

Nhu cầu về giày dép ở châu Âu là gì?

Một phần lớn giày dép được bán trong EU có nguồn gốc từ các nước đang phát triển ở Đông Nam Á, đặc biệt là Trung Quốc. Với việc Trung Quốc ngày càng đắt đỏ (lương, chi phí nguyên phụ liệu cao hơn,..) và thuế nhập khẩu do EU đặt ra có lợi cho các nước khác, có nhiều cơ hội hơn cho các nhà cung cấp từ các nước đang phát triển khác. Ngoài ra, ngành công nghiệp giày dép EU đang tìm cách cắt giảm chi phí bằng cách hợp tác với các nhà cung cấp và nhà sản xuất ở các nước có chi phí thấp. Thị trường giày dép EU dự kiến sẽ tăng trưởng trở lại vào năm 2015. Các chất kích thích chính là sự thay đổi trong thời trang, sự phổ biến ngày càng tăng của giày thể thao để thay thế cho các loại giày truyền thống hơn, cũng như đổi mới công nghệ trong giày dép thoải mái.

Yêu cầu người mua

Những yêu cầu nào giày dép phải tuân thủ để được phép thâm nhập vào thị trường châu Âu?

Yêu cầu pháp lý quan trọng nhất đối với các nhà xuất khẩu giày dép nhắm vào Châu Âu là đảm bảo sản phẩm của bạn tuân thủ luật pháp chung về hóa chất của Châu Âu. Quy tắc ghi nhãn cũng đang được chú trọng. Nếu bạn sử dụng nguyên liệu từ thực vật hoặc động vật có nguy cơ tuyệt chủng, hãy đảm bảo bạn tuân thủ các quy tắc của Công ước về buôn bán quốc tế các loài động vật và thực vật hoang dã có nguy cơ tuyệt chủng (CITES). Phúc lợi động vật là một trong những vấn đề bền vững ngày càng tăng, đạt được tầm quan trọng trong ngành da và dệt may. Lương công bằng, điều kiện làm việc tốt hơn và cơ sở làm việc an toàn hơn cũng là những chủ đề nóng bỏng hiện nay.

1. Những yêu cầu nào sản phẩm của tôi phải tuân thủ?

Nếu bạn xuất khẩu giày dép sang châu Âu, bạn phải tuân thủ các yêu cầu ràng buộc về mặt pháp lý sau đây:

Sản phẩm an toàn

Chỉ thị an toàn sản phẩm chung về cơ bản nói rõ ràng tất cả các sản phẩm được bán ở châu Âu phải an toàn để sử dụng. Nó đưa ra một khuôn khổ cho tất cả các luật cụ thể được thiết lập cho các sản phẩm và vấn đề cụ thể. Nếu không có yêu cầu pháp lý cụ thể nào được thiết lập cho sản phẩm của bạn và mục đích sử dụng, Chỉ thị an toàn sản phẩm chung vẫn được áp dụng.

Nếu các yêu cầu cụ thể áp dụng cho bạn, Chỉ thị an toàn sản phẩm chung cũng được áp dụng, bao gồm tất cả các khía cạnh an toàn có thể không được mô tả cụ thể.

Lời khuyên:

- Đọc về Chỉ thị an toàn sản phẩm chung (http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu15_02v001/eu/main/req_safeprod_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=NL&file2=&reporterLabel2=Netherlands&label=General+product+safety&languageId=en&status=PROD) trong Export Helpdesk của EU. Nghiên cứu các yêu cầu pháp lý cụ thể được liệt kê ở đây.

- Sử dụng phán đoán theo kinh nghiệm của bạn để đảm bảo sản phẩm của bạn không dễ bị vỡ, không có đường mép sắc nhọn hoặc gây ra bất kỳ nguy hiểm nào khác trong sử dụng thông thường. Những khía cạnh này có thể không được nêu cụ thể trong luật, nhưng được đề cập trong Chỉ thị an toàn sản phẩm chung.
- Trong thực tế, người mua châu Âu thường yêu cầu nhà cung cấp mô tả sản phẩm và các hướng dẫn sử dụng (hợp pháp và không hợp pháp).
- Kiểm tra cơ sở dữ liệu RAPEX (https://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/repository/content/pages/rapex/index_en.htm) được các quốc gia thành viên Liên minh châu Âu sử dụng để trao đổi thông tin về các sản phẩm không an toàn, để có được một ý tưởng về sự không phù hợp có thể.
- Kiểm tra các yêu cầu cụ thể mà người mua của bạn đưa ra. Một số người sẽ chỉ yêu cầu tuân thủ luật pháp châu Âu (và để bạn tự tìm hiểu chính xác những yêu cầu này là gì) trong khi những người khác, ví dụ, cung cấp thông tin mà các chất cụ thể không được phép.

Hóa chất – các chất bị hạn chế

Có những hạn chế đối với một số lượng lớn hóa chất được bán ở châu Âu, bởi vì chúng có thể gây nguy hiểm cho con người hoặc môi trường. Những hạn chế này được xem là những yêu cầu lập pháp khó khăn nhất mà bạn sẽ phải đối mặt với tư cách là nhà sản xuất. Giày dép thường bao gồm các bộ phận nhỏ của các vật liệu khác nhau và khối lượng thường không lớn, so với ngành may mặc, phải đối mặt với các yêu cầu tương tự. Điều này gây khó khăn cho các nhà sản xuất để đảm bảo rằng tất cả các bộ phận tuân thủ các hạn chế đã đặt ra.

