



Transparência na origem dos couros & peles
VS/2011/0145

Relatório Final Europeu

Agradecimentos

A COTANCE agradece a ETUF:TCL, o seu Parceiro Social e parceiro neste projecto financiado pela UE pela excelente colaboração prestada ao longo da iniciativa.

Entusiasmados pelo mesmo espírito de serviço ao sector, as suas empresas e aos seus trabalhadores, ambos os lados da Industria Europeia de Curtumes desenvolveram num ambiente de Dialogo Social perfeito a todos níveis e com o apoio activo dos seus membros, um exercício de alto nível na pesquisa, análise e intercambio de informação na área da Transparência e Rastreabilidade na fileira de abastecimento dos Couros e Peles. Este trabalho fornece a Industria a necessária informação para desenvolver acções posteriores nesta importante área para o desenvolvimento sustentável do sector.

Os parceiros deste projecto expressam a sua particular gratidão as empresas e aos representantes dos trabalhadores que apoiaram e contribuíram para o desenvolvimento de todas as actividades.

Finalmente, a COTANCE e a ETUF:TCL agradecem a Comissão Europeia e, em particular a Direcção Geral para os Assuntos Sociais pelo financiamento recebido para o desenvolvimento deste projecto.

Preambulo

Apesar do couro, enquanto material despertar uma forte atracção nas pessoas, e um facto que a industria de curtumes ainda lembra ao publico em geral uma imagem de sujidade, poluição, trabalho agressivo ou crueldade para com os animais, essencialmente devido a campanhas de movimentos activistas que procuram visibilidade. Para estes movimentos os fins são mais importantes que os meios. Alegações efectuadas na perseguição de um objectivo são muitas vezes realizadas com base em argumentos falsos e enganadores no que respeita a realidade Europeia, mas tristemente as evidencias também indicam que existem problemas em determinados sub-sectores da industria, principalmente em países de produção de baixos custos. Baixos custos são muitas vezes sinónimos de baixos padrões sociais e ambientais.

Títulos da Comunicação Social tais como “Veneno nas Peles” ou “A pior Industria poluidora” criam uma predisposição negativa nos consumidores em relação a escolha de produtos em pele. O dano que este estado de coisas causa na Industria de Curtumes afecta ambos Empresas e Trabalhadores na mesma medida. O papel de beneficio que aportam a sociedade não só não é reconhecido, como é desacreditado.

A Industria de Curtumes Europeia é vitima da imagem transmitida por estas organizações activistas e pela Comunicação Social. É bem provável que nem todas as empresas de curtumes na Europa ainda não tenham atingido os padrões mais elevados em todos os aspectos do desenvolvimento sustentável e, pontualmente, algumas melhorias seriam necessárias ou desejáveis. Contudo, colectivamente, a Industria de Curtumes Europeia detém a liderança mundial em termos de desempenho social e ambiental, e na generalidade nos seus princípios e praticas.

Introdução

A COTANCE e a ETUF:TCL tem vindo a abordar a imagem da Industria de Curtumes em vários projectos conjuntos desde a passagem do Milénio, como parte do seu Programa de Dialogo Social.

Porque a Transparência & Rastreabilidade na cadeia de abastecimento dos Couros & Peles? Qual a ligação a imagem do Sector de Curtumes?

A Industria de Curtumes recupera um resíduo de uma outra industria e transforma-o num material com propriedades únicas e com forte poder atractivo. são os hábitos alimentares das pessoas no planeta que são a força motriz da produção de matérias-primas para a Industria de Curtumes. Os animais são abatidos para a produção de carne e nenhum animal deixaria de ser abatido só por não haver procura por Couros. Os Couros e Peles são subprodutos animais e tem pouca ou nenhuma influencia nas politicas e praticas a montante da produção de peles.

Contudo, as pessoas, principalmente em economias desenvolvidas querem saber como só produtos que consomem se comportam em termos sociais, ambientais e outros aspectos éticos; e isto aplica-se ao longo do ciclo de vida do produto, desde o “berco ate a sepultura”.

Apesar das fronteiras do sistema da Industria de Curtumes começarem com o aparecimento dos Couros e Peles, quando os animais são esfolados no matadouro, as pessoas logicamente fazem a ligação entre a pele do animal e o couro e associam a criação de animais com a produção de couro.

Existem certos aspectos da Criação de Animais anteriores ao inicio do ciclo de vida dos Couros e Peles que despertam preocupação na sociedade. Estes aspectos dizem respeito a assuntos sociais e ambientais clássicos, como o respeito de normas de trabalho essenciais e a utilização responsável dos recursos naturais, mas também, mais recentemente, questões de bem-estar animal, como praticas adequadas de criação de animais, seu transporte e métodos de abate humanos.

Mas praticas em quintas, durante o transporte de animais e na altura do abate são infelizmente colocadas sobre os ombros da Industria de Curtumes quando apontadas por organizações activistas de defesa dos animais sem qualquer tipo de escrúpulos, divulgando informações falsas de que estas praticas existem devido ao facto do couro ser produzido e consumido.

Felizmente, a Europa dispõe de um enquadramento legal que assegura que as mas praticas na agricultura e na industria das carnes são, se ocorrerem, uma excepção. Contudo, isto não e necessariamente o caso em outros países, principalmente nos países em desenvolvimento, nos quais a produção de carne registou um crescimento exponencial quando comparados com os países desenvolvidos.

