# COME CALZA LA TUA SCARPA?

## Uno sguardo sulla produzione calzaturiera mondiale

CHANGE YOUR SHOES

# Introduzione

L'industria calzaturiera è un settore economico in costante crescita a livello internazionale. A questo fenomeno contribuiscono diversi fattori fra i quali un aumento stabile della domanda tanto nei principali mercati di consumo, Europa e Stati Uniti, quanto nei paesi produttori, Cina e India in particolare. Le calzature sono acquistate non solo per il loro contenuto funzionale ma anche per il valore simbolico legato ai modelli di consumo imposti dalla moda. La produzione pertanto risente delle tendenze stilistiche correnti che a loro volta si riflettono sulla domanda.

Analogamente all'industria dell'abbigliamento, la filiera produttiva della calzatura ha assunto una dimensione internazionale a partire dagli anni Settanta. L'attività manifatturiera è diminuita in Europa[1], pur mantenendo la sua importanza per il consumo interno, per spostarsi nei cosiddetti paesi a basso reddito. Ciò si deve al fatto che alcune fasi del ciclo produttivo sono ad alta intensità di manodopera, in particolare le operazioni preliminari. Lavorazioni come la cucitura della tomaia[2] continuano ad essere effettuate manualmente, spesso a domicilio, con costi che possono essere elevati. In paesi con un mercato del lavoro non controllato, per esempio in India, i lavoranti a domicilio, che realizzano le fasi a più alta intensità di lavoro manuale, sono fra i lavoratori con le condizioni di impiego più precarie e con minori tutele sia dal punto di vista salariale che dell'incolumità fisica.

Questa scheda informativa fornisce un quadro sintetico della produzione calzaturiera mondiale, delle gravi conseguenze che determina sui diritti umani e sull'ambiente, e indica i cambiamenti che devono essere urgentemente attuati.

1 Ad eccezione della Romania (ILO, 2014, p. 5) http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_300463.pdf.

2 La tomaia si compone di tutte le parti della scarpa che si trovano al di sopra della suola. http://allaboutshoes-toeslayer.blogspot.co.uk/2009/10/anatomy-of-shoe-according-to-mcphoil.html.

# La produzione calzaturiera mondiale: fatti e cifre

Nel 2013 si producevano nel mondo oltre 22 miliardi di paia di scarpe[3], pari a 3 paia di scarpe per persona[4]. La maggior parte delle calzature prodotte, circa il 40%, è venduta in Europa, seguita da Cina e Stati Uniti. Gli Stati Uniti detengono il più alto tasso di consumo al mondo in questo settore, con una media di acquisto individuale di 7 paia di scarpe ogni anno. Seguono Germania, Giappone e Gran Bretagna, con una media di 5 paia di scarpe per persona ogni anno[5].

L'87% della produzione mondiale viene realizzata in Asia. La Cina è di gran lunga il maggior paese produttore con una produzione stimata nel 2014 in circa 14,6 miliardi di paia di scarpe, seguita da India, Brasile, Vietnam e Indonesia. L'Italia, principale paese produttore in Europa, occupa il decimo posto nella classifica internazionale[7]. È in calo in Europa il numero di aziende manifatturiere mentre crescono le esternalizzazioni verso paesi con standard salariali e del lavoro più bassi.
In sostanza, l'Asia è l'esportatore mondiale leader del settore, l'Europa è il maggior importatore[8]. I grafici che seguono mostrano come la produzione asiatica di calzature sia ampiamente esportata verso altri continenti, mentre, per contro, buona parte della produzione realizzata ed importata in Europa viene distribuita nell'Europa stessa e solo in piccola parte esportata verso altri continenti.

