

# PASSAR SKORNA?

En översikt av den globala skoindustrin



## Introduktion

Den globala skoindustrin är en växande industri. Tillväxten går att förklara med flera faktorer, bland annat den ständigt ökande efterfrågan från både europeiska och amerikanska konsumenter. Men även i traditionella producentländer, som Kina och Indien, börjar efterfrågan ta fart på allvar.

I likhet med klädproduktionen har också skoproduktionen blivit alltmer global sedan 70-talet. Från en betydande svensk skoproduktion i städer som Varberg och Örebro finns nu endast ett tiotal skofabriker kvar. Produktionen har succesivt flyttat till låginkomstländer, orsaken är framförallt att skoproduktion är en extremt arbetsintensiv industri, särskilt i de tidiga stadierna av tillverkningen. Flera delar av skon, som ovandelen av läderskon tillverkas många gånger manuellt på ackord, ofta av hemarbetare<sup>1</sup>. I länder som Indien, där arbetsmarknaden är dåligt reglerad, där anställningar är osäkra, där arbetsförhållanden ofta är farliga och där lönen är mycket låg befinner sig hemarbetaren långt ner i hierarkin.

Det här faktabladet syftar till att ge dig som konsument en översikt av den globala skoindustrin och dess effekter på miljö och mänskliga rättigheter samt vilka delar i värdekedjan som är i mest akut behov av förändring.

1 Som skons oandel räknas alla delar som är ovanför skons sula: <http://allabout-shoes-toeslayer.blogspot.co.uk/2009/10/anatomy-of-shoe-according-to-mcphoil.html>

# Den globala skoproduktionen – fakta och siffror

2014 tillverkades över 24 miljarder par skor globalt vilket innebär över tre par skor per person globalt<sup>2</sup>. 40% av världens skor säljs i Europa, vilket gör Europa till världens största marknad för skor. Av världens länder köps flest par skor per person i USA - sju par per person och år. I många europeiska länder är samma siffra fem par skor per år.<sup>3</sup>

88 % av världens skor tillverkas i Asien. Kina är världens överlägset största skoproducent med 65 % av den totala

skoproduktionen. Europas största producentland Italien placerar sig på tionde plats bland världens största skoproduktionsländer.<sup>4</sup>

Sammanfattningsvis är Asien den största exportören av skor och Europa den största importören. Bild 1 visar hur stor del av skoproduktionen i respektive världsdel som exporteras till andra världsdelar. Skor tillverkade i Asien exporteras i de flesta fall, medan skor tillverkade i Europa oftast säljs i Europa.