De acordo com as estatísticas da FAO, os países em desenvolvimento ultrapassaram os países desenvolvidos na produção de couros de bovino no final da década de 1990 e na produção de peles de ovelha e cabra no início da década de 2000. E existem países onde existem nítidas insuficiências na área do bem-estar animal e a produção de couros e peles aparece sistematicamente na Comunicação Social.

Os Curtidores europeus que se abastecem de Matérias-primas de países estrangeiros estão crescentemente expostos ao risco de serem publicamente estigmatizados por assunto que estão além do seu controlo e influencia.

Os Parceiros Sociais Europeus decidiram em 2011 desenvolver um projecto nesta área para avaliar:

- Os efeitos da Comunicação Social na imagem da Industria,
- Os meios técnicos disponíveis para identificar a origem das matérias-primas, e
- A opiniao do sector acerca do desenvolvimento de instrumentos que pudessem defender as empresas de Curtumes Europeias e os seus Recursos Humanos de ataques injustificados.

O objectivo geral e dotar ambos os lados da industria com a informação necessária para entenderem o tema e elaborarem ao cuidado dos Parceiros Sociais da Industria de Curtumes Europeia, recomendações para acções futuras nesta área.

O presente Relatório analisa e interpreta as respostas dadas por uma amostra representativa da Industria de Curtumes Europeia em assuntos chave relativos a Transparência & Rastreabilidade de Couros e Peles.

Parte I: A amostra

No âmbito do projecto, a COTANCE conduziu uma consulta de empresas de Curtumes em 12 Estados-Membros.

Foi acordado um questionário entre os Parceiros Sociais (Anexo 1) e traduzido para as diferentes línguas dos países participantes na iniciativa.

As Associações Nacionais dos 12 países participantes, foram convidadas a submeter o questionário a uma amostra representativa de empresas de curtumes do seu país.

Pais	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	TOTAL
Numero de Inquiridos	12	11	12	5	7	7	4	4	10	2	1	75
% da Produção Nacional	10%	22%	60%	65%	60%	23%	100%	80%	40%	40%	80%	
Coefficiente UE	15	4	2	2	2	1	1	1	1	0,5	0,5	30

O estudo foi realizado no inicio de 2012.

75 empresas de 11 Estados-Membros responderam ao questionário.

As respostas nacionais foram analisadas num Relatório Nacional específico.

Quando apropriado, para analisar os dados ao nível Europeu, as varias respostas nacionais foram ponderadas em relação a importância relativa dos sectores Nacionais através da atribuição a cada país de um coeficiente que reflecte o seu ponderador específico.

As empresas de Curtumes foram também convidadas a identificar o sector de destino da sua produção de couro, para avaliar a sua coerência em relação ao sector como um todo.

Pais	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	P	BG	LT	Total Empresas	% Empresas
Calçado	8	8	8	4	4	5	2	3	6	1	1	50	66,7%
Marroquinaria	8	9	11	4	2	5	2	3	1	0	1	46	61,3%
Vestuário/Luvas	3	6	6	3	1	5	2	1	2	1	0	30	40,0%
Mobiliário	2	2	3	0	3	1	2	2		0	0	15	20,0%
Automóvel/Aeronautica	2	2	2	1	4	1	1	1	1	0	0	15	20,0%
Curtido ao Crómio	0	0	0	1	1	1	0	2		1	1	7	9,3%
Outros	1	2	9	2	2	5	2	0		0	0	23	30,7%

Da tabela acima resulta que as Empresas de Curtumes fornecem, em geral, mais do que um mercado de destino, reflectindo a realidade no terreno.

A amostra pode, portanto, ser considerada como representativa da Industria de Curtumes Europeia.

Parte II: Perguntas & Respostas

Secção 1. Até que ponto existe uma percepção deste tema na Indústria?

Um número de questões relacionadas com a percepção do consumidor acerca do couro / Industriais de Curtumes quando confrontados com as questões da Responsabilidade Social e Ambiental em ligação a origem dos Couros e Peles, tais como trabalho infantil, aquecimento global, bem-estar animal...

As respostas dos Curtidores europeus fornecem, como é evidente, uma visão subjectiva da reacção dos consumidores as “noticias escândalo” na cadeia de fornecimento de Couros e Peles, dado que os Industriais não têm qualquer relação directa com eles. Também, ao responderem, os Industriais também podem ter várias situações em mente. A fotografia que este conjunto de perguntas irá proporcionar não é representativa de nenhum “escândalo” em particular, mas sim de uma situação típica na qual o Couro e os Industriais estão a ser considerados responsáveis por algo que está para além do seu controlo.

A sua opinião pode ser considerada indicativa da empatia que os Industriais Europeus criam com o público em geral.

1.1. De acordo com a sua experiência, que tipo de notícias relacionadas com o aprovisionamento de couros e peles tem um maior nível de impacto junto do consumidor?

