



Transparantie van de oorsprong van huiden & vellen
VS/2011/0145

Europees rapport

Dankwoord

COTANCE bedankt ETUF:TCL, haar Sociale Partner en partner in dit door de EU gesponsorde project voor de uitstekende samenwerking gedurende dit initiatief. Beide kanten van de Europese leerindustrie willen de sector, diens bedrijven en diens personeel van dienst zijn. Ze hebben in een perfecte sociale dialoog op alle niveaus en met de actieve steun van hun leden baanbrekend werk gedaan als het gaat om onderzoek, analyse en uitwisseling op het gebied van Transparantie en Traceren binnen de leveringsketen van huiden en vellen. Hiermee ontvangt de bedrijfstak de informatie die nodig is om meer actie te ondernemen op dit gebied, dat belangrijk is voor de duurzame ontwikkeling van de sector.

De partners van dit project spreken vooral hun dankbaarheid uit richting alle bedrijven en werknemersvertegenwoordigers voor hun steun en bijdragen bij het ontwikkelen van alle activiteiten.

Tot slot bedanken COTANCE en ETUF:TCL de Europese Commissie en in het bijzonder het Directoraat-Generaal Sociale Zaken voor de financiële steun die voor de ontwikkeling van dit project is ontvangen.

Achtergrond

Hoewel leer als materiaal een bijzondere aantrekkingskracht op mensen heeft is het een feit dat leerlooien bij het grote publiek nog steeds een beeld oproept van vuil, stank, vervuiling, slechte werkomstandigheden of dierenmishandeling, vooral vanwege de campagnes van activistische bewegingen die de schijnwerpers opzoeken. Voor dergelijke bewegingen heiligt het doel de middelen. Beschuldigingen die bij het najagen van een doel worden gemaakt zijn vaak bevooroordeeld, onwaar of misleidend als het om de Europese situatie gaat, maar helaas is er ook bewijs dat er ernstige problemen zijn in bepaalde delen van de bedrijfstak, vooral in lagelonenlanden. Lage kosten staan vaak gelijk aan lage sociale standaarden en milieunormen.

Mediatitels zoals 'Gif in leer' of 'Meest vervuilende bedrijfstak' brengen consumenten ertoe om niet voor leer te kiezen. De schade die deze stand van zaken aan de leerindustrie toebrengt, beïnvloedt zowel Europese bedrijven als werknemers. Hun nuttige rol in en bijdrage aan de maatschappij wordt niet erkend en zelfs vaak in diskrediet gebracht.

De Europese leerindustrie is een slachtoffer van het beeld dat door dergelijke activistische organisaties en de media wordt geschetst. Het kan goed zijn dat niet alle looierijen in Europa op alle vlakken van duurzame ontwikkeling de hoogste standaard hebben bereikt en dat er hier en daar verbeteringen nodig of wenselijk zijn. Collectief is de Europese leerindustrie echter wereldleider als het gaat om sociale en milieuprestaties en meer in het algemeen in waarden, principes en praktijken van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Inleiding

COTANCE en ETUF:TCL hebben het imago van de leerindustrie aangepakt in een aantal gezamenlijke projecten die sinds het jaar 2000 zijn gelanceerd als onderdeel van hun werkprogramma inzake de sociale dialoog.

Waarom Transparantie & Traceren in de leveringsketen van huiden & vellen? Wat is het verband met het imago van de leersector?

Leerlooiers herwinnen een restant van de productie uit een andere bedrijfstak en veranderen dit in een gebruiksmateriaal met unieke eigenschappen en een hoge aantrekkingskracht. De eetgewoonten van de mensen op deze planeet zijn de drijfkracht achter de productie van de ruwe materialen voor de leerlooierij. Dieren worden geslacht voor vleesproductie en als er geen vraag naar leer was zou dit geen enkel dier van de slachtbank redden. Huiden en vellen zijn bijproducten en looiers hebben weinig of geen invloed op het beleid en de praktijken aan de bron van de leerproductie.

Mensen willen echter, vooral in volwassen economieën, steeds vaker weten hoe de producten die zij consumeren het doen als het gaat om sociale, milieu- en andere ethische aspecten; het gaat daarbij om de hele levenscyclus van het product, van 'de wieg tot het graf'.

Hoewel het systeem van de leerindustrie begint bij het genereren van de huiden en vellen wanneer dieren in het slachthuis worden gevild, leggen mensen logischerwijs de link tussen de dierenhuid en leer en associëren ze veeteelt met leerproductie.

Er zijn bepaalde aspecten van veeteelt voorafgaand aan het startpunt van de levenscyclus van huiden & vellen die de maatschappij zorgen baren. Deze aspecten betreffen klassieke sociale & milieuproblemen zoals de kwestie van fundamentele arbeidsnormen en het verantwoord gebruik van natuurlijke bronnen, maar ook, meer recentelijk, dierenwelzijnskwesties zoals de juiste veeteeltpraktijken, diertransport en humane slachtmethoden.

De leerindustrie wordt helaas aangekeken op slechte praktijken op boerderijen, tijdens het transport van dieren en tijdens het slachten. Dierenrechtenorganisaties zonder scrupules verspreiden valse informatie die inhoudt dat deze praktijken bestaan omdat leer wordt geproduceerd en geconsumeerd.

Gelukkig heeft Europa een wetgevingskader dat ervoor zorgt dat slechte praktijken in de landbouw en vleesindustrie, als ze al voorkomen, een uitzondering zijn. Dit is echter niet noodzakelijk het geval in andere landen en vooral niet in ontwikkelingslanden waar vleesproductie een hoge vlucht heeft genomen vergeleken met industrielanden.

Volgens de cijfers van de FAO zijn ontwikkelingslanden de ontwikkelde landen in productie voorbijgestreefd, voor runderhuiden eind jaren '90 en voor schapen- en geitenvellen in het begin van de jaren '0. Er zijn ook landen waar duidelijke tekortkomingen op het gebied van dierenwelzijn en huid- en vellenproductie systematisch in de media opduiken.

