	49	4,3	7,5	33	10			11,5
Torkade	3,6	0	0	0	0	0	0	0	0	10		2,0
Saltade	37	30	68	2	29	69,7	80	18	43	50	100	38,6
Kalkade/Picklande	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

Saltade hudar och skinn utgör huvudparten av råvara hos europeiska garverier.

Den näst största råvaran hos europeiska garverier är ett halvfabrikat (wetblue). Leverantörer av wetblue är också garverier.

Situationen varierar emellertid mycket från land till land. Europeiska garverier i Tyskland, Holland, Spanien och England har till stor del utvecklat leveranser av färska (eller kyllda) hudar och skinn, vilka de köper direkt från slakterierna. Härigenom underlättas identifieringen av ursprung. På grund av att färska eller kyllda hudar till största del används av större garverier är det sannolikt att tabellen nedan visar omfattningen av detta.

2.4. Antal leverantörer (kryssa i)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% företag
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%
mer än 50	0	0		0	1	0	1	0	0			2,7%

Europeiska garverier gör affärer i genomsnitt med 10-20 leverantörer. Enbart 15% har fler än 20 leverantörer, och de som har fler än 50 leverantörer är exceptionella.

Nästan 40% av garverierna har ett litet antal leverantörer (mellan 1-10). Ett litet antal leverantörer är typiskt för nischade lädertillverkare. På en europeisk nivå kan denna siffra vara något överskattad.

2.5. Antal order (kryssa i)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% företag
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%
mer än 50	11	7	7	3	3	5	2	4	4			61,3%

Majoriteten av europeiska garverier har fler än 50 order/år på råvaror. Mindre än 10% har under 20 order/år.

Detta visar på svårigheterna för europeiska garverier att hantera sina leveranser av råmaterial och göra sammanhängande produktionspartier.

2.6. Relation med leverantör (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Vägt genomsnitt %
Stabil	85	84	90	92	70	88.6	96	97	77	75	85	82
Tillfällig	15	15	10	8	30	11.4	4	3	23	25	15	13

Relationen mellan garveri och leverantör är i allmänhet stabil. Europeiska garverier rapporterar dock att de även måste komplettera med inköp från tillfälliga leverantörer.

2.7. Leverantörens storlek (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Vägt genomsnitt %
Större	75	57	54	94	60		48	84	30	35	50	66
Mindre	25	43	46	6	40		52	16	70	65	50	31

Leverantörerna av råmaterial till europeiska garverier är i genomsnitt större än garverierna. Detta är emellertid inte en allmän situation i Europa. I länder som Portugal, Bulgarien, Sverige och även Litauen kan garverierna vara större än råvaruleverantörerna.

Detta är viktigt för att mäta förhandlingsstyrkan hos båda parter.

Storleken på företaget är emellertid inte den enda viktiga parametern mellan leverantör och köpare när det gäller att bedöma garveriers förmåga att påverka affärsrelationen. Förutom storlek på affärspartnern spelar inköpets relation en viktig roll, dvs. hur stor del inköpen hos en leverantör utgör av dennes totala försäljning.

Det höga antalet order och det stora antalet leverantörer samt det faktum att leverantörer ofta är större än garverierna innebär att marknaden för hudar och skinn är mycket fragmenterad där enskilda garverier i princip har svag förhandlingskraft i jämförelse med leverantörerna.

Frågorna 2.8 och 2.9 omfattade garveriernas förmåga att identifiera ursprunget på hudar och skinn

2.8. Identifiering av ursprung (kryssa i)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% företag
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%

Europeiska garverier hävdar att de känner till ursprunget på inköpt råmaterial.

2.9 Identifiering av: (kryssa i)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% företag
land	12	10	12	5	6	7	4	3	10	2	1	96,0%
slakteri	5	1	7	2	3	2	3	2	5	0	1	41,3%
gård/besättning	0	0	2	0	0	6	1	0		0		12,0%
hudtyp/besättning	8	0	1	0	0	6	0	0		1		21,3%

När europeiska garverier ombeds att specificera ursprunget visar det sig att de utan svårighet kan identifiera ursprungsland, men andelen företag som kan identifiera slakteri sjunker till under 50%. Det är få garverier som kan identifiera gård, besättning eller hudtyp/besättning.

Frågorna 2.10 och 2.11 omfattade europeiska garveriers kommunikation uppströms i leverantörskedjan.

Syftet med frågorna var att klarlägga huruvida europeiska garverier har öppnat kommunikationskanaler med de ekonomiska sektorerna för naturresurser och produktion av hudar och skinn.