A tabela seguinte apresenta os resultados em *ranking*:

Pais	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU
1.1. Shocking potential (Ranking)												
Trabalho Infantil ligado aos couros e peles	4	1	1	5	1	4	1	1	1	1	1	1
Condições de trabalho sem regras de Higiene e Saúde em matadouros	5	3	3	4	6	3	4	2	3	5	2	3
Trabalho forçado ou obrigatório em explorações pecuárias	6	7	3	6	3	4	3	1	6	4	3	5
Desmatção florestal	4	4	5	7	4	5	3	3	8	3	3	4
Riscos Químicos	2	5	6	6	6	1	5	4	7	2	3	3
Maus tratos animais em explorações pecuárias	3	6	4	2	5	3	2	1	4	1	2	2
Maus tratos animais no transporte para o matadouro	3	6	3	1	2	2	1	2	5	1	3	2
Métodos de abate “desumanos”	1	2	2	3	5	2	4	1	2	2	2	1

As seguintes conclusões podem ser retiradas a nível Europeu:

1. Trabalho Infantil ligado aos couros e peles constitui, em conjunto com Métodos de abate “desumanos” os temas que os Industriais consideram como tendo maior potencial de choque para os consumidores.

2. Estes são seguidos por Outros Assuntos relacionados com bem-estar animal – em 2. Lugar – e Condições de Trabalho e Riscos Químicos em 3. lugar.

Claramente, os Industriais percebem como particularmente chocante para os consumidores situações onde estão indefesos como o Trabalho Infantil ou o Abate de Animais.

1.2 – 1.4. Considera que os consumidores se importam quando a Comunicação Social difunde histórias chocantes acerca do comportamento irresponsável dos operadores económicos em termos dos aspectos Sociais ou Ambientais nas cadeias de abastecimento?

Os Industriais deveriam indicar que profundidade atinge a sua impressão negativa nos consumidores se a sua resposta for “que se importam”.

Se a sua resposta for “que se importam e se lembram”, foram questionados ainda para indicar que tipo de reacção pensam que teriam os consumidores.

1.2. Percepção de como os consumidores se importam (% de inquiridos)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Average)
Importam-se	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. Percepção do impacto negativo na mente dos consumidores (% de inquiridos)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	Lt	EU (Average)
Importam-se e esquecem	100,0	18,2	16,7	60,0	42,9	28,6	25,0	25,0	10,0	0,0	100,0	38,8
Importam-se e lembram-se		72,7	50,0		42,9	28,6	75,0	50,0	30,0	50,0		36,3
1.4. Percepção de como os consumidores reagem (% de inquiridos que pensam que os consumidores mantêm a imagem negativa na sua mente)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Average)
Tentam obter garantias		50,0	57,1		33,3	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		64,0
Boicotam o couro		50,0	42,9		66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		16,0

Os Industriais entendem que os consumidores são claramente sensíveis a questões éticas nas cadeias de abastecimento e em particular aquelas relacionadas com a cadeia de abastecimento dos Couros e Peles.

No que toca a avaliar o que permanece na memória dos consumidores, os Industriais Europeus estão divididos. Em alguns países como e o caso da Itália, Lituânia ou o Reino Unido, a percepção dos Industriais é de que os consumidores tendem a não manter memória das notícias escandalosas durante muito tempo.

Outros países apontam num sentido oposto com um numero significativo de consumidores sensibilizados.

Contudo, a reacção dos consumidores percebida principalmente pelos Industriais de Curtumes é de que os consumidores sensibilizados tentam fundamentalmente obter garantias mais do que mostrar o seu descontentamento, sancionando o produto.

No entanto, é altamente significativo que o maior consumidor Europeu, a Alemanha reporta uma radicalização importante do comportamento dos consumidores, que também é testemunhada pelos Industriais em Espanha e França, que também são importantes mercados de consumo.

1.5.- 1.6. Como é que os seus consumidores interpretam estas preocupações sociais?

No que toca aos consumidores, a interpretação do comportamento dos consumidores não é subjectiva como no conjunto de questões anteriores. A este nível, a percepção dos Industriais é baseada na sua experiência em relação às reacções dos consumidores.

Os Curtidores europeus responderam, atribuindo uma percentagem às várias opções propostas, por exemplo, 80% dos clientes não traduzem estas preocupações em acção. Para as questões de avaliação do tipo de reacções, foi solicitado que assegurassem que o total das respostas atingisse 100%.

1.5 Interpretação dos clientes (assinale)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	UE (Média Ponderada)
Eles estão preocupados (% de respostas)	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 Indicar percentagens para:	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	UE (Média Ponderada)
Não se traduzem em acção	65	67	37	77	41	95	56	70	73	90	25	63,3
Contactam os fornecedores	17	15	23	4	25	2,7	14	20	15	10	70	16,9
Pedidos específicos	17	17	40	18	34	2,3	30	10	12		5	18,6
Outros	2,1	1		1	0	0	0	0	0			1,3

Esmagadoramente, os clientes dos Industriais de Curtumes expressam as suas preocupações, aos seus fornecedores de couro, quando a Comunicação Social difunde histórias que relatam práticas pouco éticas na cadeia de abastecimento dos Couros e Peles. Apenas os Búlgaros e Romanos parecem ter uma experiência diferente.

Contudo, os Industriais Europeus percebem que os seus clientes geralmente não traduzem as suas preocupações em acções preventivas. Altos níveis de reacções por parte dos consumidores são notados na França, Alemanha e Lituânia.

A reacção mais comum dos clientes em relação aos seus fornecedores de couros é a comunicação dos seus princípios e valores. Tal comportamento pode ser entendido com uma expressão de necessidade de garantir que o seu produto está conforme com esses princípios e valores.

Mais de 1/3 dos clientes dos Industriais de Curtumes traduzem em acção as suas preocupações relacionadas com a ética na cadeia de abastecimento. Praticamente 1 em cada 5 exige o cumprimento de requisitos específicos em termos de garantias, enquanto 1/6 sensibilizam os Industriais para uma preocupação crescente.