Hầu hết các hạn chế được liệt kê trong quy định được gọi là Đăng ký, Đánh giá, Cấp phép và Hạn chế Hóa chất (REACH) (http://ec.europa.eu/environment/chemicals/reach/reach_en.htm) (Quy định (EC) 1907/2006). Những hóa chất có liên quan đến bạn sẽ phụ thuộc vào sản phẩm cụ thể của bạn và vật liệu bạn sử dụng.

Lời khuyên:

- Làm quen với danh sách đầy đủ các chất bị hạn chế trong các sản phẩm được bán ở châu Âu bằng cách kiểm tra các hóa chất bị hạn chế trong các sản phẩm dệt và da trong Export Helpdesk của EU (<https://www.cbi.eu/market-information/footwear/buyer-requirements>).
- Nhiều người mua ở Châu Âu đưa ra cho các nhà cung cấp của họ một List Danh sách các chất bị hạn chế (RSL). Để hiểu biết đầy đủ về những RSL này như thế nào, hãy kiểm tra Internet. Tìm kiếm “RSL”, cùng với tên của một thương hiệu lớn và bạn có thể sẽ tìm thấy một đầu mối liên lạc đến RSL (<https://www.cads-shoes.com/en/document.html>) của thương hiệu đó.
- Lưu ý rằng người mua đôi khi áp đặt các yêu cầu khắt khe hơn so với yêu cầu hợp pháp. Ví dụ: bạn có thể phải tuân thủ RSL của viện giày Đức (CADS).
- Kiểm tra lại trên tài liệu của CBI về REACH (<https://www.cbi.eu/market-inif/buyer-requirements/reach/>) để xác định bằng cách nào bạn sử dụng REACH.

- Hãy chắc chắn rằng các nhà cung cấp của bạn cũng nhận thức và quan tâm đến các yêu cầu về hóa chất, nếu bạn mua nguyên liệu các bộ phận của sản phẩm từ các nhà sản xuất khác.
- Trước khi bạn bắt đầu thử nghiệm, hãy tiến hành một số nghiên cứu trên phòng thí nghiệm bạn sẽ chỉ định. Chi phí có thể khác nhau giữa các phòng thử nghiệm và bạn nên xác minh rằng phòng thí nghiệm được người mua của bạn chấp nhận. Ví dụ về các phòng thí nghiệm kiểm tra bao gồm SGS ([www.sgs.com/en/Consumer-oods-Retail/Softlines-and-Accessories/Footwear-and-Leather- Products.aspx](http://www.sgs.com/en/Consumer-oods-Retail/Softlines-and-Accessories/Footwear-and-Leather-Products.aspx)), Intertek (<http://www.intertek.com/footwear/testing/>) và TUV (<http://www.intertek.com/footwear/testing/>). Cũng đảm bảo rằng bạn biết chính xác những chi phí có liên quan. Ví dụ, một số người mua tự kiểm tra sản phẩm của họ và tự trả tiền cho các thử nghiệm. Tuy nhiên, nếu họ phát hiện là không tuân thủ, thì lúc đó các nhà cung cấp sẽ bị yêu cầu thanh toán cho tất cả các thử nghiệm tiếp theo.
- Lưu ý rằng các tổ chức phi chính phủ và người tiêu dùng đang ngày càng quan tâm nhiều hơn đến vấn đề hóa chất trong giày dép. Điều này có thể dẫn đến các yêu cầu của người mua thậm chí còn nghiêm ngặt hơn các yêu cầu của luật pháp. Kiểm tra phần bên dưới về các yêu cầu bổ sung, đặc biệt là thông tin về chiến dịch Hòa bình xanh.

Ví dụ về các chất bị hạn chế có liên quan đến giày dép:

- Thuốc nhuộm Azo (Da và dệt may): nếu bạn sử dụng da nhuộm, đảm bảo sản phẩm của bạn không chứa bất kỳ thuốc nhuộm azo nào có mùi thơm trong số 22 amin thơm bị cấm. Kiểm tra danh sách thuốc nhuộm azo bị cấm (http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu15_02v001/eu/auxi/eu_cherest_entry43_annexXVII_r1907_2006.pdf) để tìm hiểu thêm. Luật pháp châu Âu liệt kê các amin thơm, không phải thuốc nhuộm azo có mùi thơm trong số 22 amin thơm bị cấm. Hầu hết các thuốc nhuộm azo được chấp nhận về mặt pháp lý. Hơn nữa, hầu hết các nhà sản xuất thuốc nhuộm có uy tín chỉ sản xuất thuốc nhuộm được chấp nhận hợp pháp. Tuy nhiên, bị từ chối nhập cảnh vào thị trường cho thấy thuốc nhuộm azo vẫn có thể gây ra vấn đề trên thị trường châu Âu.
- Chromium VI (da): việc sử dụng Chromium VI bị hạn chế ở châu Âu kể từ ngày 1 tháng 5 năm 2015. Một số quốc gia và người mua đã cấm sử dụng Chromium VI trước đó. Danh sách những đôi giày sử dụng Chromium VI bị loại bỏ khỏi thị trường trong cơ sở dữ liệu RAPEX (https://ec.europa.eu/consumers/consumftimesquill/squill_products/rapex/alerts/reposeective/content/pages/rapex/index_en.htm) cho thấy Chromium VI là lý do phổ biến nhất bị loại bỏ khỏi thị trường. Luật pháp châu Âu giới hạn việc sử dụng crôm trong các sản phẩm da đến mức tối đa 3ppm. Điều khoản TUV về các hạn chế của Chromium VI nêu ra những điểm chính của luật pháp (https://www.tuv.com/media/india/inifcenter_1/softlines_1/Restriction_of_Chromium_VI_for_Leather_Articles_in_EU_REACH.pdf).
- Các hợp chất organostannic (http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu15_02v001/eu/auxi/eu_cherest_entry20_annexXVII_r1907_2006.pdf), đặc biệt là các bộ phận được làm bằng nhựa PVC, hoặc PVC cũng bị hạn chế. Các hợp chất organotin, hợp chất Dioctyltin

(DOT) và hợp chất Dibutyltin (DBT) có thể được sử dụng trong dệt may, ví dụ như trong các bản in. Việc sử dụng chúng bị hạn chế vì chúng có thể gây rủi ro cho sức khỏe con người, ức chế hệ thống miễn dịch hoặc gây hại cho việc sinh sản.

