



FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA TANNERIE MÉGISSERIE

122, rue de Provence 75008 Paris - France

N° Siret : 784 359 150 00017

PROJET EUROPEEN COTANCE/FSE-THC

VS/2011/0145

Transparence de l'origine des cuirs et peaux

Tél. : 33 (0)1 45 22 96 45
Fax : 33 (0)1 42 93 37 44
E-mail : fftm@leatherfrance.com
www.leatherfrance.com

Rapport National Français

Consultation effectuée de septembre 2011 à mars 2012.

Nous avons reçu 12 réponses, correspondant à 25.% des entreprises du secteur, 60% du chiffre d'affaires, 70% de l'emploi sectoriel en France.

0. IDENTIFICATION DES REpondANTS (POURCENTAGES)

Les tanneries qui ont répondu à l'enquête fournissent les secteurs suivants:

Chaussure	14%	Ameublement	2%
Maroquinerie	54%	Automobile/aéro/autre transport	1%
Vêtements/Gants	20%	Wet Blue	
Autre	9%		

1. PERCEPTION DU PROBLEME

1.1. Quel type de nouvelles concernant les conditions d'approvisionnement en cuirs et peaux peut avoir un impact potentiellement choquant pour les consommateurs?

Social	Total	Moyenne
-Travail des enfants en rapport avec les cuirs et peaux	55	5
-Conditions de travail insalubres dans des abattoirs	45	4
-Travail forcé ou obligatoire dans des exploitations agricoles	46	4
-Autre : surnutrition industrielle des animaux	3	-
Environmental	Total	
-Déforestation au profit de pâturages en rapport avec les cuirs et peaux	38	3
-Risques chimiques, dont l'utilisation de sel de préservation	33	3
-Autre : risques allergiques des cuirs	4	-
Bien-être animal	Total	
-Mauvais traitement des animaux dans les exploitations agricoles	42	4
-Mauvais traitement des animaux lors du transport vers l'abattoir	46	4
-Méthodes d'abattage "inhumaines"	47	4
-Autre : conditions sanitaires	3	-

1.2-4. Inquiétudes des consommateurs lorsque les medias colportent des histoires choquantes sur des comportements irresponsables, dans des matières sociales et environnementales, des opérateurs économiques dans les chaînes d'approvisionnement

Selon les tanneries consultées, les consommateurs français sont inquiets (83%) / pas inquiets (17 %) lorsque la presse fait état d'histoires choquantes concernant les aspects sociaux et environnementaux de la chaîne d'approvisionnement.

Nos tanneurs pensent que l'impact négatif laissé dans l'esprit des consommateurs a tendance à subsister (50%) / à se dissiper (33%).

L'enquête révèle que les tanneurs français comprennent que les consommateurs inquiets réagissent en boycottant le cuir dans les biens de consommation (8%) ou essaient d'obtenir des garanties (25%) sur les conditions socio-environnementales de la production des biens qu'ils achètent.

1.5-6. Interprétation des clients des inquiétudes des consommateurs et réactions

Pourcentage de clients inquiets	Total	%
- Les clients ne transposent pas ces inquiétudes en actions	448	37
- Les clients contactent les fournisseurs et essaient de les sensibiliser sur ces valeurs	276	23
- Les clients ont plutôt tendance à transposer ces inquiétudes sociétales en requêtes précises auprès des fournisseurs	476	40
Autre:.....		

Selon les opérateurs français, les fabricants d'articles en cuir, les clients des tanneurs, perçoivent la publicité négative dans les médias comme inquiétante (83 %).

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

	TOTAL	Moyenne
- l'image de l'industrie du cuir en général ?	43	4
- l'image de tout le secteur cuir dans le pays concerné ?	45	4
- l'image du sous-secteur cuir concerné indépendamment de la localisation, par exemple le cuir chaussure/vêtement ?	41	3
- l'image du sous-secteur cuir dans le pays concerné ?	34	3
- l'image de l'entreprise (des entreprises) concernée(s) ?	39	3

1.8. Conséquences craintes pour les affaires et le personnel

	TOTAL	Moyenne
Moins de commandes	31	3
Annulation de commandes	27	2
Réduction du volume des commandes	40	3
Moins de postulants pour travailler dans l'entreprise	26	2
Postulants moins qualifiés pour l'entreprise	23	2
Personnel stressé ou déprimé suite à la pression de l'opinion publique	22	2
Démision du personnel pour des considérations éthiques	18	2
Perte de valeur de la marque de l'entreprise	27	2
Perte de considération du tanneur au sein de la société	31	3
Contrôles officiels	33	3
Pression/attaques d'ONG	35	3
Autre :.....		