1.7. Quando a Comunicação Social revela um escândalo na Indústria de Curtumes, quem é prejudicado?

Os Industriais de Curtumes classificaram as várias opções entre 1 a 5, em que 5 representa os maiores efeitos adversos e 1 os menores. Esta questão poderá ajudar a perceber até que ponto os Industriais de percepção enquanto vítimas da reacção pública a um escândalo que não lhes diz respeito directamente. As respostas também poderão revelar como os Industriais Europeus percebem as responsabilidades relacionadas com um escândalo que envolve outros membros da mesma área de negócio.

1.7 Quem sai prejudicado (1-5 médias)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	EU (Média Ponderada)
Indústria de Curtumes	2,8	3,91	3,6	2,2	3,8	2,7	3,25	2,75	4,6	5	4	3,2
Toda a Fileira do Couro do País	3,3	4,09	3,8	2,4	4	2,8	4,5	3,5	4,9	5	3	3,5
Sub-sector	2,3	2,55	3,4	1,8	3,3	1,6	2,5	3,25	3,3	4	2	2,5
Sub-sector no País	3,2	2,45	2,8	2	3,4	2,1	3,5	3,5	3,3	4	1	3,0
A empresa	4,4	3,18	3,3	3	4	4	4,75	4,25	3,4	5	5	4,0

Os Curtidores europeus entendem que o público sanciona acima de tudo a empresa directamente envolvida no comportamento pouco ético. Eles entendem que, paralelamente à empresa, as pessoas associam o comportamento inadequado às condições do país. Mas estes efeitos adversos são seguidos muito proximamente por um impacto no sector como um todo.

Aspectos do sub-sector tais como o mercado de destino do produto ou o tipo de couro parecem, aos Curtidores europeus, ser menos importantes na mente do público em geral. Isto acontece, provavelmente, porque estes aspectos são considerações mais profissionais, que não motivam interesse no público em geral.

Também se pode concluir que os Curtidores europeus tem um espírito colectivo forte. Estes tendem a sentir-se parte de uma comunidade global, na qual os seus comportamentos errados se reflectem, até certa medida, no grupo inteiro.

1.8. Após um escândalo na Comunicação Social envolvendo o couro e as suas matérias-primas, mas não a sua empresa, que consequências teme para o seu negócio e para a sua equipa?

Foi pedido aos Industriais Europeus que classificassem as várias opiniões de 1 a 5, onde 5 representa os riscos mais elevados ou o impacto efectivo no negócio e no emprego e 1 os mais baixos.

Esta questão pode ajudar a perceber os problemas práticos que os Industriais Europeus têm de enfrentar quando a imagem da indústria está sujeita a ataques da Comunicação Social.

1.8. Consequências temidas (1-5, médias)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	UE (Média Ponderada)
Menos encomendas	2	2,27	2,6	1,8	2,1	2,2	2,5	1,75	4,2	4	4	2,2
Anulação de encomendas	1,3	1,73	2,3	1	1,4	1	2	1,5	3,4	0,5	1	1,5
Redução do volume de encomendas	1,7	2,36	3,3	1,8	2,3	2	3	1,75	4	4	3	2,1
Menos candidatos para emprego	1,1	1,27	2,2	1,4	2	1	2	1,75	2,6	2	2	1,4
Não conseguir pessoas de topo para a empresa	1,3	1,27	1,9	1,4	2	1,3	2,75	1,5	2,5	3	2	1,5
Pessoal stressado e deprimido	1,3	1,09	1,8	1,4	1,8	1,3	2,75	1,5	2	2,5	3	1,5
Perder trabalhadores por considerações éticas	1,1	1,18	1,5	1	1,6	1	1,25	1,25	1,4	1	1	1,2
Perda de valor na imagem de marca da empresa	1,8	2,27	2,3	1,8	2,4	2,1	2,75	1,75	2,9	3	3	2,1
Perda de consideração enquanto Industrial de Curtumes na sociedade	2,5	2,82	2,6	1,8	3,1	2,1	2	2	4,2	4	4	2,6
Controlos Oficiais	2,5	3,36	2,8	2,8	3,6	2,3	1,5	2,25	4,5	2	3	2,7
Pressão / ataques de ONG's	2,2	2,36	2,9	2,2	3,4	1,3	3,5	2,5	4,7	2,5	3	2,5
Outros:.....	1	0		0	0	0,14	0	0	0	0		0,5

Em geral, os baixos valores médios atribuídos pelos Curtidores europeus às várias opções propostas no questionário indicam que estes não temem consequências particulares na sua empresa derivadas da perda na imagem que um escândalo na Comunicação Social pode provocar na Indústria.

Os riscos mais elevados percebidos dizem respeito ao prestígio do ponto de vista das autoridades – que poderiam sentir-se tentadas a controlar, quer as más práticas aconteçam ou não nas empresas do seu País ou Região – ou da percepção do público em geral, para a qual o Industrial poderia ter de apresentar uma justificação. Estas duas são seguidas de perto pelo medo de ataques por parte de grupos activistas. São tudo inconvenientes implicando a dedicação de tempo e de esforço nas relações públicas, a que os Industriais não estão habituados devido à sua posição na cadeia de valor (B2B).

Consequências económicas, tais como a redução ou anulação de encomendas são entendidas como de menor risco, e vêm em segundo lugar, após as consequências para a imagem, enquanto as consequências sugeridas ao nível dos Recursos Humanos são entendidas como menos realistas.

