

Warszawa, 28 kwietnia 2014 r.

CIWF Polska
ul. Gombrowicza 19
01-682 Warszawa

Sz. P. Grzegorz Polak
Kaufland Polska Markety Sp. z o.o S.k.
ul. Szybka 6-10
50-421 Wrocław

Szanowny Panie,

z pewnym zaniepokojeniem obejrzałem materiał filmowy oraz zdjęcia opublikowane przez stowarzyszenie Otwarte Klatki w ramach kampanii „Jak one to znoszą?”. Materiały te pokazują, w jakich warunkach hodowane są kury nioski na Fermach Drobiu Borkowski, jednego z dostawców sieci sklepów Kaufland.

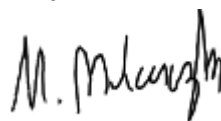
Z pewnością Pan jak i Zarząd firmy także się z nimi zapoznali. To naprawdę przykry widok – kury z wydziobanymi piórami z różnych części ciała czy martwe zwierzęta pozostawione w klatkach na wiele dni. Wyraźnie świadczy to o zaniedbaniach na tych fermach czy wręcz łamaniu prawa, ponieważ martwe zwierzęta powinny być usuwane codziennie.

Fakt, że Kaufland Polska skupuje jajka z miejsc, gdzie nie dba się o dobrostan zwierząt w wystarczającym stopniu jest o tyle smutny, że sieć tych sklepów potrafi dać dobry przykład. Niemiecki Kaufland został w 2010 r. uhonorowany nagrodą Good Egg Award przyznawaną przez główny oddział Compassion in World Farming za szczególne starania na rzecz dobrostanu kur hodowanych na jajka, a konkretnie za wycofanie ze sprzedaży jaj z hodowli klatkowej, tzw. „trójek”.

Szczerze zachęcam, aby i Kaufland Polska stał się bezprecedensowym przykładem wśród polskich sieci i również wycofał ze sprzedaży jaja z symbolem „3”. Polscy konsumenci zwracają coraz większą uwagę na jakość produktów, które kupują. Dlatego warto wyjść naprzeciw ich oczekiwaniom i stać się awangardą na polskim rynku jako sieć, która dba nie tylko o zysk, ale również dobrostan zwierząt.

Proszę o informację na temat tego, jakie działania zamierzają Państwo podjąć w związku z materiałami pokazującymi warunki chowu u Państwa dostawcy oraz jakie długofalowe kroki Państwo planują, aby pokazać, że sytuacja zwierząt hodowlanych ma dla Państwa znaczenie.

Z poważaniem,
Krzysztof Mularczyk



Dyrektor CIWF Polska