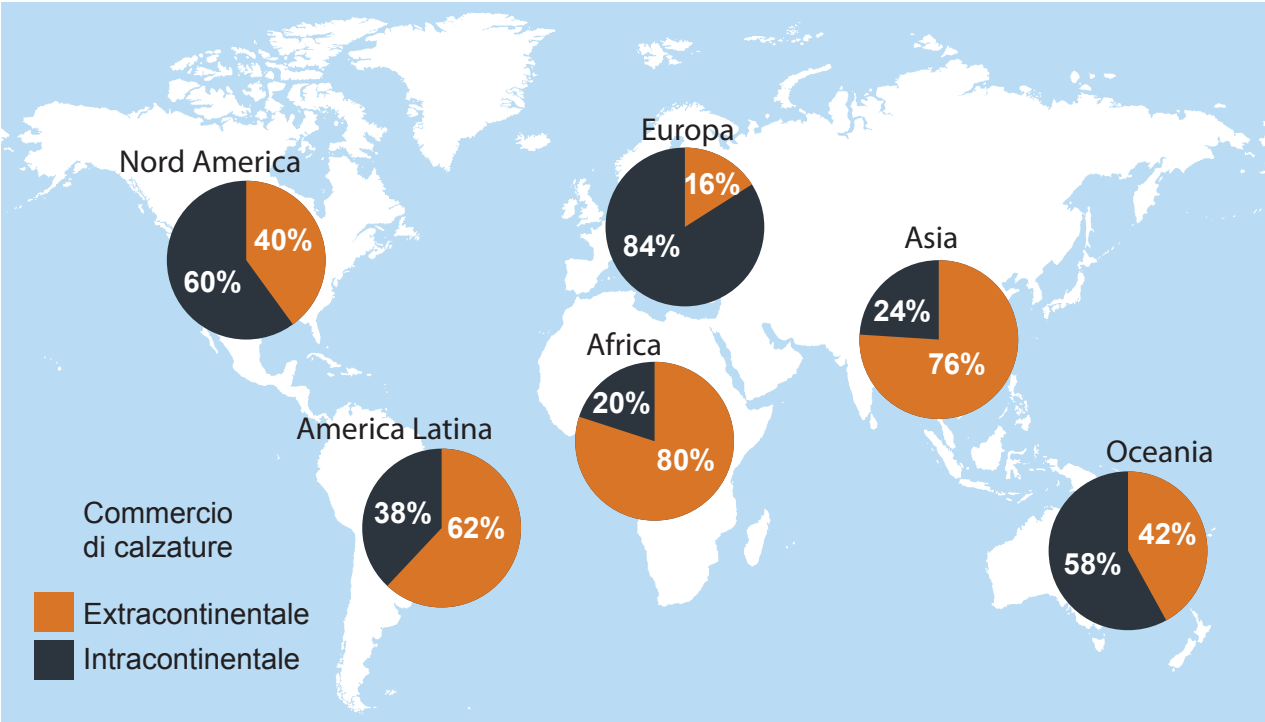


**Grafico 1. Commercio di calzature extracontinentale**

*Fonte: rielaborazione sulla base dei calcoli tratti da World Footwear Yearbook 2014, p.14*

Il prezzo medio di esportazione delle calzature[9] a livello internazionale ha subito incrementi costanti negli ultimi anni determinati in larga misura dagli aumentati costi di produzione[10]. È notevole il divario in termini di prezzi fra Asia ed Europa, i due maggiori esportatori. Nel 2013 il prezzo medio di esportazione in Cina era di 3,45 euro per paio di scarpe contro 17,97 euro in Germania[11].

Come illustrato dal Grafico 1, il commercio intraeuropeo è la voce più consistente del commercio internazionale di calzature rappresentando quasi un terzo dell'intero export mondiale. Malgrado il fatto che l'Europa sia il maggior importatore di calzature dall'Asia, il commercio fra Asia ed Europa conta solo il 19% del commercio mondiale totale in questo settore.

3 Gli ultimi dati disponibili del 2013 si trovano in: World Footwear Yearbook 2014, p. 5 www.worldfootwear.com.

4 In base al calcolo: 22 miliardi di paia di scarpe diviso per una popolazione mondiale di 7,278 miliardi di individui.

5 In base al calcolo: numero di scarpe vendute diviso per numero di abitanti.

6 World Footwear Yearbook 2014, p. 5.

7 Commissione Europea, 2015, http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/footwear/eu-industry/index_en.htm.

8 http://www.shoepassion.de/blog/statistiken-der-schuhwirtschaft-europa-ist-groster-schuhimporteur.

9 Il prezzo di esportazione è il prezzo effettivamente pagato o pagabile per un paio di scarpe vendute per l'esportazione.

10 I costi di produzione più elevati dipendono dall'aumento dei costi delle materie prime, quali il pellame grezzo, e da un lieve incremento dei salari.