Secção 2. Como identificar as origens dos Couros & Peles?

Esta secção do questionário revela os padrões dos Curtidores europeus na selecção de fornecedores e na compra de Couros e Peles.

2.1. Matérias primas (assinalar)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Empresas
Bovinos		5	4	4	4	4	2	3	8	1	1	48,0%
Bovinos (Vitelas)		3	4	1	1	4	0	1	5	1		26,7%
Ovinos		6	3	1	0	4	1	0	2	2		25,3%
Caprinos		4	1	0	0	1	0	0	1	1		10,7%
Outros		2	1	1	1	0	1	0	0	0		8,0%

O tipo de Matérias primas usadas pelos Curtidores europeus, conforme a amostra seleccionada, reflecte, globalmente, a situação na Europa onde predominam os Industriais que utilizam Bovinos como Matéria Prima em termos de volume.

2.2. Origem (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Média Ponderada %
Mercado Interno	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
Outros Europa	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

Os Curtidores europeus abastecem-se de Matérias primas fundamentalmente no continente Europeu, mas continuam dependentes de abastecimentos vindos de fora da UE. Os fornecimentos internos necessitam de ser complementados com os de outros Países Europeus. Assim sendo, o Comércio Intra-comunitário de Couros e Peles desempenha um papel crucial para os Curtidores europeus.

A situação particular da Itália necessita de ser evidenciada. A sua dependência dos abastecimentos vindos da Europa e, especialmente, de abastecimentos Extra-UE é significativamente mais alta do que a de qualquer outro país Europeu. Esta circunstância deve-se ao tamanho da indústria Italiana, que representa cerca de 60% da produção Europeia de couro e cerca de 15% da produção global. O abastecimento de Matérias primas no mercado interno italiano só representa 5% do abastecimento total. Com o grau de dependência variável, nenhum dos sectores de curtumes nacionais na Europa consegue operar sem acesso a fornecimentos Extra-UE.

Cerca de 70% dos abastecimentos de matérias primas dos Curtidores europeus são de origem europeia.

Esta realidade do sector de curtumes Europeu é bastante reconfortante para o público em geral, dado o facto do enquadramento legal na Europa prevenir, efectivamente, comportamentos pouco éticos na cadeia de abastecimento de Couros e Peles em larga escala.

2.3. Estado (percentagem)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Média Ponderada %
Frescos	3,6	24	3	18	49	4,3	7,5	33	10			11,5
Secos	3,6	0	0	0	0	0	0	0	0	10		2,0
Salgados	37	30	68	2	29	69,7	80	18	43	50	100	38,6
Piquelados	2,7	10	8	21	4,3	14,3	0	0	2			5,4
Curtidos ao Crómio	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

Os Couros e Peles salgados constituem a principal fonte de abastecimento de Matérias primas dos Curtidores europeus.

A segunda fonte de Matérias primas é um produto intermédio (couros curtidos ao crómio / wet-blue). Os fornecedores de couros curtidos ao crómio / wet-blue são também Industriais de Curtumes que só actuam numa fase mais restrita do processo de curtumes.

Contudo, a situação varia significativamente de País para País. Os Industriais de Curtumes na Alemanha, Holanda, Espanha e Reino Unido desenvolveram em larga escala o fornecimento de couros e peles frescos (ou refrigerados), que geralmente adquirem a matadouros, que é uma prática que permite uma identificação mais fácil da origem das Matérias primas. Devido ao facto do processamento de couros frescos ou refrigerados ser realizado em fábricas de maior dimensão, é provável que o estudo fique aquém da realidade no reporte deste aspecto.

2.4. N.º de fornecedores (assinalar)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Empresas
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%

Em media os Curtidores europeus lidam com 10 a 20 fornecedores diferentes. Apenas 15% das empresas da amostra têm mais de 20 fornecedores e destes, aqueles que lidam com mais de 50 fornecedores são excepcionais.

Quase 40% dos Industriais na amostra têm um numero baixo de fornecedores (entre 1 e 10). Um numero pequeno de fornecedores é mais típico em produtores de couro especializados em nichos de Mercado. A nível europeu este numero poderá estar um pouco sobrestimado.

2.5. N° de encomendas (assinalar)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Empresas
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%
over 50	11	7	7	3	3	5	2	4	4			61,3%

A larga maioria dos Curtidores europeus efectua mais de 50 encomendas de Matérias primas por ano. Menos de 10% fazem menos de 20 encomendas de Matérias primas.

Este padrão revela a dificuldade dos Curtidores europeus em gerir os seus fornecimentos de Matérias primas e para preparar lotes equilibrados para entrarem em produção.

2.6. Relação com fornecedores (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Média Ponderada %
Estável	85	84	90	92	70		96	97	77	75	85	82
Ocasional	15	15	10	8	30		4	3	23	25	15	14

A relação entre os Industriais de Curtumes e os seus fornecedores é na generalidade estável. Mas os Curtidores europeus também assinalam que necessitam de complementar os seus fornecedores habituais com fornecedores ocasionais.

2.7. Dimensão dos fornecedores (%)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Média Ponderada %
Maior	75	57	54	94	60		48	84	30	35	50	66
Menor	25	43	46	6	40		52	16	70	65	50	31

Os fornecedores de matérias primas dos curtidores europeus são em média maiores que estes. Contudo, esta circunstância não é geral na Europa. Em países como Portugal, Bulgária, Suécia ou até a Lituânia, as empresas de curtumes poderão ser maiores que os seus fornecedores.