Europese looiers die voorraden uit het buitenland halen worden steeds meer blootgesteld aan het risico om publiekelijk gestigmatiseerd te worden wegens problemen waar ze geen invloed op hebben.

De Europese sociale partners hebben in 2011 besloten om samen een project op dit gebied te ontwikkelen voor het onderzoeken van

- de effecten van medianieuws op het imago van de bedrijfstak,
- de beschikbare technische middelen om de oorsprong van ruwe materialen te identificeren, en
- de mening van de sector over het ontwikkelen van instrumenten die Europese looiers en hun personeel moeten beschermen tegen ongerechtvaardigde aanvallen.

Het totale doel is om beide kanten van de bedrijfstak informatie te geven om het probleem te begrijpen en om de Sociale Partners van de Europese Leerindustrie aanbevelingen voor te leggen voor verdere activiteiten op dit gebied.

Dit rapport bevat de analyse en interpretatie van de antwoorden die zijn gegeven door een representatieve steekproef uit de Europese Leerlooiersindustrie in een enquête over de belangrijkste problemen met Transparantie & Traceren voor Europese looiers.

Deel I: De steekproef

Binnen het raamwerk van het project moest COTANCE leerlooiers in 12 EU-lidstaten raadplegen.

Er werd een enquête overeengekomen door de Europese Sociale Partners (Annex 1) die werd vertaald in de verschillende talen van de landen die aan het initiatief deelnamen.

Vervolgens werden de nationale bonden van leerhandelaren van de 12 deelnemende landen uitgenodigd om hun achterban te raadplegen door een representatieve steekproef samen te stellen.

Land	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	TOTAAL
Aantal respondenten	12	11	12	5	7	7	4	4	10	2	1	75
% van nationale productie	10%	22%	60%	65%	60%	23%	100%	80%		40%	80%	
Coëfficiënt EU	15	4	2	2	2	1	1	1	1	0,5	0,5	30

De enquête is begin 2012 uitgevoerd.

75 bedrijven uit 11 EU-lidstaten hebben feedback gegeven.

De nationale antwoorden werden vervolgens in een specifiek nationaal rapport geanalyseerd.

Waar van toepassing werden de verschillende nationale antwoorden voor de analyse van de gegevens op Europees niveau gewogen volgens het relatieve belang van de nationale sectoren door aan elk land een coëfficiënt toe te wijzen dat hun specifieke gewicht weergaf.

Looiers werd ook gevraagd om de bestemmingssector van hun leer te identificeren om de samenstelling van de steekproef te kunnen vergelijken met de sector als geheel.

Land	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	P	BG	LT	Totaal bedrijven	% bedrijven
Schoeisel	8	8	8	4	4	5	2	3	6	1	1	50	66,7%
Lederwaren	8	9	11	4	2	5	2	3	1	0	1	46	61,3%
Kleding/handschoenen	3	6	6	3	1	5	2	1	2	1	0	30	40,0%
Meubilair	2	2	3	0	3	1	2	2		0	0	15	20,0%
Auto/aero	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%
Anders	1	2	9	2	2	5	2	0		0	0	23	30,7%

Uit de tabel hierboven blijkt dat looiers over het algemeen aan meer dan slechts één marktbestemming leveren, wat de realiteit in de bedrijfstak weergeeft.

De steekproef kan worden beschouwd als representatief voor de Europese leerindustrie.

Deel II: De vragen en antwoorden

Onderdeel 1. In hoeverre wordt het probleem door de bedrijfstak als probleem gezien?

Een aantal vragen betrof het beeld dat consumenten hebben van leer/looiers wanneer zij in aanraking komen met sociale en ecologische kwesties die te maken hebben met de herkomst van huiden & vellen, zoals kinderarbeid, broeikas effect, dierenwelzijn, ...

De antwoorden van Europese looiers geven natuurlijk een subjectief beeld van de reacties van consumenten op 'schandaalnieuws' in leveringsketens van huiden en vellen, omdat looiers geen rechtstreekse relatie met hen hebben. Bij het antwoorden kunnen looiers ook heel andere situaties in gedachten hebben. Het beeld dat deze reeks vragen geeft is niet representatief voor een bepaald 'schandaal' maar voor een typische situatie waarin "leer of looiers verantwoordelijk worden gehouden voor iets dat, in principe en op dit moment, niet door hen kan worden beïnvloed."

Hun mening kan worden beschouwd als een indicatie van de empathie die Europese looiers voor het grote publiek ontwikkelen.

1.1. Welk soort nieuws over de omstandigheden waarin huiden en vellen worden verkregen kan volgens u een schokkend effect hebben op consumenten? En in welke mate?

In de volgende tabel zijn de resultaten geïnterpreteerd:

Land	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU
1.1. Schokkend effect (classificatie)												
Kinderarbeid in verband met h & v	4	1	1	5	1	4	1	1	1	1	1	1
Ongezonde arbeidsomstandigheden in slachthuizen	5	3	3	4	6	3	4	2	3	5	2	3
Dwargarbeid in fokkerijen	6	7	3	6	3	4	3	1	6	4	3	5
Ontbossing van regenwoud	4	4	5	7	4	5	3	3	8	3	3	4
Chemische risico's	2	5	6	6	6	1	5	4	7	2	3	3
Dierenmishandeling in fokkerijen	3	6	4	2	5	3	2	1	4	1	2	2
Dierenmishandeling tijdens het transport	3	6	3	1	2	2	1	2	5	1	3	2
Inhumane slachtmethodes	1	2	2	3	5	2	4	1	2	2	2	1

Op Europees niveau kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

1. Kinderarbeid in verband met huiden en vellen en inhumane slachtmethodes zijn de problemen die volgens looiers het grootste schokkende effect op consumenten kunnen hebben
2. Deze worden gevolgd door andere problemen met dierenwelzijn op de 2e plaats en arbeidsomstandigheden en chemische risico's op de 3e plaats.

