

30.09.2019 r.

## **Raport EggTrack – jak firmy wycofują jaja z hodowli klatkowej**

Dzisiaj (30 września) organizacja Compassion in World Farming opublikowała drugi europejski raport EggTrack, który pokazuje postępy firm w wypełnianiu zobowiązań dotyczących wycofywania jaj z hodowli klatkowej do 2025 r. Raport po raz pierwszy opublikowano także w Polsce.

W ostatnich latach wiodące firmy spożywcze lawinowo ogłaszały wycofywanie ze sprzedaży jaj z hodowli klatkowej. To wynik m.in. działań organizacji Compassion Polska, która od lat aktywnie prowadzi kampanię na rzecz zakazu stosowania klatek w hodowli wszystkich zwierząt. Raport EggTrack ma na celu wspieranie firm, które podjęły publiczne zobowiązania i zachęcenie ich do informowania o corocznym postępie w kierunku bezklatkowej hodowli kur. Raportowanie umożliwi organizacji Compassion Polska zaoferowanie na czas pomocy, porad i wsparcia firmom, które przechodzą na systemy bezklatkowe.

EggTrack przedstawia dane o 106 europejskich firmach, w tym: wiodących sprzedawcach detalicznych, sprzedawcach usług gastronomicznych, firmach zewnętrznych i producentach, którzy zostali wybrani na podstawie wielkości, liczby używanych jaj i ich wpływu na rynek jaj. W tym roku w raporcie znalazły się cztery polskie marki: Grycan, Wedel i Restauracje Sphinx. Pozostałe firmy uwzględnione w raporcie, które rezygnują ze stosowania jaj klatkowych do 2025 r. w Polsce, to: Biedronka, Caffè Nero, McDonald's, Burger King, Starbuck's, Subway, Danone, Mars, Mondelez, Nestle, Unilever, Aldi, Auchan, Carrefour, Lidl, Tesco, Schiever (Bi1), Kaufland i Makro. EggTrack pokazuje postępy firm w zakresie stosowania nie tylko całych jaj, ale także produktów z nich wytworzonych i poszczególnych składników, które są równie ważne, ale często pomijane w zobowiązaniach i raportach. Dane zostały opracowane na podstawie informacji publicznie dostępnych na stronach internetowych firm w sierpniu 2019 r.

### **W raporcie dla Polski stwierdzono:**

- Wiele firm działających w Polsce zobowiązało się do rezygnacji z używania jaj klatkowych do 2025 r., jednak polskie firmy pozostają w tyle za resztą Europy, jeśli chodzi o informowanie o postępach w realizacji tych zobowiązań.

- Spośród 22 firm działających w Polsce ze zobowiązaniami do 2025 r. tylko 10 z nich częściowo informuje o postępach w realizacji swoich zobowiązań (tj. co najmniej jednej części łańcucha dostaw jaj). Są to: McDonald's, Danone, Mars, Burger King, Subway, Danone, Mondelez, Unilever, Mars i Nestle. Wszystkie wykazują średni postęp w całej Europie.
- Żaden ze sprzedawców detalicznych działających w Polsce nie informuje o postępach w realizacji zobowiązań na 2025 r. W przeciwieństwie do reszty Europy, gdzie sektor detaliczny przoduje w zakresie postępów w realizacji zobowiązań.

### **Raport dla Europy:**

- 72% firm częściowo raportuje o postępach w realizacji swoich zobowiązań (informuje o co najmniej jednej części łańcucha dostaw jaj, t.j.: konkretnej marce, położeniu geograficznym lub rodzaju jaj).
- 42% firm raportuje szczegółowo o postępach w realizacji swoich zobowiązań.
- Sektor detaliczny przoduje pod względem średniego postępu w kierunku realizacji zobowiązań na koniec 2019 roku lub później:
  - Sprzedawcy detaliczni: 78% jaj bezklatkowych
  - Producenci: 67% jaj bezklatkowych
  - Usługi gastronomiczne: 54% jaj bezklatkowych
- Im bliższa data realizacji zobowiązania, tym większa liczba firm, które zgłaszają postępy.
- Spośród firm ze zobowiązaniami do 2025 r. 26% raportuje o postępach i średnio 52% używanych jaj jest z hodowli bezklatkowej.

Raport EggTrack będzie publikowany corocznie, aby informować o postępach w realizacji zobowiązań do momentu osiągnięcia celu w 2025 r. Compassion Polska zachęca firmy do kontynuowania publicznego informowania o postępach w ramach programu społecznej odpowiedzialności:

- Zapewniając przejrzystość co do zakresu ich zobowiązań i informując o postępach w ich realizacji
- Rozszerzając zobowiązania na „ukryte” produkty i składniki z jaj
- Współpracując z dostawcami w celu zapewnienia dotrzymania terminów i stopniowego przejścia do produkcji bezklatkowej
- Zapewniając, że inwestują w najlepsze alternatywne systemy, które są zgodne z celami i zapewniają dobrą jakość życia kurom oraz są przyszłościowe.

Barbara Romanowicz, Food Business Manager w Compassion Polska: “Firmy, które nie zobowiązały się do wycofania z użycia jaj z hodowli klatkowej pozostają w tyle. To znaczące, że wiele przedsiębiorstw

nie tylko zobowiązało się do odejścia od jaj z hodowli klatkowej, ale także do zakazania stosowania systemów kombinowanych i uwzględnienia w swoich zobowiązaniach jaj w każdej postaci. Rynek niezaprzeczalnie wkracza w nową bezklatkową erę i mam szczerą nadzieję, że inne firmy, które jeszcze nie wprowadziły bezklatkowej polityki pójną za ich przykładem, i że klatki dla kur niosek ostatecznie przejdą do historii”.

**Skontaktuj się z nami:**

Fundacja Compassion in World Farming Polska

Ul. Marszałkowska 28A/15

00-576, Warszawa

Tel: +48 22 428 23 56

E-mail: [Basia.Romanowicz@ciwf.org](mailto:Basia.Romanowicz@ciwf.org)

Strona internetowa: [www.compassioninfoodbusiness.com](http://www.compassioninfoodbusiness.com) oraz [www.ciwf.pl](http://www.ciwf.pl)

Raport: [www.ciwf.pl/EggTrack2019](http://www.ciwf.pl/EggTrack2019)