Esta questão é importante para equilibrar o poder de negociação de ambos os lados.

Contudo, a questão da relação da dimensão não é o único parâmetro relevante entre fornecedor e cliente em termos de aferição da capacidade dos Industriais de Curtumes em influenciar a relação de negócios. Adicionalmente, a importância dos fornecedores em termos do seu peso no fornecimento total da empresa de curtumes também é um aspecto relevante.

O elevado numero de encomendas ligado ao elevado numero de fornecedores e ao facto dos fornecedores serem, na generalidade, maiores que as empresas de Curtumes, permite facilmente compreender que o abastecimento de couros e peles é um Mercado altamente fragmentado, no qual as empresas de Curtumes têm um fraco poder negocial, em relação aos seus fornecedores.

As Questões 2.8 e 2.9 abordam a capacidade do curtidor identificar a origem dos couros e peles por este adquiridos.

2.8. Identificação da fonte (assinalar)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Empresas
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%

Os curtidores europeus afirmam esmagadoramente conhecer a origem das matérias primas adquiridas.

2.9. Identificação de: (assinalar)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Empresas
Pais	12	10	12	5	6	7	4	3	10	2	1	96,0%
Matadouro	5	1	7	2	3	2	3	2	5	0	1	41,3%
Quinta / Manada	0	0	2	0	0	6	1	0		0		12,0%
Abate	8	0	1	0	0	6	0	0		1		21,3%

Contudo, quando os curtidores europeus são questionados no sentido de serem mais específicos em relação à origem dos seus abastecimentos de matérias primas, resulta que não têm dificuldades em identificar o país de origem, mas a percentagem dos que conseguem identificar o matadouro, cai abaixo de 50%. Os curtidores que têm a capacidade de identificar a quinta ou a manada são uma exceção.

As questões 2.10 e 2.11 estão relacionadas com as comunicações dos curtidores europeus com os intervenientes a montante na cadeia de abastecimento.

As questões tem como objectivo identificar se os curtidores europeus abriram canais de comunicação com os sectores que se ocupam dos recursos naturais e estão na origem da geração dos couros e peles.

2.10 Comunicação (assinalar, se sim)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Empresas
Matadouros	8	7	10	1	5	4	3	2	5	2	1	64,0%
Empresas de transporte de animais	1	1	4	0	0	0	3	0		0		12,0%
Criadores	2	2	5	0	0	0	2	0		2		17,3%

Os Curtidores europeus indicam com as suas respostas que comunicam bastante com matadouros, ou seja os geradores das matérias primas. As comunicações com criadores ou empresas de transporte de animais são significativamente mais baixas.

Este padrão reflecte a distância que separa os curtidores dos operadores directamente envolvidos com a criação de animais.

2.11 Meios de comunicação (assinalar)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	% Empresas
Electronica	10	7	9	2	3	3	4	4	5	2		65,3%
Papel	7	3	5	1	2	1	2	4		0	1	34,7%
Contacto pessoal	9	6	10	2	2	6	4	4	5	2	1	68,0%
Outros:..... ...	0	0	0	0	1	0	1	0		0		2,7%

Os meios de comunicação electrónica modernos são os principais meios de comunicação dos Curtidores europeus com os seus fornecedores.

Secção 3. Como organizar um mecanismo fiável de garantia?

Esta secção do questionário destina-se a avaliar o pensamento dos curtidores europeus em relação à criação de uma solução prática para dar resposta às preocupações públicas e às pressões dos clientes no que respeita aos abastecimentos de matérias primas.

Os curtidores podem dar garantias acerca da origem de couros e peles aos clientes e ao public em geral, se for possível obter informação relevante. Mas, como vimos na secção anterior, não sera uma tarefa fácil ir além do matadouro. Contudo, existem outras considerações que são particularmente relevantes neste contexto:

- Informação comercial confidencial: Os curtidores são relutantes em revelar as suas fontes de abastecimento, dado que esta circunstância aumentaria a sua vulnerabilidade em relação à sua concorrência.
- A revelação da cadeia de abastecimento não impede a ocorrência de situações menos éticas.

As respostas dos curtidores europeus revelam o tipo de solução de gestão que combina credibilidade, fiabilidade e também confidencialidade.

3.1. Como organizar um mecanismo fiável de garantia?

Para poder dar garantias acerca das matérias primas, o curtidor necessitaria de obter garantias paralelas dos seus fornecedores. Os fornecedores podem dar garantias acerca da sua actividade, mas não das circunstâncias relativas aos seus antecessores na cadeia de abastecimento. Para isso, os fornecedores teriam de obter garantias dos seus próprios fornecedores até ao nascimento do animal.

Foi pedido aos curtidores europeus para classificarem de 1 a 5 o numero de opções de gestão sugeridas, no qual 5 corresponde à opção considerada a melhor e 1 a pior.

3.1. Como organizar (média 1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Média Ponderada
Norma para auto-declaração de fornecedores	2,8	2,82	3,2	4	2,3	2,4	3,75	3	4	5	4	3,0
Uma cláusula contratual no contrato de fornecimento	3,7	3,27	3,2	3,4	2,6	3,86	3,75	3,5	4,1	5	5	3,6
Compromisso public social assumido pela empresa	2,3	2,27	2,3	1,4	2,4	3	2,5	2,75	1,3	3	2	2,3
Código de conduta dos membros da cadeia de abastecimento	2,8	2,09	2,9	1,8	2	3,43	3,25	3,5	3,5	2	3	2,7
Outros:..... ...	0,6	0,09	0,4	0	0,7	0,14	0	1,25	2,1	0	1	0,5

A opção preferida dos curtidores europeus é elaborar uma clausula contratual com os fornecedores onde sejam considerados os princípios e valores éticos.