Het is duidelijk dat looiers denken dat consumenten vooral worden geschokt door situaties waarin weerloze wezens, zoals kinderen of slachtdieren, worden mishandeld in de context van een economische activiteit.

1.2 – 1.4. Denkt u dat het consumenten iets doet wanneer in de media schokkende verhalen verschijnen over onverantwoord gedrag van ondernemingen als het gaat om de sociale en ecologische aspecten van de leveringsketen?

Als Europese looiers antwoordden 'Het doet ze iets' werd gevraagd om aan te geven hoe diep volgens hen de negatieve indruk is die in het geheugen van consumenten achterblijft.

Als ze antwoordden 'Het doet ze iets en het blijft ze bij' werd hen gevraagd verder aan te geven wat voor reactie consumenten van lederen producten volgens hen kunnen geven.

1.2. Perceptie van in hoeverre het consumenten iets doet (% van respondenten)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gemiddelde)
Het doet ze iets	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. Perceptie van hoe diep de negatieve indruk in het geheugen van consumenten is (% van respondenten)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gemiddelde)
Het doet ze iets maar het blijft ze niet bij	100,0	18,2	16,7	60,0	42,9	28,6	25,0	25,0	10,0	0,0	100,0	38,8
Het doet ze iets en het blijft ze bij		72,7	50,0		42,9	28,6	75,0	50,0	30,0	50,0		36,3
1.4. Perceptie van hoe consumenten reageren (% van respondenten dat denkt dat consumenten de negatieve indruk onthouden)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gemiddelde)
Ze proberen zekerheid te krijgen		50,0	57,1		33,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		64,0
Ze boycotten leer		50,0	42,9		66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		16,0

Europese looiers begrijpen dat consumenten duidelijk niet ongevoelig zijn voor ethische kwesties in leveringsketens en vooral voor kwesties die te maken hebben met de leveringsketen van huiden & vellen.

Als ze de herinnering die consumenten vasthouden moeten beoordelen, zijn Europese looiers verdeeld. In bepaalde landen zoals Italië, Litouwen of het Verenigd Koninkrijk lijken Europese looiers te denken dat consumenten zich schandaalnieuws over leveringsketens meestal niet erg lang herinneren. Andere markten lijken het tegenovergestelde beeld te hebben met duidelijke aantallen ontvankelijke consumenten.

De consumentenreactie die vooral door Europese looiers wordt waargenomen is echter dat ontvankelijke consumenten vooral zekerheid proberen te krijgen en hun ontevredenheid niet uiten door het product te boycotten.

Ondanks dat is het belangrijk om op te merken dat de belangrijkste consumentenmarkt van Europa, Duitsland, een cruciale radicalisering van consumentengedrag rapporteert die ook te zien is bij looiers in Spanje en Frankrijk, ook belangrijke consumentenmarkten.

1.5 – 1.6. Hoe interpreteren uw klanten dergelijke maatschappelijke kwesties?

Als het om klanten gaat is dit niet langer een subjectieve interpretatie van consumentengedrag zoals bij de eerdere vragenreeks. Hier is de perceptie van looiers gebaseerd op hun werkelijke ervaringen van klantenreacties.

Europese looiers werd gevraagd om te antwoorden met een percentage voor de verschillende voorgestelde opties, bijv. 80% van de klanten onderneemt geen actie bij dergelijke zorgen. Voor de vervolgvragen over het soort reacties werd hen gevraagd om te controleren of het totaal van alle percentages 100% was.

1.5 Interpretatie van klanten (aanvinken)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gewogen gemiddelde)
Het baart ze zorgen (% van antwoorden)	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 Geef percentages aan voor:	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gewogen gemiddelde)
Ondernemen geen actie	65	67	37	77	41	95	56	70	73	90	25	63,3
Nemen contact op met leveranciers	17	15	23	4	25	2,7	14	20	15	10	70	16,9
Specifieke verzoeken	17	17	40	18	34	2,3	30	10	12		5	18,6
Anders	2,1	1		1	0	0	0	0	0			1,3

In overweldigende meerderheid uiten de klanten van leerlooiers hun zorgen aan hun leerleveranciers wanneer de media onethische verhalen over de leveringsketen van huiden en vellen uitzenden. Alleen de ervaringen van Bulgaarse en Roemeense looiers lijken anders te zijn.

Europese looiers hebben echter het beeld dat hun klanten hun zorgen meestal niet in preventieve acties omzetten. Er worden hogere niveaus van klantenreacties geregistreerd in Frankrijk, Duitsland en Litouwen.

De meest voorkomende reactie van klanten richting hun leerleveranciers is dat ze hun principes en waarden aan hen communiceren. Dergelijk gedrag kan worden begrepen als de uitdrukking van een behoefte; gerustgesteld worden over het feit dat het product aan dergelijke principes en waarden voldoet.

Meer dan 1/3 van de klanten van Europese looiers zet hun zorgen over ethiek binnen de leveringsketen in actie om. Bijna 1 op de 5 eist dat er aan specifieke behoeften wordt

voldaan als het om zekerheid gaat, terwijl nog eens 1/6 de looier laat weten dat er groeiende zorgen zijn.

1.7. Wanneer de media een schandaal aan het licht brengen in de leersector, wie wordt hier dan door geschaad?

Europese looiers werd gevraagd om verschillende opties een cijfer te geven van 1 tot 5, waarbij 5 stond voor de meest gemerkte negatieve effecten en 1 voor de minste effecten. Deze vraag kan het begrip vergroten over in hoeverre Europese looiers zichzelf zien als slachtoffer van een publieke reactie op een schandaal waar ze niet rechtstreeks mee te maken hebben. De antwoorden kunnen ook aan het licht brengen hoe Europese looiers zelf verantwoordelijkheid voelen als het gaat om een schandaal waar andere leden in hetzelfde vak en uit dezelfde bedrijfstak bij betrokken zijn.

