

WYCOFANIE JAJ Z CHOWU KLATKOWEGO

Podsumowanie zmian w branży
spożywczej i na rynku jajecznym

Spis treści

1. Hodowla klatkowa kur – co myślą o niej Polacy?

- 1.1 Stosunek Polaków do hodowli kur w systemie klatkowym
- 1.2 Kryteria wyboru jaj podczas ich zakupu
- 1.3 Opinie Polaków zgodne z europejskim trendem

2. Produkcja jaj w Polsce

- 2.1 Zmiany w systemie chowu kur
- 2.2 Ilość produkowanych jaj – miejsce Polski na świecie
- 2.3 Susz jajeczny i masa jajowa – wzrost znaczenia na rynku spożywczym
- 2.4 Eksport jaj całych

3. Zmiany na rynku polskim

- 3.1 Deklaracje wycofania jaj klatkowych w Polsce
 - Sieci handlowe
 - Producenci żywności
 - Restauracje, kawiarnie, cateringi
 - Hotele
- 3.2 Kiedy nastąpią zmiany?
- 3.3 Przeszkody w wycofaniu jaj z chowu klatkowego

4. Zmiany na rynku światowym

- 4.1 Deklaracje wycofania jaj klatkowych na świecie
- 4.2 Różnice geograficzne i branżowe
- 4.3 Zobowiązania producentów jaj
- 4.4 Perspektywy i zmiany legislacyjne na świecie

5. Wnioski i prognozy

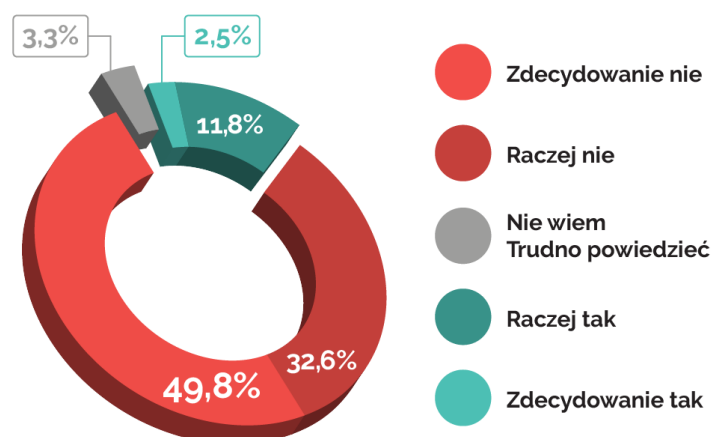
1. Hodowla klatkowa kur – co myślą o niej Polacy?

Polacy nie tylko są świadomi, jak kury znoszące jaja w systemie klatkowym spędzają życie, ale wyrażają wobec ich losu swój sprzeciw. **Ponad 80% społeczeństwa jest zdania, że hodowla klatkowa nie zapewnia tym zwierzętom odpowiednich warunków.**¹ Prawie 60% respondentów uważa, że producenci żywności, restauracje i sieci handlowe powinny wycofać jajka z chowu klatkowego², a **najważniejszym czynnikiem podczas zakupu jaj okazuje się nie ich cena, a rodzaj chowu z jakiego pochodzą**³. Co więcej, opinie ankietowanych nie różnią się znacznie bez względu na ich miejsce zamieszkania, wiek czy płeć.

Polacy zgodni są co do jednego – zwierzęta zasługują na lepszy los. Powoli znajduje to odbicie w ich wyborach konsumenckich, a także oczekiwaniach wobec ulubionych, darzonych zaufaniem marek, aby te podejmowały odpowiedzialne kroki.

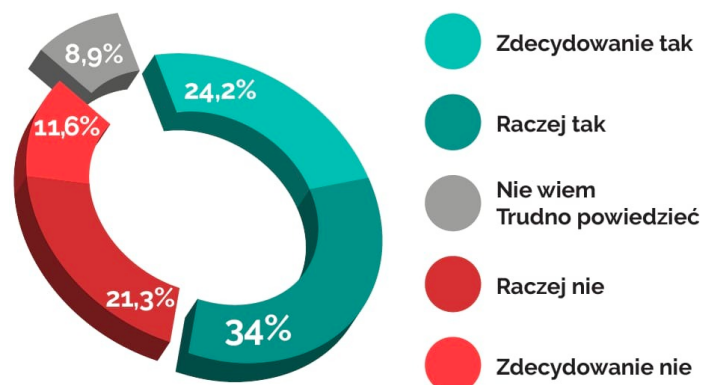
Aż 40 tysięcy osób złożyło swój podpis pod deklaracją konsumencką⁴ o niekupowaniu jaj oznaczonych numerem „3”. Wszystkie te osoby chcą dać jasny sygnał zarówno producentom żywności, lokalom gastronomicznym, jak i hodowcom zwierząt, że nie zgadzają się na trzymanie kur w warunkach klatkowych i nie będą wspierać tego procederu swoimi decyzjami zakupowymi.