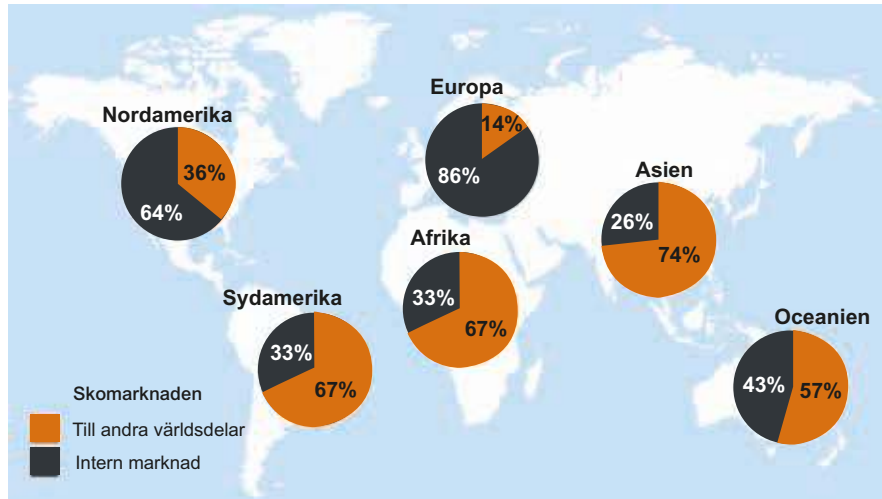


Bild 1. Skomarknaden

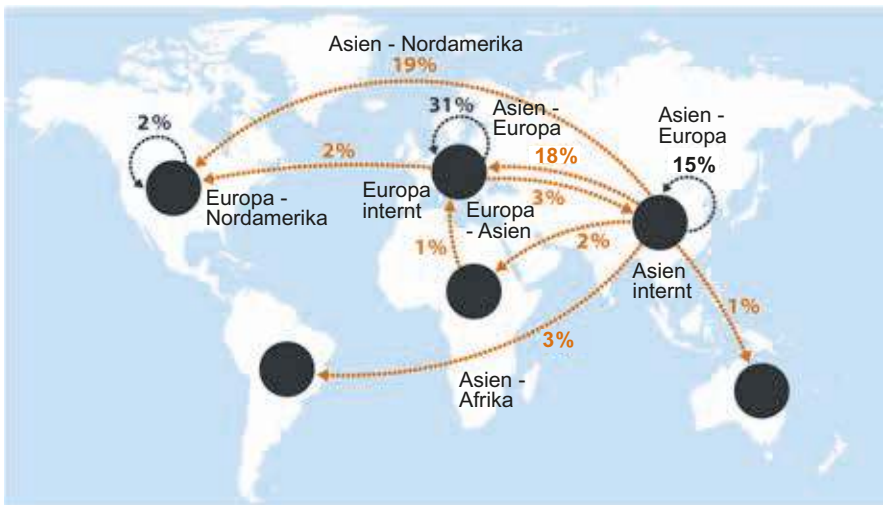
Källa: World Footwear Yearbook 2015: sida 15

Det pris som en skoexportör får betalt för ett par skor har, med hänsyn tagen till inflation, ökat konstant de senaste åren. Detta till stor del på grund av allt högre produktionskostnader. Priserna varierar dock kraftigt mellan skor tillverkade i Asien och Europa. 2014 var det genomsnittliga exportpriset för ett par skor från Kina mindre än 40 kronor medan priset för ett par skor tillverkade i till exempel Tyskland var cirka 190 kronor.<sup>5</sup>

Som bild 2 visar står handel inom Europa av nästan en tredjedel av världshandeln för skor, medan importen till Europa från

Asien bara står för 18% av den globala skohandeln räknat i omsättning.

- 2 World Footwear Yearbook 2015: sida 5, [www.worldfootwear.com](http://www.worldfootwear.com)
- 3 Baserat på antal sålda skor delat med världens befolkning
- 4 World Footwear Yearbook 2015: sida 5, [www.worldfootwear.com](http://www.worldfootwear.com)
- 5 World Footwear Yearbook 2015: sida 19.



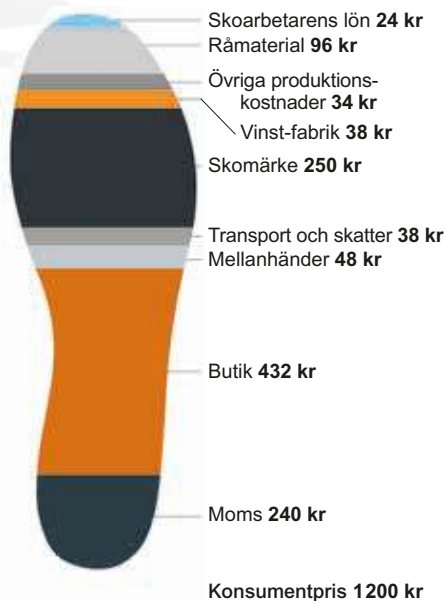
**Bild 2. Export-/ importflöden, andel av den totala skomarknaden**

Källa: World Footwear Yearbook 2015: sida 15

Bild 3 visar kostnadsfördelningen av priset på en löparsko fördelat på värdekedjans olika aktörer, från leverantören av råmaterial till butiken. Genom att analysera fördelningen av kostnader för en löparsko tillverkad i Indonesien blir det uppenbart att skomärkets påslag och butikens vinst är det som påverkar skons pris mest. Det är också uppenbart att bara en bråkdel av försäljningspriset tillfaller de som tillverkar skon.

I exemplet från Bild 3 köper skomärket skon från tillverkaren för 200 kr paret. Skomärket säljer sedan skon till distributören för 500 kr. Skorna säljs sedan till butiken för 550 kr. Till slut betalar kunden 1 200 kr i butiken.

Bild 3 visar också att endast 2% av konsumentpriset går till lön för de som tillverkar skon medan 20% tillfaller skomärket och 36% butiken. Den största delen av värdet i den värdekedja som kan kopplas till ett par skor hamnar alltså utanför de länder där skorna tillverkas, mer specifikt i de länder där man utför andra delar av processen som design, marknadsföring och försäljning. Den allra minsta delen av kakan tillfaller de arbetare som fysiskt syr och limmar ihop dina skor.