1.7 Wie wordt geschaad (1-5, gemiddelden)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gewogen gemiddelde)
Leerindustrie	2,8	3,91	3,6	2,2	3,8	2,7	3,25	2,75	4,6	5	4	3,2
Volledige leersector in het land	3,3	4,09	3,8	2,4	4	2,8	4,5	3,5	4,9	5	3	3,5
Subsector	2,3	2,55	3,4	1,8	3,3	1,6	2,5	3,25	3,3	4	2	2,5
Subsector in het land	3,2	2,45	2,8	2	3,4	2,1	3,5	3,5	3,3	4	1	3,0
Bedrijf	4,4	3,18	3,3	3	4	4	4,75	4,25	3,4	5	5	4,0

Europese looiers begrijpen dat mensen vooral het bedrijf straffen dat rechtstreeks bij het onethische gedrag betrokken is. Ze begrijpen dat mensen het wangedrag niet alleen in verband brengen met het bedrijf maar ook met de handelsomstandigheden in het land. Deze negatieve effecten worden echter op de hielen gezeten door een impact op de sector als geheel.

Aspecten uit de subsector zoals bestemming op de productmarkt of type leer lijken in de ogen van Europese looiers minder belangrijk te zijn voor het grote publiek. Dit komt waarschijnlijk doordat deze aspecten eerder professionele overwegingen zijn die het grote publiek niet noodzakelijk motiveren.

Het kan ook worden geconcludeerd dat Europese looiers in hoge mate een collectieve geest hebben. Ze voelen zich onderdeel van een wereldwijde gemeenschap waarin het wangedrag van enkelen in zekere mate de hele groep in diskrediet brengt.

1.8. Welke consequenties vreest u voor uw onderneming en personeel na een mediaschandaal omtrent leer en ruwe materialen, dat echter niet direct iets met uw onderneming te maken heeft?

Europese looiers werd gevraagd om verschillende opties een cijfer te geven van 1 tot 5, waarbij 5 stond voor de grootste gevoelde risico's of feitelijke impact op het bedrijf en werkgelegenheid en 1 voor de kleinste risico's.

Deze vraag kan helpen bij het begrijpen van de praktische problemen die Europese looiers tegenkomen wanneer het imago van de bedrijfstak een media-aanval te verduren krijgt.

1.8. Gevreesde consequenties (1-5, gemiddelden)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Gewogen gemiddelde)
Minder bestellingen	2	2,27	2,6	1,8	2,1	2,2	2,5	1,75	4,2	4	4	2,2
Annulering van bestellingen	1,3	1,73	2,3	1	1,4	1	2	1,5	3,4	0,5	1	1,5
Afname in de grootte van bestellingen	1,7	2,36	3,3	1,8	2,3	2	3	1,75	4	4	3	2,1
Minder kandidaten voor een vacature	1,1	1,27	2,2	1,4	2	1	2	1,75	2,6	2	2	1,4
Geen topmensen kunnen werven voor de onderneming	1,3	1,27	1,9	1,4	2	1,3	2,75	1,5	2,5	3	2	1,5
Personeel raakt gestrest of neerslachtig	1,3	1,09	1,8	1,4	1,8	1,3	2,75	1,5	2	2,5	3	1,5
Verlies van personeel door ethische overwegingen	1,1	1,18	1,5	1	1,6	1	1,25	1,25	1,4	1	1	1,2
De merknaam van de onderneming verliest in waarde	1,8	2,27	2,3	1,8	2,4	2,1	2,75	1,75	2,9	3	3	2,1
Minder aandacht voor u als leerlooier binnen de maatschappij	2,5	2,82	2,6	1,8	3,1	2,1	2	2	4,2	4	4	2,6
Officiële controles	2,5	3,36	2,8	2,8	3,6	2,3	1,5	2,25	4,5	2	3	2,7
Druk / kritiek van ngo's	2,2	2,36	2,9	2,2	3,4	1,3	3,5	2,5	4,7	2,5	3	2,5
Anders:.....	1	0		0	0	0,14	0	0	0	0		0,5

Over het algemeen geven de lage gemiddelde cijfers die Europese looiers aan de verschillende opties in de enquête toekennen aan dat ze niet bang zijn voor bepaalde gevolgen voor hun bedrijf door het imagooverlies dat een mediaschandaal in de bedrijfstak kan veroorzaken.

De hoogste gevoelde risico's gaan over het prestigeprobleem vanuit het oogpunt van de autoriteiten - die misschien willen controleren of dergelijke wanpraktijken in de bedrijven in hun land/regio voorkomen - of vanuit het oogpunt van het grote publiek, waaraan de looier misschien verantwoording moet afleggen. Deze twee zaken worden snel opgevolgd door de angst voor aanvallen van activistische groepen. Dit zijn allemaal ongemakken die impliceren dat er tijd en moeite moet worden besteed aan public relations/publieke zaken. Hier zijn looiers niet aan gewend wegens hun positie in de waardeketen (B2B).

Economische gevolgen zoals minder of geannuleerde opdrachten worden als lager risico ingeschat maar staan op de tweede plek na de gevolgen voor het imago, terwijl de gesuggereerde gevolgen voor personeelsbeleid als minder realistisch worden beschouwd.

Onderdeel 2. Hoe kan de herkomst van huiden & vellen worden geïdentificeerd?

Dit deel van de vragenlijst onthult de patronen van Europese looiers bij het selecteren van leveranciers en de aankoop van huiden & vellen.

2.1. Ruwe materialen (aanvinken)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% bedrijven
Rund		5	4	4	4	4	2	3	8	1	1	48,0%
Kalf		3	4	1	1	4	0	1	5	1		26,7%
Schaap		6	3	1	0	4	1	0	2	2		25,3%
Geit		4	1	0	0	1	0	0	1	1		10,7%
Anders		2	1	1	1	0	1	0	0	0		8,0%

Het soort ruwe materialen dat door de looiers in de steekproef wordt gebruikt komt redelijk overeen met de situatie in Europa, waar looiers van koeienhuiden dominant zijn voor wat betreft productiewaarde.