- PVC cũng chứa các hóa chất khác để ổn định hoặc làm dẻo, chẳng hạn như chì hoặc phthalates. Những chất này thường bị hạn chế. Mặc dù bản thân PVC không bị cấm, một số công ty đã tự nguyện quyết định loại bỏ PVC trong các sản phẩm của họ.
- Các bộ phận và phụ kiện bằng kim loại (như khóa kéo hoặc nút) tiếp xúc trực tiếp và nổi dài thêm có tiếp xúc với da không được hơn mức 0,5 µg/cm² niken (http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu13_03v003/eu/auxi/eu_cher_est_entry27_annexXVII_r1907_2006.pdf).
- Perfluorooctane sulphonate (PFOS) là một chất được sử dụng để làm da/vải dệt chống nước và bụi bẩn. Nó là một chất gây ô nhiễm hữu cơ dai dẳng (POP) và việc sử dụng nó bị hạn chế ở châu Âu theo Quy định (EC) số 850/2004 (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0850:20070416:EN:PDF>) (Công ước Stockholm). Giới hạn tối đa cho PFOS là 1 Phag/m².
- Hạn chế về việc sử dụng parafin clo hóa chuỗi ngắn (SCCP) là một lý do phổ biến khác để hủy bỏ. Những chất này cũng là chất gây ô nhiễm hữu cơ dai dẳng thường được sử dụng trong ngành công nghiệp da.

Lời khuyên:

- Thành lập phòng thí nghiệm của riêng bạn để kiểm tra tất cả các nguyên phụ liệu bạn mua tại địa phương. Đưa ra các thử nghiệm cho các tính chất vật lý, chẳng hạn như độ bám dính và mài mòn, cũng như các thử nghiệm hóa học.
- Đảm bảo rằng các sản phẩm của bạn không chứa bất kỳ thuốc nhuộm azo nào có các amin thơm bị cấm. Điều này bao gồm kiểm tra các nhà cung cấp của bạn. Để kiểm tra sản phẩm của bạn, sử dụng các bài kiểm tra chính thức. Bạn có thể tìm thấy các bài kiểm tra như vậy trên trang web (<https://www.cen.eu/Pages/default.aspx>) của Ủy ban Tiêu chuẩn Châu Âu (CEN).
- Da CEN: CEN ISO/TS 17234:2003 (<https://www.iso.org/standard/31300.html>) là một tài liệu chỉ định phương pháp phát hiện việc sử dụng một số thuốc nhuộm azo trong da có các amin thơm.
- CEN Vải dệt: EN 14362:2003 hoặc EN 14362-1:2012 (<https://shop.bsigroup.com/ProductDetail/?pid=000000000030213244>) phác thảo các phương pháp xác định một số amin thơm có nguồn gốc từ thuốc nhuộm azo trong vải dệt.
- Theo dõi những phát triển mới trong lĩnh vực chất chống cháy, ví dụ: bằng cách kiểm tra trang web của Hiệp hội chống cháy châu Âu (EFRA) (<http://www.cefic-efra.com/>).
- Kiểm tra thông tin của EU Export Helpdesk về các hạn chế của PVC.
- Kiểm tra các yêu cầu người mua của bạn liên quan đến PVC và xem xét loại bỏ PVC, vì dù sao cũng không người mua nào mong muốn cả.
- Xác minh sự tuân thủ của bạn với hạn chế Chromium VI bằng cách sử dụng thử nghiệm EN ISO 17075.

- Đọc thông tin chính sách của Châu Âu về các hạn chế đối với việc sử dụng POP (http://ec.europa.eu/environment/chemicals/international_conventions/index_en.htm)
- Lưu ý rằng, một số quốc gia châu Âu có những hạn chế quốc gia bổ sung hoặc chặt chẽ hơn đối với các chất hóa học. Ví dụ, một số quốc gia kiên quyết không sử dụng formaldehyd trong vải dệt (Áo, Đức, Phần Lan và Hà Lan), một số quốc gia khác về phencyclidine hoặc PCP trong dệt may (Áo, Đan Mạch, Đức, Hà Lan) và các quốc gia khác về thuốc nhuộm tán sắc trong dệt may (Đức). Để tìm hiểu thêm, liên hệ với Bộ phận Trợ giúp của Cơ quan Hóa chất Châu Âu (ECHA) (<https://echa.europa.eu/support/helpdesks>) hoặc các cơ quan quốc gia ở Châu Âu.

