

# UNIONE NAZIONALE INDUSTRIA CONCIARIA

*Aderente a Confindustria*

*20123 Milano, Via Brisa, 3 – Italy*

*Tel. 02 880771.1 Fax 02 860032*

*e-mail unic@unic.it*

*www.unic.it*

---

## TRASPARENZA ORIGINE PELLI GREZZE

(VS/2011/0145)

### Commento riassuntivo indagine Italia

---

#### Introduzione metodologica

È stato inviato ad un campione selezionato di aziende, rappresentativo del 10% del fatturato nazionale e del 7% degli addetti complessivi, un questionario in italiano preparato sulla base di un modello fornito da Cotance, coordinatore del progetto a livello europeo.

#### Commento principali risultati

- a) La prima parte analizza il livello di **consapevolezza dei clienti delle concerie e dei consumatori su alcuni aspetti legati all'approvvigionamento di pelli grezze** (condizioni sociali ed ambientali, trattamento degli animali).

Emerge un livello di interesse molto basso dei consumatori sul tema, una maggiore sensibilità alla comparsa di notizie allarmistiche diffuse dai media nel breve termine ma estremamente bassa nel medio e lungo, con prevalente assenza di reazione sia da parte loro che del cliente manifatturiero.

Gli eventuali danni mediatici colpiscono soprattutto le aziende direttamente coinvolte, poi indirettamente il settore ed il Paese di riferimento; solo in ultima istanza (e con effetti quasi nulli) l'area pelle in generale.

I rischi più preoccupanti per le concerie, colpite indirettamente da una notizia mediatica sfavorevole, sono, in ordine di importanza, la perdita di considerazione nella società, l'aumento di controlli ufficiali e la perdita di ordini.

- b) La seconda parte riguarda gli **aspetti tecnici dell'approvvigionamento**, con un focus sull'identificazione delle pelli. Gli spunti più interessanti sono i seguenti:
- 75% del campione ha tra 10 e 20 fornitori
  - oltre il 90% fa più di 50 ordini all'anno
  - 85% delle relazioni con i fornitori sono stabili
  - 75% dei fornitori sono grandi e strutturati
  - tutto il campione è in grado di identificare il Paese d'origine della propria materia prima, 2/3 del campione il singolo lotto/partita, 1/3 il macello di provenienza, mentre l'allevamento non risulta mai essere identificabile dal campione
  - il 67% delle concerie intende stabilire canali di comunicazione con i macelli, mentre vi è scarso interesse a istituire le medesime relazioni con trasportatori ed allevatori
- c) La terza sezione riguarda la creazione di un **sistema affidabile e sicuro di tracciabilità**.

Secondo le conerie questo può essere attuato in primis con l'inserimento di clausole specifiche nei contratti di fornitura e, secondariamente, elaborando un'autodichiarazione per i fornitori e infine adottando un codice di condotta intersettoriale condiviso.

d) L'ultima sezione indaga su **come assicurare l'opinione pubblica in modo credibile.**

La migliore soluzione per il campione è un elenco di fornitori qualificati, seguita dalla soluzione speculare di una "black list" di fornitori inaffidabili e dalla loro certificazione.

Anche l'apposizione di un'etichetta identificativa dell'origine per ciascuna pelle è un'alternativa apprezzata, seguita dalle certificazioni di macellatori e allevatori.

Per verificare la conformità dei fornitori rispetto ai requisiti richiesti i soggetti ritenuti più idonei sono le autorità veterinarie/sanitarie, centri tecnici specializzati ed infine le istituzioni settoriali congiuntamente agli stakeholders.