Czy hodowla kur w klatkach zapewnia tym zwierzętom odpowiednie warunki?



Źródło: Badania IBRIS, luty 2018 r.

Czy Twoim zdaniem sklepy, producenci żywności i restauracje powinny zrezygnować z używania jajek z hodowli klatkowej?



Źródło: Badania CBOS, wrzesień 2018 r.

1.1. Stosunek Polaków do hodowli kur w systemie klatkowym

W lutym 2018 r. Instytut Badań Społecznych i Rynkowych (IBRIS) już po raz drugi na nasze zlecenie zapytał Polaków, co sądzą na temat chowu klatkowego kur niosek.⁵ Aż **82,4% ankietowanych jest zdania, że hodowla klatkowa nie zapewnia tym zwierzętom odpowiednich warunków.** Liczba ankietowanych, którzy udzielili takiej samej odpowiedzi, wzrosła o 5 punktów procentowych w ciągu dwóch lat.

Największy odsetek przeciwników hodowli klatkowej jest wśród ludzi zamieszkających w miastach liczących od 250 do 500 tys. mieszkańców. Aż **95,3% ankietowanych mieszkańców dużych miast** uważa, że chów klatkowy jest nieodpowiedni dla kur niosek. Co ciekawe, w mniejszych miastach, czy na wsiach liczba ta jest również bardzo wysoka. **Wśród mieszkańców wsi aż 87,2%** ankietowanych jest zdania, że hodowla klatkowa nie spełnia minimalnych warunków odpowiednich dla zwierząt.

Według badań IBRIS **58,4% Polaków uważa również, że producenci żywności, restauracje i sieci handlowe powinny wycofać jajka z chowu klatkowego.** Jeszcze dwa lata temu jedynie 40,9% respondentów podzielało to zdanie. Wzrost świadomości społeczeństwa nie budzi wątpliwości.

Płeć nie gra roli

Powszechnie uważa się, że to kobiety wykazują większą empatię w stosunku do zwierząt. Jak pokazują jednak badania IBRiS, wśród przeciwników hodowli klatkowej płeć nie ma większego znaczenia. Wśród kobiet aż 84,1% stwierdziło, że klatki nie są odpowiednie dla zwierząt. Wśród mężczyzn wynik ten jest na poziomie aż 80%.

1.2 Kryteria wyboru jaj podczas ich zakupu

We wrześniu 2018 r. Centrum Badania Opinii Społecznej przeprowadziło badanie⁶, którego celem było ustalenie, jakie kryterium Polacy biorą najczęściej pod uwagę podczas kupowania jaj.

Z badań jednoznacznie wynika, że obecnie **najważniejszy przy zakupie jajek jest dla Polaków sposób chowu kur** — 35% ankietowanych przyznaje, że zwraca na ten czynnik największą uwagę. Pod tym względem nastąpił trzykrotny wzrost od 2006 r. (z 13% do 35%).

Jednocześnie **bardzo znacznie spadło znaczenie ceny jaj** — z 27% w 2006 r. do 11% w 2018 r., a więc o ponad połowę.

1.3 Opinie Polaków zgodne z europejskim trendem

Warto zwrócić uwagę na nastroje społeczne panujące w całej Unii Europejskiej.

Według Eurobarometru, czyli badania opinii publicznej realizowanego przez Komisję Europejską, **aż 90% obywateli UE chce poprawy ochrony zwierząt.**

Najnowsze badania zrealizowane przez tę instytucję odnoszące się do kwestii dobrostanu zwierząt przeprowadzono w 2016 r.⁷ Dla zdecydowanej większości obywateli (94%) ważna jest ochrona dobrostanu zwierząt hodowlanych a niewielu mniej badanych uważa, że zwierzęta hodowlane powinny być lepiej chronione niż obecnie. Ponad połowa obywateli Unii (59%) jest gotowa płacić cenę o 5% wyższą za produkty bardziej przyjazne zwierzętom.