**Bild 3. Analys av kostnadsfördelning**

*Källa: Egen uträkning baserad på CCC 2013<sup>6</sup>*

6 Siffrorna baseras på en prisanalys av Clean Cloth Campaign (CCC), med hänsyn tagen till förändringar som t ex ökade produktionskostnader de senaste åren. Beräkningarna genomfördes som del av en masteruppsats vid Hohenheims Universitet, fakulteten för ekonomi och social vetenskap. Intervjuer med experter som genomförts inom ramen för uppsatsarbetet har legat till grund för uträkningen. University Hohenheim, 2013: Tracing the Geography of Value Capture / Global Commodity Chain in the Sport Equipment / Sport Shoe Industry

# Skons värdekedja

Skons värdekedja kan delas in i tre steg: idé och design, produktion och försäljning. Det är viktigt att notera att varje enskild värdekedja har sitt unika särdrag, vilket i sin tur gör att pris, arbetarnas löner och arbetsvillkor kan variera kraftigt.

## 1. Idé och design

Första steget i värdekedjan utförs av skomärket och består av forskning och utveckling. Skomärkets produktchef startar en utvecklingsprocess cirka 18 månader innan skomodellen finns på marknaden. Om skon är en del av en global marknadsföringskampanj så kan utvecklingsprocessen starta upp till två år innan lansering. Valet av produktionsland beror bland annat på vilka material som används i tillverkningen. När konceptet för den nya skomodellen är färdigt går arbetet över till designers som tar fram prototyper som kan beställas som prov från olika leverantörer.

## 2. Produktion

Tillverkningen av skor kan delas in i två stadier, dels förädlingen och bearbetningen av råmaterial, till exempel lädret. Dels tillverkningen av själva skon som inkluderar skärning, sömnad och sam-

mansättning av de olika komponenterna. Det första steget i produktionen innehåller flera arbetsintensiva moment som kan variera mycket beroende på vilka material som används. Läderförädling är exempelvis en process som i sig innehåller många delar som garvning, eftergarvning, torkning, bearbetning och finish. Krom, ett giftigt metalliskt grundämne, används som garvämne i cirka 85% av världens skor. Användningen av krom sammanfaller ofta med kränkningar av arbetarnas rättigheter i form av exempelvis avsaknad av skyddsutrustning. Kromanvändning innebär också ofta allvarlig åverkan på miljön, detta då säkerhets- och hälso-standards ofta ignoreras av garverierna<sup>7</sup>.

Efter att råmaterialet förädlats följer själva tillverkningen av skon som i sin tur kan delas in i två delar, den mekaniska processen i fabriken och den mer informella delen som ofta genomförs av hemarbetare. En löparsko (Gel Kayano, Asics) innehåller 26 olika material, 65 olika komponenter och innefattar 360 olika moment i produktionen<sup>8</sup>.

Foto: Südwind



**Naga Bai\***, 65 år, hemarbetare och sömmerska. Plats: Ambur, Indien

I över 20 år har Naga Bai sytt skor i sitt hem. Varje morgon får hon ovandelar av skor av en mellanhand som hon syr ihop under dagen. På kvällen hämtar mellanhanden upp Nagas dagsverke. För varje skopar hon syr får hon drygt en krona i ersättning. Naga kan maximalt sy tio par skor om dagen vilket ger henne en maximal ersättning på 15 kr. Det här är långt ifrån en inkomst man kan leva på, t ex kostar ett kilo ris runt sex kronor, det vill säga nästan en halv dagslön. Hennes anställningsform som hemarbetare berättigar henne inte till pension eller andra trygghetssystem.

\* Intervjun är genomförd i april 2015 av Regina Webhofer och Christina Schröder (Südwind). Naga Bai är inte sömmerskans verkliga namn, det är utbytt av säkerhetsskäl. "Change Your Shoes"- projektet känner till hennes verkliga namn.

### 3. Försäljning

I slutet av varje leverantörskedja finns en mängd olika typer av återförsäljare.

En sko presenteras vanligtvis för en återförsäljare sex till nio månader innan försäljningsstart på branschmässor där

förhandsorder läggs. De förhandsorder som läggs måste uppnå en viss kvantitet för att skomodellen ska gå till produktion. Tidspressen på leverantörer och arbetare är i många fall stor.

Som bild 3 visar består en väsentlig del av konsumentpriset av återförsäljarens vinstmarginal. Som en konsekvens av detta skaffar fler skomärken sina egna försäljningskanaler och butiker som ökar deras egen vinstmarginal. I det fallet skomärket även äger försäljningskanalen går nära 60% av försäljningspriset till skoföretaget<sup>9</sup>.