2.10 Kommunikation (kryss i om ja)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% företag
Slakterier	8	7	10	1	5	4	3	2	5	2	1	64,0%
Djurtransportföretag	1	1	4	0	0	0	3	0		0		12,0%
Bönder/Uppfödare	2	2	5	0	0	0	2	0		2		17,3%

Europeiska garverier anger att de kommunicerar med slakterierna, dvs. de som producerar hudarna. Kommunikationen med uppfödarna är betydligt mindre och ännu mindre med djurtransportföretagen.

Detta påvisar avståndet mellan garverier och den enhet som är direkt involverad i djurskötseln.

2.11 Kommunikationsmedel (kryssa i)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% företag
Elektronisk	10	7	9	2	3	3	4	4	5	2		65,3%
Papper	7	3	5	1	2	1	2	4		0	1	34,7%
Personlig kontakt	9	6	10	2	2	6	4	4	5	2	1	68,0%
Övrig:.....	0	0	0	0	1	0	1	0		0		2,7%

Modern elektronisk kommunikation och personliga kontakter utgör huvudsakligen de medel som europeiska garverierna tillämpar vid kommunikation med sina leverantörer.

Sektion 3. Hur skapar vi tillit och förtroende?

Denna sektion av frågeformuläret behandlar vad europeiska garverier anser om praktiska lösningar för att bemöta allmänhetens oro och påtryckningar från kunder vad gäller råvaruleveranser.

Garverier kan i allmänhet garantera ursprunget på hudar och skinn om denna information finns tillgänglig. Vi har dock sett i tidigare sektioner att det inte är en enkel uppgift att nå längre än till slakterierna. Det finns emellertid andra bedömningar som är relevanta i detta sammanhang:

- Kommersiell konfidentiell information; garverier i allmänhet, och särskilt europeiska garverier, är helt logiskt ovilliga att avslöja sina leverantörer då en fullständig öppenhet skulle minska konkurrenskraften.
- Avslöjande av leverantörer utesluter nödvändigtvis inte förekomsten av oetiska förhållanden.

Svaren från de europeiska garverierna skulle visa vilken typ av lösning som kombinerar trovärdighet, tillförlitlighet samt även sekretess.

3.1. Hur skapas en pålitlig metod som medför tillit och förtroende?

För att kunna garantera råmaterialet måste garverierna erhålla samma garanti från sin leverantör. Leverantören kan garantera för sin del av handeln, men inte nödvändigtvis för det som föregått dessförinnan. För att kunna garantera detta måste leverantören få garantier från sin leverantör osv. i kedjan tills man nått djurets födelse.

Europeiska garverier ombads att rangordna från 1 till 5 ett antal påståenden om metoder för tillit och förtroende där 5 var bäst och 1 sämst. Samma bedömningssiffra fick enbart användas en gång.

3.1. Hur skapas förtroende (genomsnitt 1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Vägt genomsnitt
en standard för självbedömning av leverantörer	2,8	2,82	3,2	4	2,3	2,4	3,75	3	4	5	4	3,0
ett villkor i leveransavtalet	3,7	3,27	3,2	3,4	2,6	3,86	3,75	3,5	4,1	5	5	3,6
ett företagsbaserat allmänt samhälleligt engagemang	2,3	2,27	2,3	1,4	2,4	3	2,5	2,75	1,3	3	2	2,3
en uppförandekod för flera intressenter	2,8	2,09	2,9	1,8	2	3,43	3,25	3,5	3,5	2	3	2,7
övrigt:.....	0,6	0,09	0,4	0	0,7	0,14	0	1,25	2,1	0	1	0,5

Europas garverier föredrar att förankra sina etiska principer och värderingar i en avtalsklausul i leveransavtal. Syftet med en sådan klausul skulle vara att försäkra sig mot oetiska förhållanden och därmed flytta ansvaret till affärspartnern.

I andra hand föredrar man att förhandla fram en standard för självdeklaration av leverantören. En sådan självdeklaration utgör ett ensidigt åtagande från leverantören att tillhandahålla råvaror som producerats enligt förutbestämda villkor.

På tredje plats kommer en “uppförandekod för flera intressenter”. Ett sådant ledningssystem kräver samarbete mellan ett antal parter i leverantörskedjan för hudar och skinn och att samtliga parter involveras på företagsnivå i implementeringen. System av det här slaget baseras i allmänhet på certifiering och revision.

Metoderna företagsbaserat allmänt samhällligt engagemang och övrigt underskred genomsnittsrankingen.

Sektion 4. Hur kan vi förse allmänheten med trovärdiga garantier?

Oberoende av eventuella ledningssystem för försäkrans och tillit, syftade enkäten till att utforska europeiska garveriers uppfattning om metoder för spårbarhet av hudar och skinn som skulle kunna vara ett trovärdigt system för kunder och konsumenter.