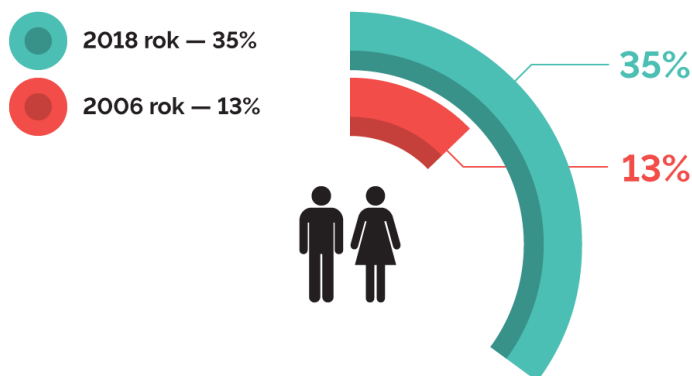
Badania Eurobarometru objęły również Polskę. Wyniki jasno pokazują, że Polakom los zwierząt nie jest obojętny.

- Dla 86% Polaków istotna jest ochrona dobrostanu zwierząt hodowlanych,
- 72% Polaków uważa, że dobrostan zwierząt hodowlanych powinien być w Polsce lepiej chroniony,
- 59% Polaków chciałoby więcej informacji na temat warunków, w jakich hoduje się zwierzęta (wzrost o 6% w porównaniu z Eurobarometrem z 2006 r.),
- 83% Polaków uważa, że produkty importowane do UE powinny spełniać unijne wymagania dotyczące dobrostanu zwierząt.

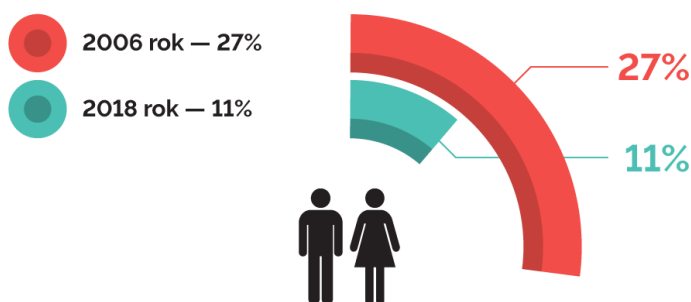
Oczekiwania obywateli Unii Europejskiej wobec poprawy dobrostanu zwierząt rosną. We wszystkich krajach UE coraz silniejszy staje się ruch społeczny mający na celu polepszenia losu zwierząt. Powstają ponadto i rozwijają się organizacje animalistyczne, dla których jednym z celów jest zapewnienie obywatelom rzetelnej wiedzy na temat warunków życia zwierząt hodowlanych — czego w zdecydowanej większości oczekują Polacy i inni Europejczycy.

Na co Polacy zwracają uwagę kupując jajka?