11 World Footwear Yearbook 2014, p.8-9.

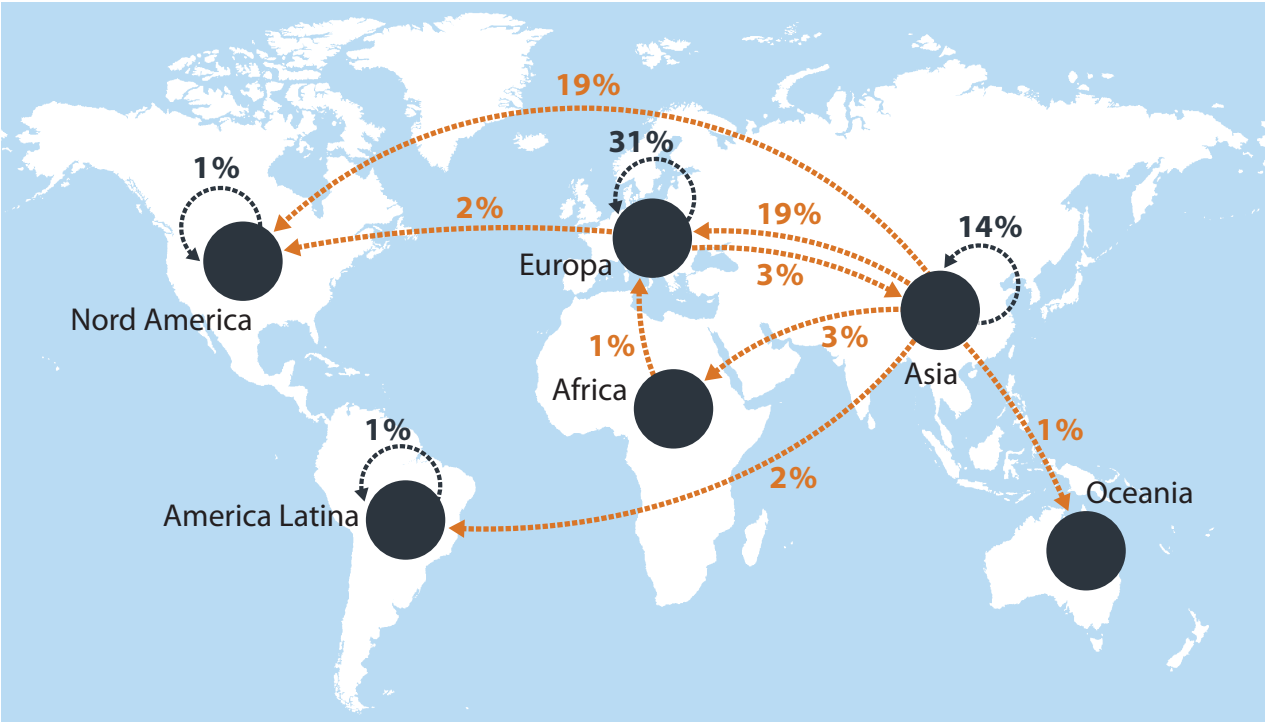


**Grafico 3. Flusso di valore aggiunto nel commercio mondiale di calzature**

*Fonte: rielaborazione sulla base dei calcoli tratti da World Footwear Yearbook 2014, p.14*

Il Grafico 3 mostra la scomposizione del prezzo di una scarpa sportiva e l'incidenza del ricarico di vendita al dettaglio sui costi totali. Analizzando la scomposizione del prezzo di una scarpa sportiva prodotta in Indonesia, risulta evidente che i marchi e i distributori traggono grandi profitti dal margine di vendita e che tali profitti non sono equamente condivisi con i lavoratori che hanno realizzato il prodotto.

Come evidenziato nel Grafico 3, l'impresa a marchio ha acquistato dal produttore il paio di scarpe sportive in esame per 20 euro, poi le ha rivendute al distributore per 50 euro. Le scarpe sono state successivamente vendute al dettagliante per 55 euro e, al termine della catena distributiva, l'acquirente finale le ha acquistate in negozio al prezzo di 120 euro.