2.2. Oorsprong (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewogen gemiddelde %
Binnenland	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
Ander Europees land	3,4	16,8	0	0	5	10	14	20,0	15	3		6,3
Buiten EU	48,9	17	28	36,5	1	20	6	10,0	15	10	20	33,3

Europese looiers verkrijgen hun voorraden vooral uit het Europese continent, maar blijven afhankelijk van voorraden van buiten de EU. Binnenlandse voorraden moeten in alle landen worden gecombineerd met voorraden uit andere Europese landen. Handel in huiden en vellen binnen de EU speelt dus een cruciale rol voor Europese looiers.

De bijzondere situatie van Italië moet worden opgemerkt. De afhankelijkheid van voorraden uit Europa en vooral van buiten de EU ligt daar veel hoger dan in alle andere Europese landen. Dit komt doordat de Italiaanse sector erg groot is, deze vertegenwoordigt tot 60% van de Europese leerproductie en ongeveer 15% van de wereldwijde leerproductie. Binnenlandse voorraden van huiden en vellen vormen in Italië slechts 5% van de geleverde ruwe materialen. De mate van afhankelijkheid varieert, maar geen van de nationale leersectoren van Europa kan werken zonder toegang tot ruwe materialen van buiten de EU.

Ongeveer 70% van de ruwe materialen van Europese looiers komt uit Europese bronnen. Dit beeld van de Europese leersector is geruststellend voor het grote publiek, aangezien het over het algemeen kan vertrouwen op het feit dat de wettelijke situatie in Europa grootschalig onethisch gedrag in de leveringsketen van huiden & vellen effectief voorkomt.

2.3. Staat (percentage)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewogen gemiddelde %
Onbewerkt	3,6	24	3	18	49	4,3	7,5	33	10			11,5
Gedroogd	3,6	0	0	0	0	0	0	0	0	10		2,0
Gezouten	37	30	68	2	29	69,7	80	18	43	50	100	38,6

Gekalkt/gepekeld	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

Gezouten huiden of vellen vormen de belangrijkste voorraden van ruwe materialen van Europese looiers.

De tweede bron van ruwe materialen voor Europese looiers is dus een halffabriek (wetblue). Leveranciers van wetblue zijn ook looiers die hun individuele leveringsketen hebben georganiseerd.

De situatie verschilt echter flink van land tot land. Europese looiers in Duitsland, Nederland, Spanje en het Verenigd Koninkrijk hebben in hoge mate levering van verse (of gekoelde) huiden en vellen ontwikkeld en kopen over het algemeen rechtstreeks bij het slachthuis in. Dit is een praktijk waarmee de oorsprong van het ruwe materiaal eenvoudiger te identificeren is. Omdat het verwerken van verse of gekoelde huiden meer waarschijnlijk is bij grotere leerlooierijen is het aannemelijk dat het onderzoek hieronder de mate van deze praktijk aangeeft.

2.4. Aantal leveranciers (aanvinken)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% bedrijven
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%
Meer dan 50	0	0		0	1	0	1	0	0			2,7%

Gemiddeld hebben Europese looiers vooral met 10 tot 20 verschillende leveranciers te maken. Slechts 15% van de steekproef heeft meer dan 20 leveranciers en hieronder zijn degenen die meer dan 50 leveranciers hebben een uitzondering.

Bijna 40% van de looiers in de steekproef heeft minder leveranciers (tussen de 1 en de 10). Een klein aantal leveranciers komt vaker voor bij leerproducenten in nichegebieden. Op Europees niveau kan dit aantal enigszins overschat zijn.

2.5. Aantal bestellingen (aanvinken)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% bedrijven
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%
Meer dan 50	11	7	7	3	3	5	2	4	4			61,3%

De overgrote meerderheid van Europese leerlooiers plaatst meer dan 50 bestellingen voor ruwe materialen per jaar. Minder dan 10% plaatst minder dan 20 bestellingen voor ruwe materialen.

Dit patroon onthult dat het moeilijk is voor Europese looiers om hun voorraden van ruwe materialen te beheren en samenhangende partijen te maken voor productie.

2.6. Relatie met leveranciers (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewogen gemiddelde %
Stabiel	85	84	90	92	70		96	97	77	75	85	82
Incidenteel	15	15	10	8	30		4	3	23	25	15	14

De relatie tussen looiers en hun leveranciers is over het algemeen stabiel. Maar Europese looiers rapporteren ook dat ze hun standaard leveranciers moeten aanvullen met aankopen van incidentele leveranciers.

2.7. Grootte van leveranciers (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewogen gemiddelde %
Groter	75	57	54	94	60		48	84	30	35	50	66
Kleiner	25	43	46	6	40		52	16	70	65	50	31

De leveranciers van ruwe materialen van Europese looiers zijn gemiddeld groter dan zichzelf. Dit is echter geen algemeen kenmerk in heel Europa. In landen zoals Portugal, Bulgarije, Zweden of zelfs Litouwen kunnen looiers groter zijn dan hun leveranciers van ruwe materialen. .

Dit is vooral belangrijk om de onderhandelingskracht van beide partijen te kunnen inschatten.

De grootte van de onderneming is echter niet de enige relevante factor tussen leverancier en koper bij het beoordelen van de mogelijkheid van looiers om de zakelijke relatie te beïnvloeden. Naast de grootte van de bedrijfspartners speelt het relatieve belang van de aankoop ook een belangrijke rol, d.w.z. het relatieve gewicht als het gaat om de handel van een bepaalde klant in de boeken van de leverancier.