Dán nhãn giày dép

Tất cả giày dép phải có nhãn cung cấp thông tin về các nguyên phụ liệu chính được sử dụng trong giày dép. Việc ghi nhãn phải mô tả các nguyên phụ liệu với ba phần chính của giày dép (phần trên, lớp lót và tất và đế ngoài). Đối với mỗi loại này, nhãn tour phải cho biết liệu chất liệu đó là “da thuộc”, “Da coated” (là loại da mà bề mặt đã phủ hoàn thiện và không quá 1/3 tổng độ dày của da nhưng không vượt quá 0.15 mm), vải dệt hay chất liệu khác. Bạn có thể cung cấp thông tin này bằng lời hoặc bằng cách sử dụng các ký hiệu.

Thực hiện việc ghi nhãn

Ủy ban Châu Âu đang nghiên cứu ghi nhãn xuất xứ bắt buộc (thực hiện việc ghi nhãn) ở châu Âu cho tất cả các sản phẩm phi thực phẩm, bao gồm cả giày dép. Cho đến bây giờ, ghi nhãn sản xuất là tự nguyện.

Các sản phẩm vải dệt phải được dán nhãn với thành phần sợi và sử dụng tên sợi theo quy định của Châu Âu. Mục đích của bộ quy tắc ghi nhãn phổ biến này là để đảm bảo rằng người tiêu dùng biết mình đang mua gì.

Lời khuyên:

- Để biết thêm chi tiết, kiểm tra thông tin về việc ghi dán nhãn giày dép của ủy ban châu Âu (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:51991PC0529>)
- Nếu bạn chọn cung cấp thông tin sản phẩm bằng cách sử dụng các ký hiệu/hình tượng, chắc chắn rằng bạn sử dụng kiểu chữ hình vẽ đã được quy định trong Chỉ thị của EU (http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu14_04v001/eu/auxi/eu_lblf_ootw_annex1.pdf).
- Đi trước các đối thủ cạnh tranh của bạn và thực hiện việc ghi nhãn. Một số người mua đang bắt đầu sử dụng nó hoặc muốn thử nghiệm nó trong những năm tới, trước khi nó trở thành bắt buộc.

Sản phẩm từ thực vật và động vật hoang dã

Nếu bạn sử dụng các vật liệu (một phần) làm từ thực vật hoặc động vật hoang dã - ví dụ: ủng làm bằng da cá sấu - bạn cần đảm bảo rằng bạn tuân thủ các yêu cầu của Công ước về buôn bán quốc tế các loài có nguy cơ tuyệt chủng (<https://www.cites.org/>) (CITES). Châu Âu đã thực hiện các yêu cầu này trong Quy định 338/97 (http://ec.europa.eu/envir/cites/legislation_en.htm).

Quy định bao gồm danh sách các loài bị hạn chế (bao gồm cả các sản phẩm của chúng) và các thủ tục đặc biệt khi áp dụng. Châu Âu có luật riêng về kinh doanh các sản phẩm của loài hải cẩu, chẳng hạn như lông hải cẩu.

Lời khuyên:

- Tìm hiểu xem các sản phẩm của bạn có nằm trong CITES hay không. Tìm hiểu thêm về các yêu cầu của CITES của EU Export Helpdesk. EU Export Helpdesk cũng cung cấp thông tin về các thủ tục áp dụng khác nhau đối với các danh mục khác nhau trong CITES.
- Đọc thông tin của EU Export Helpdesk về về kinh doanh các sản phẩm hải cẩu (http://ec.europa.eu/envir/biodiversity/animal_wunity/seals/seal_hunting.html).
- Đọc các tiêu chuẩn về việc bảo vệ và truy nguyên động vật trong phần các yêu cầu bổ sung của người mua dưới đây.

Giày dép an toàn và ghi nhãn CE

Nếu bạn sản xuất giày dép an toàn, bạn phải đảm bảo rằng chúng đáp ứng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt được đặt ra cho thiết bị bảo vệ cá nhân (PPE). Giày an toàn phải được kiểm tra theo các tiêu chuẩn này và mang nhãn CE. Nhãn CE là một chương trình bắt buộc phải tuân thủ đối với một số sản phẩm được bán ở châu Âu. Các chữ “CE” là chữ viết tắt của cụm từ tiếng Pháp Conformité Européene, có nghĩa là “Tuân thủ theo Châu Âu”.

Lời khuyên:

- Đọc về ghi dấu CE ở châu Âu (https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking_en).
- Tìm hiểu thêm về các tiêu chuẩn cụ thể cho thiết bị bảo vệ cá nhân ở Châu Âu (https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/personal-protective-equipment_en). Ví dụ, giày an toàn phải đối mặt với các yêu cầu liên quan đến để chống trơn trượt, bảo vệ chống lại các chất hóa học, chống cháy,... Tìm ra những tiêu chuẩn nào có thể áp dụng cho sản phẩm của bạn.
- Đọc thông tin của EU Export Helpdesk về ghi dấu CE cho giày an toàn.

Quyền sở hữu trí tuệ

Nếu bạn bán bộ sưu tập của riêng mình cho người mua châu Âu, bạn phải xác minh rằng bạn không vi phạm bất kỳ quyền sở hữu trí tuệ (IP) nào. Những quyền này có thể áp dụng cho thiết kế của sản phẩm, cũng như đối với bất kỳ nhãn hiệu hoặc hình ảnh được sử dụng.

Lời khuyên:

- Tìm hiểu thêm về quyền sở hữu trí tuệ ở Châu Âu (https://ec.europa.eu/growth/industry/intellect-property_en).
- Kiểm tra tổng quan đầy đủ về các yêu cầu giày dép hợp pháp. Hãy nhập mã sản phẩm HS 64 để có danh sách các yêu cầu áp dụng.