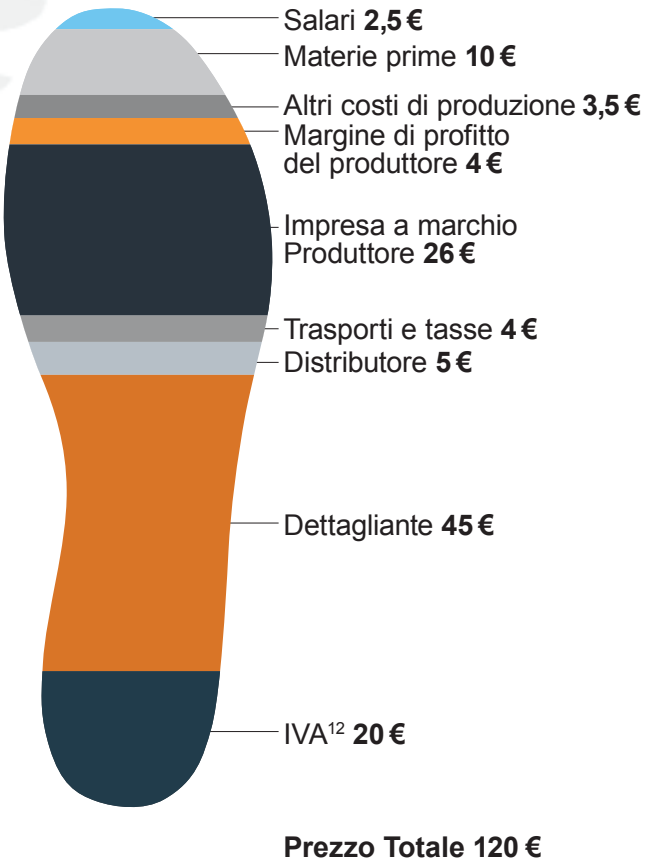


**Grafico 3. Analisi del prezzo di una scarpa sportiva**

*Fonte: rielaborazione[13] sulla base dei calcoli effettuati nel 2013 dalla CCC[14]*

La scomposizione del prezzo nel grafico 4 mostra chiaramente che solo poco più del 2% del prezzo finale va alle retribuzioni dei lavoratori che hanno fabbricato il prodotto, mentre circa un quarto del prezzo resta nelle mani dell'impresa a marchio e un buon terzo in quelle del dettagliante. Pertanto, una parte considerevole del valore creato con la produzione si rende disponibile al di fuori dei confini dei paesi in cui hanno avuto luogo le lavorazioni e segnatamente nei paesi sede di attività di tipo diverso, quali attività di pubblicità e design. In conclusione, la parte più esigua del prezzo finale è allocata ai soggetti effettivamente impegnati nell'attività fisica inerente alla lavorazione della scarpa.

12 In base alla media (20%) delle aliquote IVA in vigore negli stati membri UE oscillanti fra il 15 e il 25%.

13 Le cifre si basano sul ricalcolo del valore creato nell'analisi dei costi di una scarpa sportiva effettuata dalla Clean Clothes Campaign, prendendo in considerazione esempi di caso e altri fattori, più precisamente il costo di distribuzione e l'aumento dei costi di produzione intervenuti negli ultimi anni. I dati sono tratti da una tesi di master all'Università di Hohenheim, Facoltà di Economia e Scienze Sociali. Gli esempi di caso si riferiscono alle interviste condotte per la stesura della tesi. University Hohenheim, Tracing the geography of value capture: global commodity chain in the sport equipment: sport shoe industry, 2013.

14 CCC, 2013: http://www.cleanclothes.org/img/PriceMarkUpShoe.jpg/view.

# La filiera produttiva della calzatura

La filiera produttiva della calzatura può essere suddivisa in linea di massima in 3 fasi: concezione e progettazione, produzione, distribuzione[15]. È importante notare che alcune caratteristiche specifiche di singole filiere produttive possono variare notevolmente in rapporto al modello della calzatura commercializzata. Le condizioni di lavoro e salariali variano pertanto, a loro volta, in modo significativo in relazione alle caratteristiche del prodotto e a al loro prezzo di vendita.

## 1. Concezione e progettazione

La prima fase della filiera produttiva è di competenza dell'impresa a marchio e consiste in attività specifiche di ricerca e sviluppo. Il direttore di produzione avvia il processo di sviluppo del prodotto 18 mesi prima del lancio sul mercato. Se la calzatura in questione rientra nel programma di una campagna di marketing internazionale, il processo di sviluppo può avere inizio fino a 24 mesi prima del lancio. La selezione dei siti produttivi dipende dai materiali  necessari alle lavorazioni e avviene dopo il processo di concettualizzazione del prodotto specifico, al termine del quale i designer delineano il prototipo della scarpa, che può essere infine ordinata per una prima produzione di campioni dall'impresa a marchio al fornitore.

## 2. Produzione

La produzione di calzature può essere a grandi linee suddivisa in due fasi: la lavorazione delle materie prime, come il cuoio, e il processo manifatturiero vero e proprio, che consiste nel taglio, cucitura e assemblaggio delle diverse parti.