Het hoge aantal bestellingen in combinatie met het grote aantal leveranciers en het feit dat leveranciers meestal groter zijn dan looiers, leidt tot het idee dat de handel in huiden en vellen een zeer gefragmenteerde markt is waar individuele looiers in principe weinig onderhandelingskracht hebben bij hun leveranciers.

Vragen 2.8 en 2.9 gingen over het vermogen van de looier om de oorsprong van de huiden en vellen die ze voor hun werk kopen te kunnen identificeren.

2.8. Identificatie van de bron (aanvinken)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% bedrijven
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%

Het overgrote deel van de Europese looiers zegt te weten wat de oorsprong van de gekochte ruwe materialen is.

2.9. Identificatie van: (aanvinken)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% bedrijven
Land	12	10	12	5	6	7	4	3	10	2	1	96,0%
Slachthuis	5	1	7	2	3	2	3	2	5	0	1	41,3%
Boerderij/kudde	0	0	2	0	0	6	1	0		0		12,0%
Cohort	8	0	1	0	0	6	0	0		1		21,3%

Toen Europese looiers echter werd gevraagd om specifiek antwoord te geven over de oorsprong van hun ruwe materiaal blijkt dat ze zonder moeite het land van herkomst kunnen noemen maar dat het percentage dat het slachthuis kan identificeren lager ligt dan 50%. Er zijn relatief weinig looiers die de boerderij, de kudde of het cohort kunnen identificeren van de dieren waarvan ze de huid of het vel hebben gekocht.

Vragen 2.10 en 2.11 gingen over de communicatie van Europese looiers binnen de leveringsketen.

De vragen waren bedoeld om te kunnen zeggen of Europese looiers communicatiekanalen hebben geopend met de economische sectoren die de natuurlijke hulpbronnen beheren en de huiden en vellen genereren.

2.10 Communicatie (aanvinken indien ja)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% bedrijven
Slachthuizen	8	7	10	1	5	4	3	2	5	2	1	64,0%
Ondernemingen voor diertransport	1	1	4	0	0	0	3	0		0		12,0%
Boeren	2	2	5	0	0	0	2	0		2		17,3%

Europese looiers geven met hun antwoorden aan dat ze veel communiceren met slachthuizen, die de ruwe materialen feitelijk genereren. Communicatie met de veesector ligt veel lager en er is nog minder communicatie met de veetransportbedrijven.

Dit patroon geeft de afstand aan tussen looiers en de mensen die rechtstreeks met de dieren te maken hebben.

2.11 Wijze van communicatie (aanvinken)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% bedrijven
Elektronisch	10	7	9	2	3	3	4	4	5	2		65,3%
Papier	7	3	5	1	2	1	2	4		0	1	34,7%
Persoonlijk contact	9	6	10	2	2	6	4	4	5	2	1	68,0%
Anders:.....	0	0	0	0	1	0	1	0		0		2,7%

Moderne elektronische communicatie en persoonlijk contact zijn de belangrijkste manieren van communicatie van Europese looiers met hun leveranciers.

Onderdeel 3. Hoe kan een betrouwbaar verzekeringsmechanisme worden georganiseerd?

Dit onderdeel van de enquête betrof de ideeën van Europese looiers over het bieden van een praktische oplossing voor maatschappelijke zorgen en druk van klanten in verband met geleverde ruwe materialen.

Looiers kunnen de oorsprong van huiden en vellen aan klanten en het grote publiek garanderen, als de relevante informatie verkrijgbaar is, maar we hebben in eerdere onderdelen gezien dat het niet eenvoudig is om verder dan het slachthuis te kijken. Er zijn echter ook andere overwegingen die binnen deze context bijzonder relevant zijn:

- Commercieel vertrouwelijke informatie; looiers in het algemeen en Europese looiers in het bijzonder aarzelen logischerwijs om hun leveranciers bekend te maken, aangezien volledige transparantie hun concurrentiepositie zou verzwakken.
- Openbaar maken van de leveringsketen sluit onethische situaties niet noodzakelijk uit.

De antwoorden van Europese looiers moeten het soort managementoplossing laten zien waarin geloofwaardigheid en betrouwbaarheid met vertrouwelijkheid worden gecombineerd.

3.1. Hoe kan een betrouwbaar verzekeringsmechanisme worden georganiseerd?

Om garanties te kunnen geven over aspecten van de ruwe materialen van een looier, moet de looier dergelijke garanties van zijn leverancier verkrijgen. De leverancier kan garanties over zijn eigen handel geven maar niet noodzakelijk over de omstandigheden bij zijn voorganger. Hiervoor zou de leverancier weer garanties van zijn leverancier moeten krijgen enzovoort, tot aan de geboorte van het dier.

Europese looiers werd gevraagd om een aantal gegeven managementopties een cijfer te geven van 1 tot 5, waarbij 5 volgens hen de beste optie was en 1 de minst geschikte optie. De cijfers mochten elk maar één keer voorkomen.

3.1. Hoe organiseren (gemiddelde 1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewogen gemiddelde
Een richtlijn voor een zelfverklaring van leveranciers	2,8	2,82	3,2	4	2,3	2,4	3,75	3	4	5	4	3,0
Een contractuele clause in de leveringsovereenkomst	3,7	3,27	3,2	3,4	2,6	3,86	3,75	3,5	4,1	5	5	3,6
Publieke maatschappelijke betrokkenheid vanuit de onderneming	2,3	2,27	2,3	1,4	2,4	3	2,5	2,75	1,3	3	2	2,3
Een multistakeholder-gedragscode	2,8	2,09	2,9	1,8	2	3,43	3,25	3,5	3,5	2	3	2,7
Anders:.....	0,6	0,09	0,4	0	0,7	0,14	0	1,25	2,1	0	1	0,5

De voorkeursoptie van Europese looiers is om hun ethische principes en waarden in een contractuele clause in leveringsovereenkomsten op te nemen. Een dergelijke clause

zou ervoor moeten zorgen dat bepaald onethisch wangedrag niet plaatsvindt, zodat de verantwoordelijkheid voor het verzekeren van leveringen naar de zakenpartner wordt verschoven.