1. Czy pochodzą od kur hodowanych w klatkach, czy od innych?



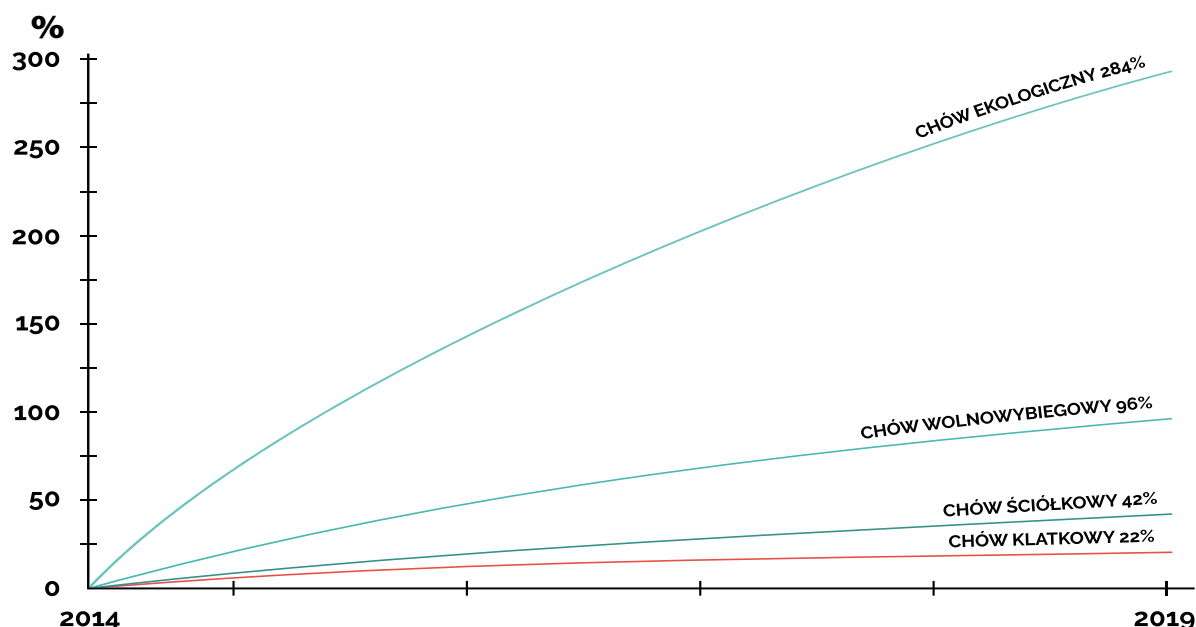
1. Czy mają niską cenę?



Źródło: Badania CBOS, wrzesień 2018 r.

2. Produkcja jaj w Polsce

Procentowy przyrost ilości kur niosek hodowanych w poszczególnych rodzajach chowu od stycznia 2014 r. do stycznia 2019 r.



Źródło: Główny Inspektorat Weterynarii

Chów klatkowy

Według danych Głównego Inspektoratu Weterynarii⁸, w Polsce w styczniu 2019 r. w chowie klatkowym utrzymywanych było 41 055 935 kur niosek. W styczniu 2014 r. było to 33 598 349 sztuk. W ciągu 5 lat przyrost ilości utrzymywanych kur wzrósł zatem o 22% i wynosił 7 457 586 sztuk. Po 2014 r. zbudowano 77 nowych ferm w systemie klatkowym.

Chów ściółkowy

Według danych Głównego Inspektoratu Weterynarii, w Polsce w styczniu 2019 r. w chowie ściółkowym utrzymywanych było 5 494 265 kur niosek. W styczniu 2014 r. było to 3 881 302 sztuk. W ciągu 5 lat przyrost ilości utrzymywanych kur wzrósł zatem o 42% i wynosił 1 612 963 sztuk. Po 2014 r. zbudowano 84 nowych ferm w systemie ściółkowym.

Chów wolnowybiegowy

Według danych Głównego Inspektoratu Weterynarii, w Polsce w styczniu 2019 r. w chowie wolnowybiegowym utrzymywanych było 1 725 632 kur niosek. W styczniu 2014 r. było to 881 216 sztuk. W ciągu 5 lat przyrost ilości utrzymywanych kur wzrósł zatem o 96% i wynosił 844 416 sztuk. Po 2014 r. zbudowano 96 nowych ferm w systemie wolnowybiegowym.

Chów ekologiczny

Według danych Głównego Inspektoratu Weterynarii, w Polsce w styczniu 2019 r. w chowie ekologicznym utrzymywanych było 330 001 kur niosek. W styczniu 2014 roku było to 85 836 sztuk. W ciągu 5 lat przyrost ilości utrzymywanych kur wzrósł zatem o 284% i wynosił 244 165 sztuk. Po 2014 roku zbudowano 31 nowych ferm w systemie ekologicznym.

2.2 Ilość produkowanych jaj – miejsce Polski na świecie

W Polsce jaja stanowią 5,7% całej towarowej produkcji rolniczej wszystkich produktów spożywczych⁹. W 2017 r. Polska odpowiadała za 0,7% światowej¹⁰ i 8,3% unijnej¹¹ produkcji jaj kurzych. Zajęliśmy 24. miejsce pod względem ilości produkowanych jaj w krajach na całym świecie i 7. miejsce w Europie. W czołówce największych producentów jaj pozostają Chiny (38,7%), Stany Zjednoczone (7,8%), Indie (6,1%) i Japonia (3,2%). **Globalna produkcja** jaj kurzych wynosiła w 2017 r. w przeliczeniu 4814,8 mln zł¹² i stanowiła 5% globalnej produkcji rolniczej wszystkich produktów spożywczych¹³.