Le prime fasi del processo produttivo comportano l'esecuzione di un gran numero di lavorazioni ad alta intensità di manodopera, che variano in relazione ai materiali trattati. Il processo di lavorazione delle pelli è piuttosto complesso ed è costituito da diverse operazioni, fra queste la concia, i trattamenti post-concia, l'asciugaggio, la riconcia, la rifinizione. Si valuta che l'85% delle calzature in pelle prodotte nel mondo siano state trattate nella fase di concia con il cromo, un prodotto chimico tossico. L'uso del cromo si accompagna molto spesso a gravi violazioni dei diritti umani e del lavoro, che derivano da una diffusa inosservanza nelle concerie degli standard di salute e sicurezza.

Il processo di lavorazione della scarpa, una volta terminata la fase del trattamento della materia prima, può essere suddiviso in due distinte aree di lavoro: la parte svolta in fabbrica perché meccanizzata e quella che richiede operazioni manuali precise, effettuata per lo più a domicilio. La maggior parte delle lavorazioni viene generalmente eseguita in fabbrica, con una sola fase, quella della cucitura della tomaia, che viene affidata a lavoranti a domicilio[16].

Foto: SÜDWIND / Regina Webhofer & Christina Schröder

Naga Bai*, 65 anni, cucitrice a domicilio. Luogo: regione di Ambur, India

Naga Bai cuce scarpe a domicilio da oltre 20 anni. Ogni mattina un intermediario le consegna le tomaie da cucire e le ritira la sera. Per ogni paio di scarpe riceve 0,14 euro. Naga Bai riesce a cucire 10 paia di scarpe al giorno da cui ricava un reddito giornaliero di circa 1,5 euro. Troppo poco per vivere, un chilo di riso costa 0,70 euro. In qualità di lavorante a domicilio Naga Bai non ha diritto alla previdenza pensionistica e sanitaria.

* Naga Bai, inon è il nome reale, il nome è stato cambiato per motivi di sicurezza. il progetto "Change your Shoes" conosce il nome reale.

La produzione di una scarpa comporta normalmente una grande quantità di operazioni diverse. Alla costruzione di una scarpa sportiva, per esempio il modello Gel Kayano della Asics, possono concorrere 25 diversi tipi di materiali e 65 componenti distinti che richiedono circa 360 fasi di lavorazione.

### 3. Distribuzione

Al termine della filiera si colloca la distribuzione, costituita da negozi al dettaglio, negozi a marchio e grandi catene che servono il cliente finale.

Da sei fino a nove mesi prima del lancio sul mercato, la scarpa fresca di produzione viene

presentata in anteprima ai dettaglianti nel corso di fiere specializzate, e potrà essere ordinata al produttore per quantitativi non inferiori a una soglia minima prestabilita. A seconda del momento in cui viene ricevuto l'ordine, i lavoratori possono essere soggetti a notevoli forme di pressione per rispettare i tempi di consegna.

Come illustrato dal Grafico 3, una parte consistente del prezzo finale di vendita dipende ed è calcolata dal dettagliante. È per questo motivo che un numero sempre crescente di imprese a marchio gestisce direttamente la propria struttura di vendita, riuscendo a ritagliarsi una quota maggiore del prezzo finale. All'incirca due terzi del prezzo finale di vendita va alle aziende distributrici che producono e vendono scarpe di marchi famosi, come per esempio Salamander di Ara Shoes AG ed Elefanten di Deichmann.

## Gli effetti negativi della produzione di calzature

Analogamente a quanto avviene nella produzione di abbigliamento, l'industria calzaturiera è caratterizzata da un alto tasso di violazione dei diritti umani.

I lavoratori dei paesi produttori, non di rado, non ricevono neppure il salario minimo legale, che in ogni caso non corrisponde mai a un livello dignitoso. Il caso della lavorante a domicilio indiana Naga Bai ne è un chiaro esempio.

La produzione di calzature comporta lavorazioni pericolose, specialmente nelle fasi di concia, e il fatto che il più delle volte non vengano adottate le necessarie misure di prevenzione può avere conseguenze drammatiche.

Il 15 gennaio 2015 nove dipendenti e una guardia di una conceria nel Tamil Nadu, in India, sono morti dopo che il muro di un impianto confinante di trattamento dei fanghi è crollato di notte mentre stavano dormendo[17]. I dieci uomini sono stati travolti da fanghi altamente tossici. Gli esami effettuati su campioni di fango hanno accertato che contenevano cromo e molte altre sostanze nocive[18].