Ett antal påstående skulle rangordnas av de svarade, vilka refererade till följande två aspekter:

- instrument för att nå en rimlig säkerhet för bra (etiska) metoder, och
- kontroll av överensstämmelse, dvs. revision och certifiering.

4.1. Hur kan vi förse allmänheten med trovärdiga garantier?

Europeiska garverier ombads att rangordna från 1 till 5 en lista av påståenden där 5 var bäst och 1 sämst. Samma bedömningssiffra kunde användas mer än en gång.

4.1. Trovärdig försäkrans till allmänheten (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Vägt genomsnitt
etikett på varje hud och skinn som identifierar ursprunget	3	3,64	4,4	1,6	3,8	2,43	3	2,75	4,7	2,5	5	3,2
pappersbaserad dokumentation för partier	2,6	3	2,5	3,2	2,6	2,57	3	3,25	0	2	4	2,6
självdeklaration för djurbesättningar	2,1	2,18	2,2	0,4	1,1	0,86	3,25	2	3,1	2,5	3	2,0
slakterier	2,1	1,91	1,9	1,8	1	2,14	3,25	2	0	5	4	2,0
leverantörer	2,3	2,27	1,9	2	0,8	1,86	3,5	2,75	0	5	4	2,2
certifikat för djurbesättningar	2,8	2,73	2,2	0,4	1,3	0,71	4,25	2,25	3,8	3,5	3	2,5
slakterier	2,9	3,18	2,1	1,4	2,1	1,86	3,75	2,25	0	5	4	2,7
leverantörer	3,2	3,55	2	1,6	1,7	1,29	3,75	3,25	0	4,5	4	2,8
“svart lista” på leverantörer	3,2	2,18	2,6	1,6	3,1	4,29	3,25	4,5	2,1	4	1	2,9
“godkänd-lista” på leverantörer	3,5	1,91	2,2	2,4	2,3	4,57	3,75	4,5	1,4	5	5	3,1

Europeiska garverier skulle välkomna ett system där informationen i öronbrickorna på europeiska slaktdjur — uppfödda, transporterade och slaktade enligt lagstadgade specifikationer, särskilt vad gäller djurrätt — kunde tillämpas. Ett sådant system skulle ge garveriet en klar bild av varje europeisk hud eller skinn som tas in i produktion. Europeiska garverier som enbart använder europeisk råvara skulle få befogenhet att ge tydliga garantier till sina kunder med hänvisning till den etiska koden för europeiska produktionsmetoder och praxis.

Ett “etikett-system” löser emellertid inte alla frågor eftersom hudar och skinn eller wetblue som importerats från tredje land inte skulle kunna ingå i sådant system.

Den näst bästa metoden enligt europeiska garverier är möjligheten att kollektivt kunna diskriminera mellan goda och dåliga leverantörer genom att välja på en lista.

Certifiering av leverantörer, slakterier och djurbesättningen ansågs också vara en rimlig metod.

Härefter ansåg europeiska garverier att ett pappersbaserat system för partier skulle kunna vara ett tillämpligt system. Garverier som använder färska och saltade hudar och skinn erhåller vid leverans obligatoriskt hälsodokument som certifierar att djuren vars hudar och skinn levererats har inspekterats innan slakt (i vissa fall även efter slakt) och har bedömts godkända som livsmedel. Vid import från tredje land, är deklARATIONEN något annorlunda, men har samma värde. Dessa dokument visar emellertid inte mycket avseende etiska förhållanden eller bearbetningen av själva materialet, men de ger viss användbar information som garantier kan baseras på, t.ex. ursprungsland.

Den lägst rankade metoden var förslaget om självdeklARATION av leverantörer, slakterier och djurbesättningar. SjälvdeklARATIONER innebär inte nödvändigtvis ett åtagande och olika system för självdeklARATION är nödvändigtvis inte konsekventa i omfattning, vilket gör denna metod mycket svår att hantera. Det skulle även framstå som en svaghet vad gäller trovärdighet som enbart skulle baseras på "god tro".

4.2. Hur ska efterlevnad granskas?

Den sista frågan avsåg olika möjligheter för att granska efterlevnad. Europeiska garverier ombads att rangordna ett antal påståenden där 5 var bäst och 1 sämst. Samma bedömningssiffra kunde användas mer än en gång.