W 2017 r. produkcja jaj konsumpcyjnych w Polsce wyniosła ogółem 10 998 mln sztuk¹⁴. Niestety nie są podawane do publicznej wiadomości oficjalne dane dotyczące ilości jaj wyprodukowanych w konkretnym typie chowu. Według Komisji Europejskiej jaja z chowu klatkowego odpowiadają obecnie za 87% (w 2015 r. – 89%) podaży jaj konsumpcyjnych w Polsce, podczas gdy w Unii Europejskiej jaja tego typu odpowiadają za ok. 53% podaży¹⁵.

Spożycie jaj w Polsce stale maleje. W 2010 r. na jednego mieszkańca Polski przypadły 202 jajka rocznie. W 2016 r. wartość ta wynosiła 145 sztuk, a w 2017 – już 139¹⁶. Ogólne spożycie jaj wyniosło w 2010 r. 421 tys. ton, a w 2017 r. już tylko 193 tys. ton.¹⁷

Wartość skupu jaj w 2017 r. wynosiła 205,6 mln zł¹⁸ i odpowiadała 767,5 mln sztuk¹⁹ jaj w skupie (udział skupu w produkcji jaj ogółem wynosił 8,4%)²⁰. W 2016 r. wartość skupu jaj wynosiła 105,2 mln zł i odpowiadała 520,2 mln sztuk jaj (udział skupu w całej produkcji wynosił 5,7%). W 2015 r. wartość skupu jaj wynosiła 246,6 mln zł i odpowiadała 1079,2 mln sztuk (udział skupu w całej produkcji wynosił 11,9%). W roku 2016 odnotowano zatem bardzo wyraźny spadek wartości skupu jaj, przy jednocześnie, choć nie tak drastycznym, spadku ilości jaj w skupie. Stale rosną także ceny jaj – w 2010 r. przeciętna cena skupu jednego jajka wynosiła 19 groszy – w 2017 roku już 27 groszy (odpowiednio 46 w 2010 r. i 56 groszy w 2017 r. w sprzedaży detalicznej).²¹

2.3 Susz jajeczny i masa jajowa – wzrost znaczenia na rynku spożywczym

Proszek jajeczny i masa jajowa znajdują szerokie zastosowanie w przetwórstwie spożywczym.

Jak podaje Krajowa Izba Producentów Drobiu i Pasz w 2018 r. **światowy rynek proszku jajecznego osiągnął poziom 201 755 ton.** Analitycy z *Research and Markets* spodziewają się, że do roku 2024 ten segment przetwórstwa jaj wzrośnie do 251 076 ton. Specjaliści tłumaczą, że czynnikami napędzającymi wzrost popytu na proszek są głównie: możliwość długiego czasu przechowywania (od 5 do 10 lat), łatwość transportu, niewielka powierzchnia magazynowania, brak odpadów (w przeciwieństwie do jaj w skorupkach), wygoda w użyciu z uwagi na postać fizyczną. Stosowanie proszku jajecznego przyczynia się więc do zmniejszenia strat w procesie produkcyjnym przemysłu spożywczego. W strukturze geograficznej Europa stanowi największy rynek.²²

W 2014 r. roczne zapotrzebowanie na jaja jako surowiec do przemysłu spożywczego szacowano w Polsce na 1,3–1,5 mld sztuk. Już wtedy zwracano uwagę na zwiększający się przerób jaj spożywczych na przetwory (żółtka, białka, proszek jajeczny) – rocznie zużywało się na ten cel ok. 300 mln sztuk jaj.²³ Corocznie zauważalny jest jednak bardzo duży wzrost znaczenia tych surowców w eksporcie jaj.

Dane Głównego Urzędu Statystycznego nie pozostawiają wątpliwości – **eksport proszku jajecznego z Polski wciąż rośnie**, a w 2017 r. wynosił on aż **3 664 270 kg – to przyrost na poziomie 202% względem roku poprzedniego.** W okresie styczeń – lipiec 2018 odnotowano eksport w wysokości 2 734 545 kg, więc można zakładać, że utrzymał się on na podobnym poziomie lub wzrósł.