De tweede voorkeur gaat uit naar het opstellen van een richtlijn voor een zelfverklaring door de leverancier. Een dergelijke zelfverklaring is een eenzijdige verplichting van de leverancier om ruwe materialen te leveren die zijn geproduceerd volgens van tevoren bepaalde omstandigheden.

De derde optie die Europese looiers zouden verwelkomen is een 'multistakeholder-gedragscode'. Voor een dergelijk managementsysteem is de samenwerking van verschillende relevante stakeholders in de leveringsketen van huiden en vellen nodig en alle betrokken partijen moeten ervoor zorgen dat het systeem op bedrijfsniveau wordt geïmplementeerd. Dergelijke systemen werken meestal op basis van controles en certificering.

Publieke leveranciersbetrokkenheid vanuit de onderneming en andere opties ontvingen minder dan gemiddelde steun.

Onderdeel 4. Hoe kan een geloofwaardige garantie worden gegeven aan het algemene publiek?

Onafhankelijk van een mogelijk managementsysteem voor garanties wilde de vragenlijst het begrip van Europese looiers peilen als het gaat om de beschikbare traceermogelijkheden van huiden en vellen waarmee een garantiemechanisme kan worden opgebouwd dat in de ogen van klanten en consumenten geloofwaardig zou zijn.

Er werden verschillende opties ter beoordeling aan de respondenten voorgesteld. Deze opties verwezen naar twee aspecten:

- het feitelijke instrument waarmee een redelijke zekerheid van goede (ethische) praktijken kan worden bereikt, en
- het bewijzen van naleving, bijv. controles en certificering.

4.1. Hoe kan een geloofwaardige garantie worden gegeven aan het algemene publiek?

Europese looiers werd gevraagd om een lijst van voorgestelde opties cijfers te geven van 1 tot 5, waarbij 5 in hun ogen de beste optie was en 1 de minst goede. De cijfers mochten meerdere keren voorkomen.

4.1. Geloofwaardige garantie aan het publiek (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewogen gemiddelde
Een identificatieplaatje	3	3,64	4,4	1,6	3,8	2,43	3	2,75	4,7	2,5	5	3,2
Documentatie op papier voor partijen	2,6	3	2,5	3,2	2,6	2,57	3	3,25	0	2	4	2,6
Een zelfverklaring voor kuddes	2,1	2,18	2,2	0,4	1,1	0,86	3,25	2	3,1	2,5	3	2,0
Slachthuizen	2,1	1,91	1,9	1,8	1	2,14	3,25	2	0	5	4	2,0
Leveranciers	2,3	2,27	1,9	2	0,8	1,86	3,5	2,75	0	5	4	2,2
Een certificaat voor kuddes	2,8	2,73	2,2	0,4	1,3	0,71	4,25	2,25	3,8	3,5	3	2,5
Slachthuizen	2,9	3,18	2,1	1,4	2,1	1,86	3,75	2,25	0	5	4	2,7
Leveranciers	3,2	3,55	2	1,6	1,7	1,29	3,75	3,25	0	4,5	4	2,8
Een 'zwarte lijst' voor leveranciers	3,2	2,18	2,6	1,6	3,1	4,29	3,25	4,5	2,1	4	1	2,9
Een lijst met 'goede' leveranciers	3,5	1,91	2,2	2,4	2,3	4,57	3,75	4,5	1,4	5	5	3,1

Europese looiers zouden bij voorkeur een systeem verwelkomen waarin de informatie op de oormerken van Europese slachtdieren - die zijn opgegroeid, getransporteerd en geslacht volgens wettelijke specificaties, vooral op het gebied van dierenwelzijn - voor hen beschikbaar zou worden. Met een dergelijk mechanisme zou de looier inderdaad een duidelijk beeld hebben van alle afzonderlijke Europese huiden of vellen die de productielijn binnenkomen. Europese looiers die exclusief Europese ruwe materialen verwerken zouden dan in staat zijn om bepaalde duidelijke garanties aan hun klanten en aan het grote publiek te geven betreffende de ethische code die ten grondslag ligt aan Europese productiemethoden en -praktijken.

Een dergelijk identificatiemechanisme lost echter niet alle problemen op, aangezien huiden en vellen of wetblue uit niet-Europese landen niet onder een dergelijk mechanisme vallen.

De tweede optie die Europese looiers zouden verwelkomen is de mogelijkheid om collectief 'goede' en 'slechte' leveranciers te kunnen onderscheiden door deze uit een lijst te kiezen.

Het certificeren van leveranciers, slachthuizen of kuddes kreeg ook redelijk veel steun.

De volgende optie die Europese looiers voor ogen hebben is een mogelijk papieren systeem voor partijen. Looiers die verse en gezouten huiden en vellen gebruiken, ontvangen van hun leveranciers een verplicht hygiënedocument dat certificeert dat het dier waar de huiden of vellen van afkomstig zijn is geïnspecteerd voor de slacht (en in bepaalde gevallen ook na de slacht) en geschikt is bevonden voor menselijke consumptie. Bij import uit niet-Europese landen hoort een iets andere verklaring, maar deze heeft een vergelijkbare waarde. Dergelijke documenten onthullen echter niet veel over de ethische behandeling en verwerking van het materiaal zelf. Ze geven wel bepaalde nuttige informatie op basis waarvan garanties kunnen worden gegeven, bijv. het land van herkomst van het ruwe materiaal.

De minste steun werd gegeven aan de opties die een mechanisme van zelfverklaring door leveranciers, slachthuizen of boerderijen voorstelden. Zelfverklaring impliceert inderdaad niet noodzakelijk een verplichting en verschillende systemen van zelfverklaring hebben niet noodzakelijk dezelfde dekking, zodat een dergelijk mechanisme erg moeilijk te beheren is. Op het gebied van geloofwaardigheid zou het ook zijn zwakheden hebben aangezien het alleen op vertrouwen is gebaseerd.