2. Những yêu cầu bổ sung nào người mua thường có?

Ngoài các yêu cầu pháp lý, có rất nhiều yêu cầu ngoài pháp lý mà bạn phải tuân thủ để tìm người mua. Những yêu cầu này được đặt ra bởi chính người mua.

Tính bền vững, bao gồm khả năng truy xuất nguồn gốc động vật và thực vật

Bảo vệ động vật và chăm sóc môi trường là những chủ đề nóng ở châu Âu, và người mua và các tổ chức chi nhánh đang nâng cao tiêu chuẩn của họ trong các lĩnh vực này, vượt xa những gì luật pháp yêu cầu. Điều này có nghĩa là liên quan đến các nguyên phụ liệu làm từ thực vật hoặc động vật hoang dã, các yêu cầu của CITES không phải là những điều duy nhất bạn cần biết hiện nay. Tại Hà Lan, các ngành công nghiệp thời trang và dệt may đã ký một giao ước mới yêu cầu truy xuất nguồn gốc đầy đủ - quay trở lại nhà cung cấp và động vật - của tất cả các sản phẩm động vật được sử dụng trong hàng may mặc hoặc giày dép. Hiệp định Hà Lan về ngành dệt may bền vững (<https://www.solidaridadnetwork.org/news/seventy-five-signatures-endorse-dutch-sustainable-textile-agreement>) đã được chính phủ Hà Lan ký kết và liên minh rộng rãi với các tổ chức chi nhánh, công đoàn, các tổ chức phi chính phủ như Solidaridad (<https://www.solidaridad.nl/eerlijktshirt>), và 57 thương hiệu và nhà bán lẻ dệt may. Ngoài việc bảo vệ động vật, nó còn liên quan đến nhiều vấn đề bền vững hơn. Dự kiến, hiệp định này sẽ sớm tạo ra xu hướng cho phần còn lại của châu Âu.

Lời khuyên:

- Đọc đầy đủ Hiệp định Hà Lan về ngành dệt may bền vững (<https://www.solidaridad.nl/eerlijktshirt>) để có kế hoạch để chọn thị trường nào mà đang nhắm đến.
- Nói chuyện với người mua của bạn về những thách thức và tham vọng mà bạn chia sẻ khi theo xu hướng này. Thảo luận về các lĩnh vực mà bạn có thể thích ứng với các yêu cầu thị trường mới để vượt lên trước đối thủ cạnh tranh.

Cùng nhau chịu trách nhiệm

Trước khi việc bảo vệ động vật bắt đầu đạt được tầm quan trọng, các khía cạnh xã hội, như quyền lao động cơ bản, đã trở thành một vấn đề bền vững lớn trong ngành giày dép. Một yêu cầu chung liên quan đến việc ký kết một quy tắc ứng xử của nhà cung cấp, trong đó bạn tuyên bố rằng bạn thực hiện các hoạt động của mình một cách có trách nhiệm (ví dụ: bạn và nhà cung cấp của bạn tôn trọng luật lao động và môi trường địa phương và bạn tránh tham nhũng).

Một số sáng kiến đã đạt được chỗ đứng gần đây, đặc biệt là ở các nước Tây Âu, ví dụ Sáng kiến thương mại có đạo đức (<https://www.ethicaltrade.org/>) (ETI) và Sáng kiến tuân thủ trách nhiệm xã hội trong kinh doanh (BSCI) (www.bsci-intl.org).

Lời khuyên:

- Tìm hiểu Sáng kiến thương mại có đạo đức trong ITC. Bạn cũng có thể tìm hiểu Sáng kiến tuân thủ trách nhiệm xã hội trong kinh doanh trong các tiêu chuẩn của ITC (BSCI) (<http://www.standardsmap.org/review.aspx?standards=5>). Điều này sẽ cho bạn một sự hiểu biết tốt về xu hướng bền vững.
- Tìm hiểu làm thế nào bạn có thể thích ứng với những thay đổi này trong công ty của riêng bạn.

- Nếu bạn đang nhắm mục tiêu thị trường Anh, hãy tự làm quen với Sáng kiến thương mại có đạo đức (ETI) (<https://www.ethicaltrade.org/eti-base-code>) trên cơ sở mã code để tìm hiểu những thành viên ETI nào (<https://www.ethicaltrade.org/about-eti/our-members>) đưa ra các yêu cầu cho các nhà cung cấp của họ.
- Nếu bạn đang nhắm mục tiêu vào các thị trường châu Âu khác, hãy đánh giá hiệu suất hiện tại của công ty bạn bằng cách tự đánh giá. Bạn có thể tìm thấy một ví dụ về tự đánh giá trên trang web Sáng kiến tuân thủ xã hội về kinh doanh (BSCI) (www.bsci-intl.org/resource/producer-starter-kit).
- Cân nhắc triển khai hệ thống quản lý nhằm mục đích bền vững hơn, chẳng hạn như (<https://www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html>) (khía cạnh môi trường), OHSAS 18001 (sức khỏe và an toàn nghề nghiệp) hoặc SA 8000 (<http://www.standardsmap.org/review.aspx?standards=58>) (điều kiện xã hội). Thực hiện được điều này có thể cung cấp cho bạn một lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ.
 - Thảo luận với người mua của bạn những bước nào bạn có thể thực hiện để vượt lên trước đối thủ cạnh tranh.
 - Xem xét các khả năng khác để cải thiện hiệu suất bền vững của bạn. Những điều này có thể không phải lúc nào cũng bao gồm chứng nhận hoặc áp dụng nhãn hiệu, nhưng điều quan trọng là bạn phải tự làm quen với các vấn đề.
 - Hãy lưu ý rằng nhiều vấn đề bền vững về môi trường và xã hội bắt đầu theo hướng ngược dòng trong chuỗi cung ứng của bạn: tại nhà máy, với người thu gom hoặc tại trang trại. Hãy suy nghĩ về cách bạn có thể đảm bảo kinh doanh có trách nhiệm trên cơ sở của các nhà cung cấp của bạn.
 - Hầu hết các thương hiệu/nhà bán lẻ lớn công bố chính sách bền vững của họ, bao gồm cả những kỳ vọng của họ về nhà cung cấp, trên trang web của họ. Chẳng hạn như vào xem các trang Trách nhiệm của Timberland (<https://www.timberland.com/responsibility.html>), để có ý tưởng rõ ràng về các vấn đề quan trọng.
 - Ngoài ra còn có các trang web độc lập xếp hạng các thương hiệu theo hiệu suất bền vững của họ. Để xem một ví dụ, hãy xem ấn phẩm Rankabrand về Tính bền vững trong Thời trang, Quần áo & Giày dép (<https://www.timberland.com/responsibility.html>).
 - Kiểm tra trang web Liên minh may mặc bền vững (<https://apparelcoalition.org>) và trang web 'Higg-index' (<https://apparelcoalition.org/the-higg-index/>), một tiêu chuẩn tự đánh giá được sử dụng trong ngành trang phục và ngành công nghiệp giày dép để đánh giá sự bền vững môi trường và xã hội trong toàn bộ chuỗi cung ứng.
 - Để biết thêm thông tin về SA8000 và các tiêu chuẩn khác, vui lòng vào trang web của ITC.