Do grona największych nabywców proszku jajecznego z Polski należą Dania, Włochy, Niemcy, Austria i Wielka Brytania. Szczególna uwaga zwracana jest na firmy duńskie, które w okresie styczeń – lipiec 2018 r. zakupiły blisko 40% eksportowanego z Polski proszku jajecznego (1 060 231 kg).²⁴

Analitycy szacują, że łączny eksport wszystkich przetworów z jaj w 2017 r. wzrósł o 58,6% do 42,1 tys. ton, a w ujęciu wartościowym o 97,2% do 71,1 mln euro.²⁵

Katarzyna Gawrońska, Główna Specjalistka Krajowej Izby Producentów Drobiu i Pasz, tak podsumowuje sytuację Polski w rozmowie z Portalem Spożywczym: – „**W roku 2016 eksport produktów (jajecznych) wzrósł o 30 procent, w kolejnym roku aż o 59 procent. Tak duża dynamika roczna wzrostu sprzedaży zagranicznej dotyczyła produktów z całych jaj i żółtek w różnej formie przetworzenia. Tradycyjnie już, w dostawach z Polski dominowały świeże przetwory z całych jaj i żółtka, przy czym dużo więcej zaczęliśmy wysyłać proszku jajecznego i żółtek suszonych.**”²⁶

2.4 Eksport jaj całych

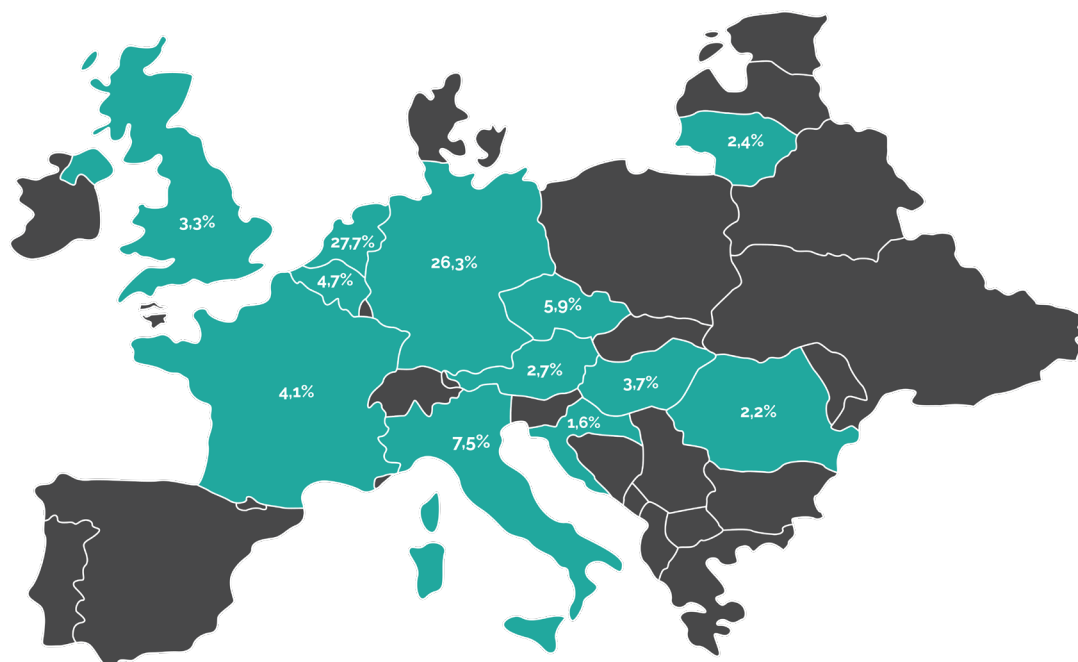
Eksport polskich jaj w 2018 r. w porównaniu z rokiem 2017 znacznie zmalał. W okresie od stycznia do listopada 2018 r. wyeksportowano 191 ton jaj. To o ponad 22% mniej niż w analogicznym okresie 2017 r. Przy czym wartość sprzedaży zmalała aż o 25%.²⁷

Mimo że Polska w dalszym ciągu eksportuje znaczną część jaj, udział eksportu w krajowej produkcji w przeciągu ostatniego roku zmalał. Według szacunków Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej udział sprzedaży jaj za granicę spadł z 47,6% w roku 2017 do 39,3% w 2018 r.²⁸