Uma clausula com estas características visaria assegurar que certos comportamentos éticamente incorrectos não acontecessem, transferindo a sua responsabilidade para os seus parceiros de negócio.

A segunda opção mais preferida é negociar uma norma para auto-declaração por parte do fornecedor. Esta declaração constitui um compromisso unilateral do fornecedor em fornecer matérias primas que são produzidas em condições pré-determinadas.

A Terceira opção seria um código de conduta entre os vários intervenientes na cadeia de abastecimento. Um sistema de gestão desta natureza implicaria a colaboração dos vários intervenientes relevantes na cadeia de abastecimento de couros e peles. Sistemas deste tipo funcionam com base em auditorias e certificações.

Compromissos públicos por parte dos fornecedores e outras opções obtiveram classificações abaixo da média.

Secção 4. Como criar uma garantia credível para o público em geral?

Independentemente de qualquer possibilidade de Sistema de Gestão da Garantia, o questionário pretendia explorar o entendimento que os curtidores europeus tinham acerca dos reais meios de rastreabilidade de couros e peles que poderiam tornar um mecanismo de garantia credível aos olhos dos clientes e dos consumidores.

Varias opções foram sugeridas para serem classificadas pelos inquiridos. Estas referiam-se a dois aspectos:

- o instrumento para atingir uma certeza razoável de boas praticas éticas;
- verificação de conformidade, através de auditorias e certificações.

4.1. Como criar uma garantia credível para o público em geral?

Os curtidores europeus classificaram de 1 a 5 uma lista de opções sugeridas, na qual 5 correspondia a melhor opção na sua opinião e 1 a menos boa. A mesma classificação poderia ser repetida.

4.1. Garantia credível para o público (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Media ponderada
Etiqueta identificativa	3	3,64	4,4	1,6	3,8	2,43	3	2,75	4,7	2,5	5	3,2
Documentação em papel dos lotes	2,6	3	2,5	3,2	2,6	2,57	3	3,25	0	2	4	2,6
Auto-declaração de manadas	2,1	2,18	2,2	0,4	1,1	0,86	3,25	2	3,1	2,5	3	2,0
Matadouros	2,1	1,91	1,9	1,8	1	2,14	3,25	2	0	5	4	2,0
Fornecedores	2,3	2,27	1,9	2	0,8	1,86	3,5	2,75	0	5	4	2,2
Certificação de manadas	2,8	2,73	2,2	0,4	1,3	0,71	4,25	2,25	3,8	3,5	3	2,5
Matadouros	2,9	3,18	2,1	1,4	2,1	1,86	3,75	2,25	0	5	4	2,7
Fornecedores	3,2	3,55	2	1,6	1,7	1,29	3,75	3,25	0	4,5	4	2,8
“lista negra” de fornecedores	3,2	2,18	2,6	1,6	3,1	4,29	3,25	4,5	2,1	4	1	2,9
Lista de “bons” fornecedores	3,5	1,91	2,2	2,4	2,3	4,57	3,75	4,5	1,4	5	5	3,1

Os curtidores europeus preferem a adopção de um sistema, dado que a sua opção preferida seria a utilização de uma etiqueta identificativa nos animais abatidos – criados, transportados e abatidos de acordo com um conjunto de requisitos legais, nomeadamente na área do bem estar animal. De facto, um mecanismo desta natureza permitiria ao curtidor ter uma imagem clara de cada couro e pele europeia a entrar na produção. Os curtidores europeus que trabalhassem apenas com matérias primas europeias teriam condições para garantir aos seus clientes e ao público em geral o respeito de um código de conduta europeu relativo a ética nos métodos e praticas de produção.

Contudo, um mecanismo de “etiqueta” desta natureza não resolveria todos os problemas, dado que os couros e peles importados de países terceiros não estariam abrangidos por este mecanismo.

A segunda opção que os curtidores europeus consideram seria ter a possibilidade de discriminar colectivamente entre “bons” e “maus” fornecedores, escolhendo de uma lista.

A certificação de fornecedores, matadouros ou manadas também recebeu um apoio razoável.

A próxima opção visada seria um sistema de “Documentação em papel dos lotes”. Os curtidores a utilizar couros e peles frescas e salgadas recebem dos seus fornecedores um documento veterinário obrigatório que certifica que o animal que deu origem aos couros e peles foi inspeccionado antes do abate (e em certos casos também após o abate) e foi considerado apto para consumo humano. Para importações de países terceiros, a situação difere um pouco, mas tem valor equivalente. Contudo, esses documentos não revelam muito acerca do comportamento ético e processamento da própria mercadoria, mas fornecem alguns elementos importantes nos quais se podem basear garantias, tais como o país de origem das matérias primas.

Os níveis mais baixos de respostas foram atribuídos as opções que sugeriam um mecanismo de auto-declaração por parte de fornecedores, matadouros ou explorações.

De facto, a auto-declaração não implica necessariamente um compromisso e o sistema é de difícil implementação. Também apresentaria uma certa fraqueza, em termos de credibilidade, sendo apenas baseado na “boa fé”.