4.2. Typ av granskning (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Vägt genomsnitt
av köpare	2,5	2,73	3,5	3,2	2,1	2,71	2	2,5	1,7	4	2	2,6
av oberoende part: veterinär/sanitets- organisation	3,6	2,36	3,1	2,2	2,4	2	4,25	2,75	1,8	4	5	3,1
frivilligorganisationer	2,6	1,36	2	1	1,3	1,14	2	3,25	2,7	1,5	1	2,1
tekniska institut	2,8	3,09	3,2	1,6	1,6	2,14	4	4	4,2	2	4	2,8
övriga:.....	0,6	0,09	0	0,4	0,1 4	0,14	0	0,75	0	2,5		0,4
gemensamt av industrins institutioner och intressenter	2,6	3,27	2,9	1,4	2,8	3,14	4	2,5	4,8	2	3	2,8

Europeiska garverier föredrar en oberoende part, dvs. en tredje part som granskar efterlevnad mot grundläggande etiska produktionsstandarder. De anser att veterinär/sanitetsorganisationer även ska verifiera leverantörerna av djuren samt att slakteriernas verksamhet utförs i enlighet med sociala, miljömässiga och djurrättsliga regler.

Enligt europeiska garverier skulle även tekniska institut kunna utföra denna granskning.

På tredje plats anser europeiska garverier att industrins gemensamma institut skulle kunna utgöra granskningsorgan.

På sista plats som erhöll högre rankning är genomsnittet, är ett granskningsystem som handläggs av köparen, dvs. garvaren eller dennes representant besöker leverantören för kontroll att kraven på etiska förhållanden uppfylls vilket skulle ligga till grund för den försäkran garvaren ger till sin kund.

Del III: Sammanfattning och rekommendationer

1. Sammanfattning

Konsumenter kräver i en allt högre grad garantier för att produkterna man köper inte bara fyller sitt ändamål, utan att de även är säkra och att de har tillverkats under sunda villkor genom hela livscykeln. Brott mot sociala, miljömässiga och etiska värderingar stigmatiserar produkten och tillverkaren, enligt konsumenten som i en allt ökade grad söker efter hållbara konsumtionsvanor.

Europeiska garverier är medvetna om att konsumenter och kunder bryr sig om vad som sker innan hudar och skinn faller i slakterierna.

Europeiska garverier rapporterar att konsumenter tenderar att oroa sig under en begränsad tidsperiod vad gäller specifika "skandaler" och att även deras kunder i en ökande grad generellt kräver en mer aktiv attityd av läderleverantörerna.

För garvarna är de skadliga effekterna av sensationsnyheter i media mer den allmänna bilden av företaget eller sektorn än konkreta ekonomiska effekter och återverkningar på personalen.

Europeiska garverier är positivt inställda till en pro-aktiv attityd vad gäller öppenhet och spårbarhet, men inser de praktiska svårigheterna med införande av en specifik strategi. Behovet att skydda kommersiell konfidentiell information å ena sidan och inblandning av intressenter å den andra sidan, måste beaktas.

2. Rekommendationer

Den större delen av läderprodukter som säljs inom EU är importerade, främst från länder som inte alltid respekterar sociala, miljömässiga eller etiska normer. Den bilden som läder har i allmänhetens ögon är villkorad av information om metoder och praxis på platser långt borta och som inte har någonting gemensamt med det som gäller för europeisk läderindustri. Läder som sådant lider av denna försämrade bild.

I detta sammanhang, föreslår de sociala parterna i europeisk läderindustri följande:

1. Konsumentens förtroende för läder som ett hållbart material måste byggas upp genom samordnade insatser i den europeiska leverantörskedjan av läder, där varje part i kedjan tar sin roll för att ett mångsidigt system ska kunna tillhandahållas.
2. Konsumenterna måste göras medvetna om europeiska läderföretags specifika värden för att kunna fatta välgrundade beslut. Europas lagsstiftning avseende veterinära/sanitära aspekter på hudar och skinn liksom djurrätt måste utredas vad gäller förmåga att fungera som grund i skapandet av ett garantisystem för god praxis.

3. Ett kvalificerat system för ursprungsmärkning av läderprodukter (produktens ursprung + lädrets ursprung) skulle ge konsumenter i Europa ett värdefullt verktyg för deras inköpsbeslut.
4. Verkningar och innehåll i leveransavtalens klausuler vad gäller råvaror bör utvecklas och testas i värdekedjan, åtminstone upp till slakterierna.
5. Metoder i tredje land som skulle kunna utgöra anledning till oro bör övervakas och leverantörsländer bör rangordnas för att ge europeiska aktörer vägledning om pålitliga ursprung av hudar och skinn.
6. Standardisering av ledningssystem för spårbarhet som garanterar skydd av kommersiell konfidentiell information, men med en rimlig insyn i värdekedjan vad gäller företagens sociala ansvar (CSR) bör utredas ytterligare.