Głównymi odbiorcami polskich jaj są kraje Unii Europejskiej, w tym Holandia, Niemcy, Włochy, Czechy, Belgia, Francja, Węgry, Wielka Brytania, Austria, Litwa, Rumunia, Bułgaria i inne. ²⁹ Najbardziej znaczący spadek eksportu odnotowano u dwóch największych importerów polskich jaj, czyli Niemiec (o blisko 45%) i Holandii (o blisko 25%). Mniejsza liczba jaj została również wysłana do Rumunii (o 64% w porównaniu z 2017 r.), na Węgry (o blisko 39%) i Ukrainę (o 32%).³⁰

Eksport jaj z Polski do krajów Unii Europejskiej

Holandia - 27,7%
Niemcy - 26,3%
Włochy - 7,5%
Czechy - 5,9%
Belgia - 4,7%
Francja - 4,1%
Węgry - 3,7%
Wielka Brytania - 3,3%
Austria - 2,7%
Litwa - 2,4%
Rumunia - 2,2%
Bułgaria - 1,6%
Pozostałe kraje - 7,9%



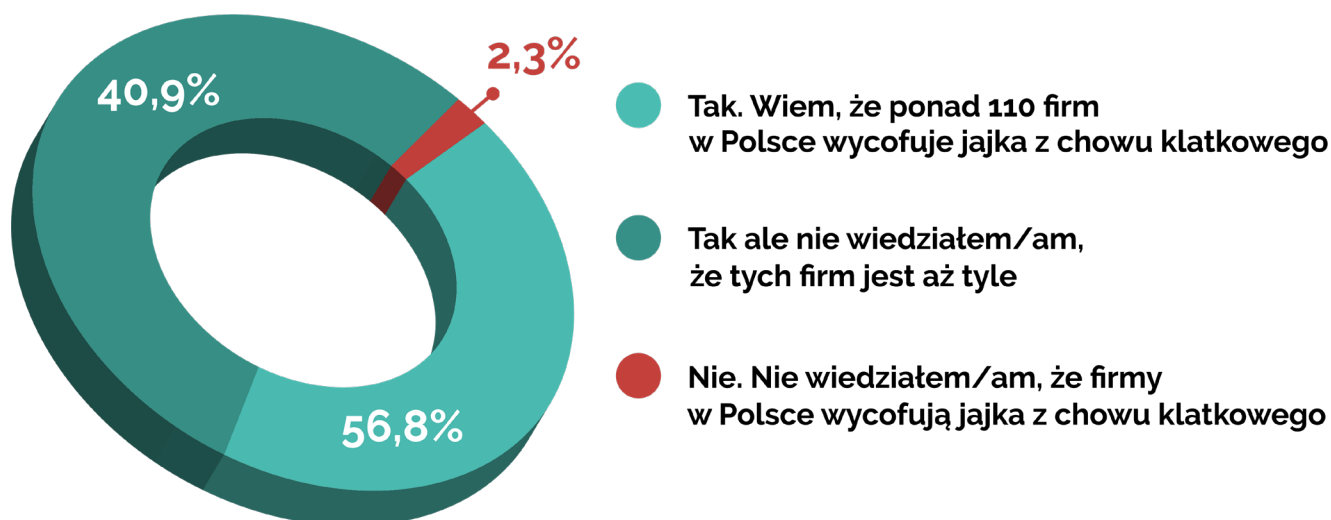
Eksport do zaledwie sześciu największych odbiorców zagranicznych polskich jaj, czyli do Niemiec, Holandii, Włoch, Czech, Belgii oraz Francji, stanowi $\frac{3}{4}$ całego polskiego eksportu tego surowca. **We wszystkich tych krajach od kilku lat prowadzone są intensywne kampanie na rzecz wycofania jaj z chowu klatkowego.** Zarówno w Niemczech, jak i w Holandii dominującym systemem hodowli jest chów ściółkowy, w którym hodowanych jest przeszło 60% kur.³¹

3. Zmiany na rynku polskim

W grudniu 2018 i styczniu 2019 r. Otwarte Klatki przeprowadziły badanie wśród wszystkich firm, które do końca roku 2018 ogłosiły wycofanie jaj klatkowych. Jego celem było zebranie informacji na temat postępów wprowadzania zmian przez firmy, jak również zlokalizowanie największych problemów branży spożywczej, które utrudniają przedsiębiorstwom przeprowadzenie planowanych modyfikacji. Pełną listę firm, które zostały poproszone o wzięcie udziału w badaniu, oraz odnośniki do ich deklaracji, znaleźć można na stronie www.politykadobrostanu.pl.