Lương công bằng

Tiền lương là một mối quan tâm ngày càng tăng trong ngành giày dép cũng như trong các ngành công nghiệp liên quan khác, chẳng hạn như thời trang. Một số sáng kiến tập trung vào tiền lương công bằng cho nhân viên giày dép đã được đưa ra. Họ không nhắm đến mức lương tối thiểu, nhưng với mức lương công bằng. Tiền lương công bằng thường được xác định dựa trên những gì người lao động phải bỏ ra để được hưởng mức sống kha khá. Ngày càng có nhiều tổ chức đang tham gia nỗ lực này. Họ

muốn có thể đảm bảo rằng những người tham gia vào quá trình sản xuất phải kiếm được một mức lương đáp ứng được nhu cầu chi tiêu cơ bản của họ.

Lời khuyên:

- Hãy chắc chắn rằng bạn tuân thủ các luật pháp liên quan về tiền lương, giờ làm việc và các điều kiện lao động khác.
- Trên hết, hãy chắc chắn rằng bạn biết những gì người mua châu Âu của bạn mong đợi. Theo quy định của châu Âu, người lao động ở châu Âu không được phép làm việc quá mười giờ một ngày. Mặc dù điều này có thể không áp dụng ở các quốc gia ngoài châu Âu, nhưng các doanh nghiệp châu Âu có thể yêu cầu bạn phải tuân theo nó.
- Kiểm tra báo cáo về tiền lương của Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) (http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_235287.pdf).

Cải thiện điều kiện làm việc

Công nhân và các điều kiện họ làm việc cũng đang thu hút sự chú ý trong ngành công nghiệp giày dép. Sạch sẽ và an toàn là những quy ước chính.

Lời khuyên:

- Hãy chắc chắn rằng nhà máy của bạn sạch sẽ và an toàn. Bạn thường có thể đạt được tiến bộ lớn với khoản đầu tư tối thiểu về thời gian hoặc tiền bạc.
- Để tìm hiểu loại yêu cầu điều kiện lao động nào hiện đang áp dụng và được quan tâm nhiều nhất, hãy xem ấn phẩm của Oxfam về quyền lao động và đạo đức sản xuất trong lĩnh vực giày dép và may mặc (https://www.oxfam.org.au/wp-content/uploads/2011/08/oaus-labourrightsfaq_0311.pdf).

Lao động trẻ em

Đối với hầu hết người mua ở châu Âu, lao động trẻ em là không thể chấp nhận và không thể thương lượng. Nếu bạn thuê trẻ em, bạn rất khó có thể nhận được đơn đặt hàng từ châu Âu. Theo Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) (<http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>), 168 triệu trẻ em trên khắp thế giới đang bị sử dụng lao động. Rất may, số lượng của họ đã giảm một phần ba kể từ năm 2000, từ mức 246 triệu. Hơn một nửa số trẻ em này, 85 triệu, đang làm công việc nguy hiểm (giảm từ 171 triệu vào năm 2000). Người tiêu dùng và các tổ chức phi chính phủ đang buộc tội ngành công nghiệp giày dép đóng một phần trong điều này.

Ví dụ, xem thông cáo báo chí năm 2016 này về nhu cầu gia tăng sản xuất minh bạch và công bằng hơn trong thị trường giày dép và da (<http://labourbehindthelabel.org/press-release-eu-citizens-demand-transparent-and-fair-production-of-shoes-and-leather/>).

Lời khuyên:

- Kiểm tra các trang ILO (<http://www.ilo.org/global/topics/child-labour/lang--en/index.html>) về lao động trẻ em để biết thêm sự việc, số liệu và thông tin.