Craintes principales des tanneurs :
 Réduction du volume des commandes
 Pression/attaques d'ONG
 Contrôles officiels
 Perte de considération du tanneur au sein de la société
 Moins de commandes

2. IDENTIFICATION DE L'ORIGINE DES CUIRS ET PEAUX

2.1. Les tanneries qui ont répondu à notre enquête utilisent les matières premières suivantes :

Bovin - 4 Veau - 4 Ovin - 3 Caprin - 1 Autre : Reptiles - 1

Comparaison avec la totalité du secteur national : idem

2.2. **Origine** (pourcentage sur base annuelle):

Nationale	42%	UE	30%	Autre origine européenne	-	Extra-UE	28%
-----------	-----	----	-----	--------------------------	---	----------	-----

Ces données reflètent la situation générale en France

2.3. **Etat** (pourcentage sur base annuelle):

Fraîches	3%	Salées	69%	Wet-Blue	10%
Séchées	-	Chaulées/Picklées	8%	Crust	10%

Ces données reflètent la situation générale en France

2.4. **N° de fournisseurs en moyenne :**

1-5 = 33%
 5-10 = 25%
 10-20 = 33%
 20-50 = 9%
 plus de 50 = 0

Ces données reflètent la situation générale en France

2.5. **N° de commandes (par an) en moyenne :**

1-5 / 5-10 / 10-20 = 0%
 20-50 = 42%
 plus de 50 = 58%

Ces données reflètent la situation générale en France

2.6. **Relations avec les fournisseurs telles que rapportées par Nons tanneurs: (%)**

Stable	90%	Occasionnelle	10%
--------	-----	---------------	-----

Ces données reflètent la situation générale en France

2.7. **Les fournisseurs sont généralement (%)**

Plus importants en taille d'entreprises que les tanneurs	54%	Moins importants	46%
--	-----	------------------	-----

Ces données reflètent la situation générale en France

Capacité des tanneurs européens à identifier la provenance précise des cuirs et peaux

2.8. **Les tanneurs français peuvent identifier la source de mes matières premières dans le pourcentage suivant:**

0% / 10-20% / 20-40% = 0%
 40-60% = 9%
 60-80% = 33%
 80-100% = 58%

2.9. **Les tanneurs français peuvent identifier :**

- le pays exact des cuirs et peaux achetés	100%	Oui
- l'abattoir exact des cuirs et peaux achetés	58%	Oui
- l'exploitation/le troupeau des cuirs et peaux achetés	17%	Oui
- la cohorte/lot précis(e) des cuirs et peaux achetés	8%	Oui

Capacité des tanneurs européens à communiquer avec les fournisseurs des cuirs et peaux : agriculteurs, abattoirs, type de communication personnel/sur papier/électronique

2.10. Les tanneurs peuvent communiquer avec:

- les abattoirs 83%Oui
- les sociétés de transport animal 33%Oui
- les éleveurs 42%Oui

2.11. Moyen de communication préférentiel avec les fournisseurs:

- Electronique (e-mail, blogs, chats,...) 75%Oui
- Sur papier (lettres, circulaires, Newsletters) 42%Oui
- Contacts personnels (réunions, téléphone, foires, enchères) 83%Oui

3. COMMENT ORGANISER UN MECANISME DE GARANTIE FIABLE ?

Les tanneurs ont dû donner une cote de 1 à 5 (meilleure option) aux options proposées. Le tableau suivant indique le total et les moyennes obtenues concernant le meilleur mécanisme de garantie.

	TOTAL Moyenne	
Une norme établissant un modèle de déclaration volontaire des fournisseurs	38	3
Une clause contractuelle dans le contrat de vente	38	3
Un engagement sociétal public de l'entreprise	28	2
Un Code de Conduite sectoriel des parties prenantes	35	3
Autre : marquage sur chaque peau	5	-

4. COMMENT FOURNIR UNE GARANTIE CREDIBLE AU PUBLIC ?

4.1. Comment fournir une garantie crédible au public ?

Les tanneurs ont dû donner une cote de 1 à 5 (meilleure option) aux options proposées. Le tableau suivant indique le total et les moyennes obtenues.

	TOTAL Moyenne	
Une étiquette identifiant l'origine de chaque cuir et peau	53	4
Une documentation papier pour les lots	30	3
Une déclaration volontaire des éleveurs	26	2
Abattoirs	23	2
Fournisseurs	23	2
Une certification des troupeaux	26	2
Abattoirs	25	2
Fournisseurs	24	2
Une "liste noire" de fournisseurs	31	3
Une liste de "bons" fournisseurs	26	2

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

Les tanneurs ont dû donner une cote de 1 à 5 (meilleure option) aux options proposées. Le tableau suivant indique le total et les moyennes obtenues concernant le meilleur mécanisme d'audit.

	TOTAL Moyenne	
Par les acheteurs	42	4
Par un tiers : services vétérinaires/sanitaires	37	3
ONG	24	2
Centres techniques	38	3
Autres :		
Conjointement par les institutions sectorielles et les parties concernées	35	3