### **Allvarliga konsekvenser av skotillverkning**

Precis som inom klädesindustrin förekommer det inom skoindustrin kränkningar av mänskliga rättigheter. Det finns många exempel på att skoarbetarna i produktionslandet inte ens tjänar den lagstadgade nationella minimilönen, vilket illustreras av exemplet på sida 7. Ännu ovanligare är det att skoarbetarna erhåller en levnadslön, det vill säga en lön som räcker till att försörja arbetaren och dennes familj. Sko-

produktion innebär även stora hälsorisker och nödvändiga säkerhetsåtgärder ignoreras systematiskt, något som kan få förödande konsekvenser. Den 15 januari 2015 rasade ett garveri i Tamil Nadu i Indien samman då en vägg på ett närliggande reningsverk kollapsade. Tio arbetare dog i de giftiga rasmassorna och gytjtjan. Tester visade att marken innehöll krom och en rad andra giftiga substanser.<sup>10</sup>

Förutom de systematiska kränkningarna av arbetarnas rättigheter för skoproduktionen med sig en rad allvarliga miljökonsekvenser. Tillverkningen av läderskor tar betydande land- och vattenresurser i anspråk. En uppskattning gjord 2015 av Jordens Vänner visar att det krävs 25 000 liter vatten och 50 kvm land för att tillverka ett par läderstövlar.

### **Vad behöver förändras?**

Globaliseringen av skomarknaden har resulterat i att tillverkningen flyttats till låginkomstländer där undermåliga arbetsförhållanden är mer regel än undantag. Både företag och politiska beslutsfattare är skyldiga att förbättra dessa förhål-





landen. En av de viktigaste och mest brådskande förändringarna är att de som tillverkar våra skor åtminstone tjänar tillräckligt för att kunna försörja sig själva och sin familj. En annan brådskande förändring är att användandet av krom i garvningsprocessen minskar och kraftigt regleras.

Förutom dessa akuta förbättringar måste företag och beslutsfattare engagera sig för att öka transparensen i skoindustrins leverantörskedjor, från de första stegen i produktionen, som garvning, till slutet i butiken och när skorna ska slängas. Alla har rätt att veta var deras skor är tillverkade. Inte bara var skorna är sammansatta utan även var lädret i skorna kommer ifrån och att alla i produktionskedjan har fått en lön de kan försörja sig på. Det är givetvis också viktigt att våra skor inte bidrar till slöseri med och förstörelse av våra naturresurser.

Det är nödvändigt att alla aktörer i Europa – så väl skomärken som regeringar och konsumenter – agerar för att ta sitt ansvar för att förändra skoindustrin. När det kommer till kritan är det bara skoföretagen, regeringar och vi konsumenter som kan få skoindustrin att bli en arbetsgivare som erbjuder rättvisa och säkra arbetsvillkor och därigenom en värdig väg för arbetare ut ur fattigdom.

7 <http://www.worstpolluted.org/docs/TopTen-Threats2013.pdf>, sida 16  
 8 Cheah et al. 2013: Manufacturing-focused emissions reductions in footwear production, Journal of Cleaner Production, Vol. 44, sida 20  
 9 Se bild 3  
 10 <http://timesofindia.indiatimes.com/city/chennai/10-workers-killed-as-effluent-tank-collapses-in-Ranipet/articleshow/46082709.cms>





## Utgivningsinformation:

### Utgivare:

FAIR ACTION

Ringvägen 80

118 60 STOCKHOLM

Tel.: +46 8 643 43 64

info@fairaction.se

www.fairaction.se

### Utgivningsdatum:

Stockholm, 10 november 2015

Författare: Anton Pieper

Översättning och anpassning till svenska:

Charlie Aronsson

Layout: Re-dress; The Better Fashion,

Krista Stentoft, Clean Clothes

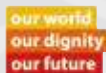
Campaign Danmark och Lina Garemark

(svensk version)

Omslagsbild: © Družina



Det här faktabladet har producerats med finansiella medel från den europeiska unionen. Innehållet i detta material är enbart Fair Actions ansvar och kan under inga omständigheter anses vara EU:s åsikter.



Europaåret för utvecklingsamarbete 2015



## Change Your Shoes

CHANGE YOUR SHOES är ett nätverk av 15 europeiska och 3 asiatiska organisationer. Vi tycker att de som arbetar i våra skors värdekedja har rätt till en levnadslöns och en säker och trygg arbetsplats. Vi tycker också att konsumenterna har rätt till säkra produkter och transparens i produktionen av deras skor.