- Nếu công ty của bạn sử dụng lao động trẻ em nhưng bạn muốn thay đổi điều này, hãy nói chuyện với những người mua tiềm năng về cách bạn muốn loại bỏ lao động trẻ em. Ý định tốt theo sau là các biện pháp kiên quyết có thể thu hút sự hỗ trợ và kinh doanh của họ.
- Nếu bạn đã “dọn dẹp” mối quan tâm thực sự của bạn và xóa bỏ lao động trẻ em, hoặc thậm chí thay thế nó bằng các sáng kiến xã hội tốt, hãy trao đổi điều này với những người mua tiềm năng của bạn. Nó chắc chắn sẽ thu hút sự chú ý của họ.

Xây dựng an toàn

Nhà máy và tòa nhà an toàn là một vấn đề khác ngày càng được chú ý. Điều này là do, trong ngành may mặc, cuộc sống con người đã bị cướp mất trong các vụ cháy nhà máy và sụp đổ có thể tránh được với các biện pháp phòng ngừa đúng đắn. Hiệp định về an toàn hỏa hoạn và xây dựng ở Bangladesh (<https://bangladeshaccord.org/>), đã được ký vào năm 2013, là một ví dụ điển hình về nhận thức về an toàn trong ngành may mặc bao gồm cả an toàn hỏa hoạn và xây dựng. Những tiêu chuẩn này cũng nhanh chóng đưa vào ngành công nghiệp giày dép và các lĩnh vực khác.

Lời khuyên:

- Tìm hiểu xem các sản phẩm của bạn có được bảo hiểm bởi CITES hay không. Tìm hiểu thêm về các yêu cầu của CITES trong EU Export Helpdesk. EU Export Helpdesk cũng cung cấp thông tin về các quy trình khác nhau áp dụng cho các danh mục khác nhau trong CITES.
- Đọc thông tin trợ giúp xuất khẩu của EU về kinh doanh các sản phẩm có niêm phong.
- Đọc các tiêu chuẩn xu hướng về bảo vệ và truy xuất động vật hiện đang áp dụng, trong phần các yêu cầu bổ sung của người mua.

Vòng tròn kinh tế

Ở châu Âu, luật pháp dự kiến sẽ yêu cầu người mua và nhà sản xuất hàng may mặc phải tính đến tất cả các chất thải liên quan đến quy trình sản xuất của mình. Ngày càng có nhiều doanh nghiệp trong ngành nhận ra rằng lãng phí không phải là gánh nặng, mà là cơ hội. Ví dụ: Adidas (<https://www.theverge.com/2016/6/8/11881670/adidas-3d-printed-sneaker-competition>) hiện cung cấp một chiếc giày làm từ chất thải đại dương. Công nghệ nhuộm thân thiện với môi trường cũng đang thịnh hành. Xem, ví dụ, giải pháp DyeCoo từ (www.dyecoo.com).

Lời khuyên:

- Nhận ra rằng chất thải không phải là gánh nặng mà là cơ hội: giảm thiểu chất thải của bạn, nhưng cũng cần lưu ý rằng dòng chất thải còn lại có thể có giá trị.
- Tìm kiếm các ví dụ sáng tạo về tái sử dụng chất thải, chẳng hạn như da bào gọt thừa được ép vào đế giày, da bào gọt thừa hoặc chất thải khác được ép thành gạch lát sàn,...
- Để có một số ý tưởng, hãy đọc cách các vật liệu tổng hợp da tái tạo (RLCs) (<https://link.springer.com/article/10.1007/s10098-014-0776-x>) đang trở thành một chất liệu mới đầy hứa hẹn cho giày dép.

- Suy nghĩ toàn diện về tài nguyên của bạn. Lãng phí không chỉ là về vật liệu còn sót lại hoặc các sản phẩm chưa bán; bạn cũng có thể lãng phí thời gian, máy móc, con người, năng lực.
- Sản phẩm của bạn bán được là một cơ hội khác. Tìm một thị trường cho chúng !
- Nếu chất thải sản xuất của bạn là khá tồi tệ, hãy sửa chữa nó, nếu không hãy tái sử dụng nó.
- Nhắm vào bao bì chất thải thân thiện.

Tính minh bạch trong chuỗi cung ứng

Bền vững hơn cũng có nghĩa là minh bạch hơn. Ngày càng, mỗi liên kết chuỗi cung ứng sẽ cần phải được chứng nhận trong tương lai. Trong lĩnh vực thời trang, xu hướng này tiên tiến hơn. Ví dụ: kiểm tra báo cáo Chỉ số minh bạch thời trang (www.sustainablebrands.com/digital_learning/research_report/supply_chain/fashion_transparency_index_-_april_2016) được Fashion Revolution xuất bản năm 2016 (<https://fashionrevolution.org/about/>). Chỉ số này xếp hạng 40 thương hiệu thời trang có khả năng hiển thị cao dựa trên thực tiễn quản trị và minh bạch chuỗi cung ứng của họ.

Tính minh bạch cao, theo Index, có nghĩa là làm cho các chính sách chuỗi cung ứng của bạn có sẵn cho công chúng và có chính sách kiểm toán và báo cáo. Chỉ có một bộ quy tắc ứng xử trên trang web của bạn được cho là tính minh bạch thấp.

Lời khuyên:

- Tính minh bạch bắt đầu bằng việc công khai về quy trình sản xuất, điều kiện lao động, tìm nguồn cung ứng,... Nếu bạn biết bạn không thể tuân thủ các tiêu chuẩn CSR trong một số lĩnh vực, hãy liên lạc với người mua của bạn và đề xuất hợp tác phát triển một kế hoạch tốt hơn. Thể hiện sự sẵn sàng của bạn để cải thiện. Nó có thể giúp bạn duy trì kinh doanh.
- Theo đuổi sự minh bạch cả trong tổ chức của chính bạn và cả trong chuỗi cung ứng mà bạn là một phần của nó. Hãy tin rằng sự minh bạch sẽ giành chiến thắng trong ngày. Ví dụ: mời người mua của bạn kiểm toán công ty của bạn hoặc điều tra các tùy chọn chứng nhận.
- Sử dụng trang web và tài liệu quảng cáo của bạn để chia sẻ cởi mở câu chuyện đằng sau doanh nghiệp của bạn.