4.2. Hoe moet worden gecontroleerd of hieraan wordt voldaan?

De laatste vraag ging over de mogelijke opties om naleving te controleren. Europese looiers werd gevraagd om een aantal gegeven mogelijkheden een cijfer te geven waarbij 5 de beste optie was en 1 de slechtste. Respondenten konden meerdere keren hetzelfde cijfer geven.

4.2. Soort controle (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Gewogen gemiddelde
Door kopers	2,5	2,73	3,5	3,2	2,1	2,71	2	2,5	1,7	4	2	2,6
Door een onafhankelijke partij: Veterinaire / gezondheidsinstanties	3,6	2,36	3,1	2,2	2,4	2	4,25	2,75	1,8	4	5	3,1
Ngo's	2,6	1,36	2	1	1,3	1,14	2	3,25	2,7	1,5	1	2,1
Technische centra	2,8	3,09	3,2	1,6	1,6	2,14	4	4	4,2	2	4	2,8
Anders:	0,6	0,09	0	0,4	0,1 4	0,14	0	0,75	0	2,5		0,4
Door de sectorinstellingen en stakeholders samen	2,6	3,27	2,9	1,4	2,8	3,14	4	2,5	4,8	2	3	2,8

De Europese looiers willen het liefst dat een onafhankelijke instantie, dus een derde partij, de naleving van basale ethische productiestandaarden controleert. Ze begrijpen dat het de rol van veterinaire/gezondheidsinstanties moet zijn om te controleren of ook de leveranciers van de dieren en de slachthuizen volgens sociale, milieu- en dierenwelzijnsregels werken.

Volgens Europese looiers zouden technische centra deze rol ook kunnen ontwikkelen.

Europese looiers begrijpen dat, naast technische centra, de instituten die de verschillende stakeholders vertegenwoordigen een controlemechanisme kunnen opzetten.

De laatste optie die meer dan gemiddelde steun ontving is een controlesysteem door de koper, waarbij de looier of zijn vertegenwoordiger dus daadwerkelijk de leverancier bezoekt om te controleren of aan zijn eisen op het gebied van bedrijfsethiek is voldaan. Dit geeft een basis voor garanties waarmee hij zijn leer kan verkopen.

Deel III: Conclusies & aanbevelingen

1. Conclusies

Consumenten willen steeds vaker de garantie dat de door hen gekochte producten niet alleen geschikt zijn voor hun doel maar ook veilig zijn en in hun hele levenscyclus onder correcte omstandigheden zijn geproduceerd. Overtredingen van sociale, milieu- of ethische waarden stigmatiseren het product en de producent in de ogen van consumenten, die steeds meer op zoek zijn naar duurzame consumptiegewoonten.

Europese leerlooiers erkennen dat consumenten en klanten het belangrijk vinden wat er gebeurt voordat de huiden of vellen in slachthuizen worden gegenereerd.

Europese looiers rapporteren dat consumenten hun zorgen over een specifiek 'schandaal' slechts korte tijd behouden en dat hun klanten steeds vaker een meer algemene proactieve houding van leerleveranciers eisen.

De negatieve effecten van sensatienieuws in de media worden het meest gevoeld door looiers in termen van het publieke imago van het bedrijf of de sector en niet in concrete economische effecten of gevolgen voor het personeelsbestand.

Europese looiers zijn geïnteresseerd in een meer proactieve houding richting transparantie en tracering, maar erkennen ook de praktische problemen bij het implementeren van een bepaalde strategie. Ze moeten aan de ene kant commercieel vertrouwelijke informatie beschermen en aan de andere kant rekening houden met de betrokkenheid van stakeholders.

2. Aanbevelingen

De overgrote meerderheid van lederen producten die in de EU-markt worden verkocht is geïmporteerd, vooral uit landen waar sociale, milieu- of ethische standaarden niet altijd worden gerespecteerd. Het imago van leer in het collectieve denken wordt geconditioneerd door de informatie die de markt bereikt over praktijken in verre gebieden die niets te maken hebben met wat er in de Europese leerindustrie normaal is. Leer als zodanig lijdt onder dit geschade imago.

In een dergelijke context hebben de Sociale Partners van de Europese Leerindustrie de volgende aanbevelingen:

1. Het consumentenvertrouwen in leer als duurzaam materiaal moet worden opgebouwd door gezamenlijke inspanningen van de waardeketen van Europees leer, waarbij de verschillende schakels in de waardeketen elk hun rol spelen zodat een allesomvattend systeem ontstaat.
2. Consumenten moeten bewust worden gemaakt van de onderscheidende waarden van Europese leerbedrijven zodat ze geïnformeerde beslissingen kunnen nemen. Er moet worden onderzocht of de Europese regulerende omgeving van veterinaire/gezondheidsaspecten van huiden en vellen en dierenwelzijn als basis kan dienen voor een garantiesysteem van goede procedures.

3. Een gekwalificeerd stelsel van herkomstmarkering van leerproducten (herkomst van het artikel + herkomst van het leer) kan consumenten in Europa waardevolle informatie geven waarop ze hun aankoopbeslissingen kunnen baseren.
4. De mechanismen en de inhoud van clausules in leverancierscontracten voor ruwe materialen van looiers moeten worden ontwikkeld en in de waardeketen worden getest, minstens tot aan de slachthuizen.
5. De praktijken die reden tot zorg kunnen zijn in niet-EU-landen moeten worden gecontroleerd en leverende landen moeten worden geordend om Europese ondernemers te begeleiden bij het kiezen van betrouwbare bronnen van huiden en vellen.
6. Het standaardiseren van een traceersysteem dat de bescherming van commercieel vertrouwelijke informatie verzekert en toch een redelijke transparantie biedt op het gebied van aspecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen in de waardeketen moet verder worden onderzocht.