4.2. Como deveria a conformidade ser auditada?

A ultima questão diz respeito as opções possíveis de conformidade com a auditoria. As respostas podem variar entre 1 e 5, onde 5 corresponde a melhor opção e 1 a menos boa. Os inquiridos podiam repetir a mesma classificação.

4.2. Tipo de auditoria (1-5)	IT	ES	FR	UK	DE	RO	SE	NL	PT	BG	LT	Media ponderada
Por compradores	2,5	2,73	3,5	3,2	2,1	2,71	2	2,5	1,7	4	2	2,6
Por uma entidade independente:												
Serv. Veterinaria	3,6	2,36	3,1	2,2	2,4	2	4,25	2,75	1,8	4	5	3,1
ONGs	2,6	1,36	2	1	1,3	1,14	2	3,25	2,7	1,5	1	2,1
Centros Tecnologicos	2,8	3,09	3,2	1,6	1,6	2,14	4	4	4,2	2	4	2,8
Outros:.....	0,6	0,09	0	0,4	0,14	0,14	0	0,75	0	2,5		0,4
Pelas instituições do sector e pelos intervenientes em conjunto	2,6	3,27	2,9	1,4	2,8	3,14	4	2,5	4,8	2	3	2,8

A opção preferida pelos curtidores europeus e a existência de uma entidade independente que possa auditar a conformidade com as normas éticas elementares de produção. Estes entendem que esse deve ser o papel dos Serviços da Veterinária, que também deveria verificar se os criadores de animais e os matadouros operam de acordo com as regras sociais, ambientais e de bem estar animal.

Uma outra opção seria o desenvolvimento deste papel pelos Centros Tecnológicos.

A seguir a opção pelos Centros Tecnológicos, os curtidores europeus consideram que as instituições que representam os vários intervenientes poderiam estabelecer um mecanismo de monitorização.

A ultima opção seria um sistema de auditoria efectuado pelo comprador, no qual o curtidor ou seu representante visita o fornecedor para verificar se os requisitos em termos de ética estão a ser cumpridos, o que serviria de garantia.

Parte III: Conclusões & Recomendações

1. Conclusões

Os consumidores exigem crescentemente que os produtos que comprem sejam não apenas aptos para a utilização a que se destinam, mas que também são seguros e produzidos em condições adequadas ao longo do seu ciclo de vida. Ofensas aos valores sociais, ambientais e éticos estigmatizam o produto e os produtores aos olhos do consumidor que procuram hábitos de consumo crescentemente sustentáveis.

Os curtidores europeus reconhecem que os clientes e consumidores se importam acerca antes da geração dos couros e peles nos matadouros.

Os curtidores europeus reportam que os consumidores tendem a manter uma preocupação em relação a um específico escândalo durante um período limitado de tempo e que os seus clientes exigem crescentemente uma atitude proactiva mais generalizada por parte dos seus fornecedores de couro.

Os efeitos adversos das notícias sensacionalistas na comunicação social são mais entendidos pelos curtidores como tendo maior incidência na imagem da empresa ou sector, que em efeitos económicos concretos ou em repercussões nos recursos humanos.

Os curtidores europeus estão interessados numa atitude mais proactiva em relação à transparência e reastreabilidade, mas também reconhecem as dificuldades práticas de implementação de uma estratégia em particular. A necessidade de proteger informação comercial confidencial, por um lado, e o envolvimento de intervenientes, por outro, têm de ser tidos em conta.

2. Recomendações

A grande maioria dos produtos de couro europeus que são comercializados no mercado europeu são importados de países onde as normas sociais, ambientais ou éticas nem sempre são respeitadas. A imagem do couro na memória colectiva é condicionada por informações que chegam ao mercado relativas a práticas que acontecem em lugares distantes e que nada têm que ver com as que prevalecem na Indústria de Curtumes Europeia. O couro sofre desta imagem destorcida.

Neste context, os Parceiros Sociais da Indústria de Curtumes Europeia, propõem as seguintes recomendações:

1. A confiança dos consumidores no couro como um material sustentável tem de ser construída através de um esforço concertado na cadeia de valor do couro na Europa, onde os vários elos da cadeia devem assegurar a sua colaboração na criação de um sistema abrangente.
2. Os consumidores têm de estar cientes dos valores distintivos do couro europeu, de modo a fazerem escolhas informadas. O enquadramento legal relativo aos aspectos sanitários/veterinários dos couros e peles, bem como do bem-estar

animal tem se der explorado na sua vertente de poder constituir uma base de sustentação de um sistema de boas práticas.

3. Um sistema de marcação da origem qualificado dos produtos em couro (origem do artigo + origem do couro) poderia dar aos consumidores europeus elementos valiosos para basear as suas opções de compra.
4. Os mecanismos e o conteúdo das cláusulas nos contratos de fornecimento de matérias primas deveria ser desenvolvido e testado na cadeia de valor pelo menos até aos matadouros.
5. As práticas em países terceiros que poderiam constituir causa de preocupação em deveriam ser monitorizadas e os países fornecedores classificados de modo a permitir aos operadores europeus informação acerca das origens fiáveis de couros e peles.
6. A normalização de um sistema de gestão para a rastreabilidade que assegure a protecção de informação comercial confidencial e simultaneamente uma transparência na cadeia de valor deveria ser mais explorada e desenvolvida.