Agli abusi cronici dei diritti dei lavoratori, tipici di quest'industria, si sommano problemi ecologici di grande portata. La produzione di calzature richiede un consumo notevole di risorse naturali, in termini di terra e di acqua utilizzate. Si calcola che nel 2015 per la produzione di un paio di stivali in pelle siano stati consumati 25 mila litri di acqua e 50 metri quadrati di terreno[19].

## I cambiamenti necessari

La globalizzazione del commercio di calzature ha determinato il trasferimento delle fasi produttive nei cosiddetti paesi a basso reddito che garantiscono minori tutele delle condizioni di lavoro.

È responsabilità degli attori economici e politici migliorare le condizioni di lavoro nelle fabbriche calzaturiere, e la massima priorità deve essere data ai livelli retributivi,

che devono essere sufficienti a soddisfare le necessità dei lavoratori e delle loro famiglie, e al divieto generalizzato dell'uso del cromo nella concia delle pelli.

Le imprese e i decisori politici devono inoltre impegnarsi attivamente in iniziative rivolte a migliorare la trasparenza nella filiera della calzatura, a partire dalle fasi iniziali della produzione, per esempio il trattamento delle pelli, fino alle fasi finali di vendita al pubblico. Abbiamo tutti il diritto di sapere in quali condizioni di lavoro sono prodotte le nostre scarpe, nelle concerie e nelle fabbriche, e se i lavoratori hanno ricevuto una retribuzione dignitosa. Altrettanto importante è che le lavorazioni non determinino effetti negativi di vasta portata e potenzialmente irreversibili sull'ambiente.

Tutti gli stakeholder nei paesi importatori – marchi, governi e consumatori – hanno il dovere di operare responsabilmente verso la piena sostenibilità dell'industria calzaturiera. Solo agendo in modo collaborativo sarà possibile produrre i necessari cambiamenti in favore di un'industria che garantisca condizioni di lavoro giuste, sicure ed umane. Infine, è responsabilità dei marchi, dei governi e dei consumatori far sì che questo settore non continui a condannare i lavoratori alla povertà, ma che crei invece le premesse per una vita sicura e dignitosa.

15 Una quarta, importante fase potrebbe essere quella del trasporto e della logistica. Con riferimento al trasporto e ai termini di consegna definiti fra fornitore e impresa di spedizioni, esiste una rete complessa e non trasparente di relazioni commerciali, flussi commerciali e termini di pagamento, che variano per tipologia di prodotto. Questo anello della catena produttiva non è stato oggetto di esame nel presente studio.

16 Cheah et al., 2013, p. 20.

17 The Indian Express, 2015: http://www.newindianexpress.com/states/tamil_nadu/10-Workers-Die-as-Effluent-Tank-Explodes-in-Ranipet/2015/02/01/article2646963.ece.

18 The Hindu, 2015: http://www.thehindu.com/news/national/tamil-nadu/ranipet-tannery-tragedy-safety-trapped-in-negligence/article6844997.ece?utm_source=MostCommented&utm_medium=Homepage&utm_campaign=WidgetPromo.

18 Friends of the Earth, 2015, pages 11-14: https://www.foe.co.uk/sites/default/files/downloads/mind-your-step-report-76803.pdf.

**Informazioni editoriali**

Editore: SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene- Kaiserstraße 201 - 53113 Bonn - Tel.: +49 (0)228-763698-0 - info@suedwind-institut.de - www.suedwind-institut.de

Data di pubblicazione: Bonn, giugno 2015

Autore: Anton Pieper

Traduzione versione italiana: Ersilia Monti

Layout versione italiana: YOGE

Questa pubblicazione è stata prodotta con l'assistenza finanziaria dell'Unione Europea.
I contenuti di questa pubblicazione sono di unica responsabilità di Anton Pieper - SÜDWIND e.V. e sotto nessuna circostanza possono essere ricondotti o riflettere una posizione dell'Unione Europea.

our world
our dignity
our future

**2015** European Year for Development

CHANGE YOUR SHOES

CHANGE YOUR SHOES è una campagna organizzata in collaborazione tra 15 organizzazioni europee e 3 asiatiche. Siamo convinti che i lavoratori della filiera calzaturiera abbiano diritto ad un salario dignitoso e a condizioni di lavoro sicure e che i consumatori abbiano diritto a prodotti sani e alla trasparenza nella produzione delle loro scarpe.
In Italia è condotta dalla Campagna Abiti Puliti.