Mới: tiêu chuẩn hóa chất Greenpeace

REACH là tiêu chuẩn bắt buộc do chính phủ đặt ra: không tuân thủ REACH có nghĩa là bạn không thể kinh doanh ở châu Âu. Tuy nhiên, có một tiêu chuẩn khác cũng quan trọng cần biết. Nó đã được đưa ra trong một chiến dịch gần đây của Greenpeace: chiến dịch Detox không độc hại trong tương lai (<https://www.greenpeace.org/international/tag/consumption/>). Các tiêu chuẩn mà Greenpeace đề xuất trong sáng kiến này chặt chẽ hơn so với REACH. Mục đích của sáng kiến là cuối cùng tạo ra một ngành công nghiệp thời trang và giày dép không có hóa chất độc hại. Nhiều công ty giày dép lớn, như Nike và Puma, đã liên kết với chiến dịch này.

Lời khuyên:

- Đọc tiêu chuẩn Greenpeace mới và các phát triển khác liên quan đến sản xuất không có hóa chất. Kiểm tra những gì người mua của bạn mong đợi ở bạn trong lĩnh vực này.
- Liên quan đến hóa chất, lưu ý rằng người mua có thể yêu cầu báo cáo thử nghiệm trong phòng thí nghiệm, như một bằng chứng về việc tuân thủ các tiêu chuẩn mà họ áp dụng. Các nhà bán lẻ lớn hơn thường yêu cầu một báo cáo như vậy mỗi khi họ muốn mua một loại giày mới. Người mua nhỏ hơn thường chỉ muốn bạn tuân thủ và sẽ có hành động chống lại việc không tuân thủ.

3. Các yêu cầu cho thị trường ngách là gì?

Mặc dù tính bền vững đang có được chỗ đứng, phân khúc thị trường cho giày dép được bán dưới dạng “công bằng” hay “bền vững” thực sự vẫn là một phân khúc rất nhỏ.

Trong thị trường ngách cho giày dép bền vững, câu chuyện về sản phẩm của bạn quan trọng hơn chứng nhận và việc sử dụng nhãn hiệu tiêu dùng. Thuật ngữ bền vững trong vấn đề này có thể đề cập đến một loạt các vấn đề từ tái chế đến lựa chọn vật liệu bền vững, thiết kế bền vững, điều kiện xã hội (làm việc) được cải thiện và bảo vệ động vật.

Nhãn sinh thái

Có một số nhãn sinh thái khác nhau tập trung vào vấn đề môi trường. Hầu hết trong số đó tập trung vào các vật liệu cụ thể (dệt, da, cotton), không phải trên toàn bộ giày. Có một Nhãn hiệu Liên minh Châu Âu dành cho giày dép (<http://ec.europa.eu/envir/ecolabel/document/footwear.pdf>), nhưng một lần nữa thị trường rất nhỏ.

Tiêu chuẩn Dệt may Hữu cơ Toàn cầu (GOTS) (<http://www.standardsmap.org/review.aspx?standards=30>) và Chương trình Naturland của Đức (www.standardsmap.org/review.aspx?standards=96) là những ví dụ về tiêu chuẩn xử lý dệt may và sợi hữu cơ. Các nhãn OEKO-TEX quốc tế (www.stitiriamapap.org/review.aspx?stiterias=160) và nhãn hiệu Bluesign không có hóa chất độc hại (www.standardsmap.org/review.aspx?standards=138) có trụ sở tại Thụy Sĩ.

The Leather Working Group (<https://www.leatherbusinessgroup.com/>) và Naturleder (www.naturtextil.com/profile/quality-seals/naturleder.html) là những sáng kiến hỗ trợ da bền vững hơn.

Lời khuyên:

- Sử dụng câu chuyện về các việc làm xã hội và môi trường đặc biệt của bạn như một công cụ tiếp thị. Người tiêu dùng đang ngày càng quan tâm đến nguồn gốc của sản phẩm họ mua và câu chuyện đằng sau sản phẩm. Một ví dụ nổi tiếng là TOMS (<https://www.toms.com/supply-chain-transparency>), một thương hiệu giày tặng một đôi giày cho trẻ em nếu mỗi đôi giày được mua.

- Nếu bạn có ý định tập trung vào thị trường ngách, bạn sẽ cần tìm đối tác kinh doanh. Những đối tác này có thể bao gồm các công ty lớn với các dòng sản phẩm bền vững, cũng như những người mua chuyên biệt. Bước đầu tiên trong việc xác định liệu công ty của bạn có phù hợp với các đối tác tiềm năng hay không, bao gồm việc làm quen với các sáng kiến của các bên này và cách họ làm việc. Để có một số ý tưởng, hãy kiểm tra chín thương hiệu sản xuất giày và giày thể thao này (<https://www.treehugger.com/slideshows/sustainable-fashion/9-brands-make-ethical-casual-shoes-and-sneakers/>).
- Kiểm tra Nhãn sinh thái Châu Âu cho giày dép (<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/footwear.pdf>) để có khái niệm về các yêu cầu của chương trình này.
- Để biết thêm các sáng kiến bền vững cho giày dép, hãy vào trang web của ITC.