Świadomość zmian

Świadomość zmian w polskich firmach jest wysoka. Na pytanie „Czy wiedzą Państwo, że w przeciągu ostatnich dwóch lat przeszło 110 innych firm w Polsce oraz setki firm na całym świecie zadeklarowało wycofanie z oferty i/lub łańcucha produkcji jaj pochodzących z hodowli klatkowej?” aż 56,8% przedstawicieli firm odpowiedziało, że są tego świadomi; 40,9% zdaje sobie sprawę, że firmy decydują się na wycofanie jaj klatkowych, ale nie wiedziało, że tych firm jest tak wiele. Przedstawiciel tylko jednej z ankietowanych firm odpowiedział, że nie wiedział, że firmy w Polsce rezygnują z jaj z chowu klatkowego.



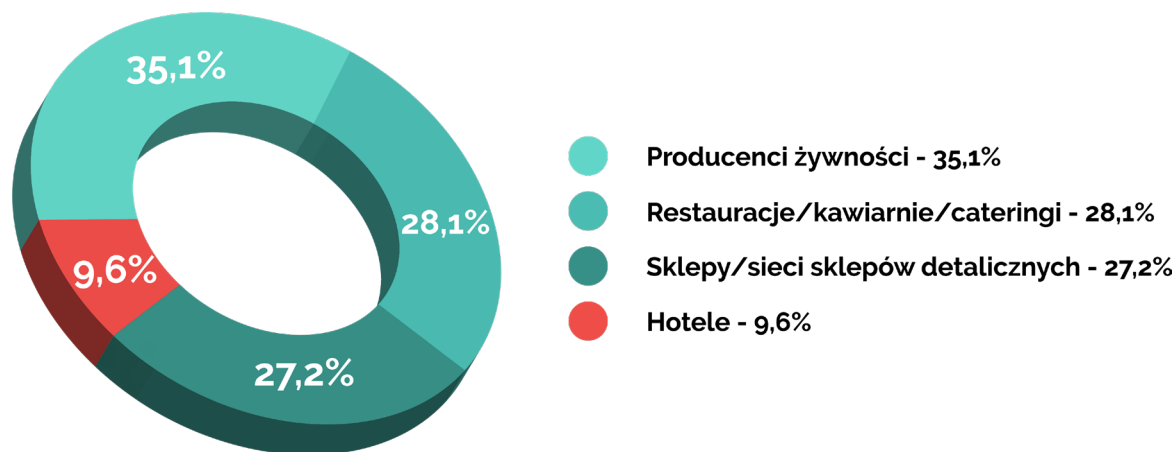
Transparentność decyzji firm

Jawność stanowiska zajmowanego przez firmy jest kwestią szczególnie ważną. Dzięki publikacji decyzji o wycofaniu jaj pochodzenia klatkowego w ramach polityki CSR (społecznej odpowiedzialności biznesu) konsumenci mogą mieć pewność, że firmy z należytą powagą traktują swoje zobowiązania i poczynią wszelkie starania, by wywiązać się ze swoich deklaracji. Ogłoszenie decyzji o wycofaniu jaj klatkowych jest również jasnym sygnałem dla producentów jaj i proszku jajecznego, co, zważywszy na stosunkowo niską dostępność jaj z hodowli alternatywnych w Polsce i zbyt wolne tempo wprowadzania zmian w systemie chowu kur niosek przez producentów, wydawać się może szczególnie ważne. **Spośród firm, które wzięły udział w badaniu, 84% posiada na stronie internetowej opublikowaną deklarację wycofania jaj z chowu klatkowego.** Pozostałe firmy takiej deklaracji nie posiadają, co wynika w głównej mierze z faktu, że ich strony nie są odpowiednio przystosowane do zamieszczenia takiej informacji lub są w trakcie przebudowy. Na siedem firm, które nie opublikowały jeszcze deklaracji na swojej stronie internetowej, pięć planuje uczynić to w 2019 r.- jedna w 2020 r. **Problemy techniczne wydają się być stosunkowo częstą przyczyną niepublikowania zobowiązań przez firmy.** Wiele firm zaznacza, że jest w trakcie budowy lub przebudowy strony, i gdy proces ten się zakończy, deklaracja zostanie opublikowana. Do tego czasu pisemne zobowiązania firm są dostępne na stronie www.politykadobrostanu.pl.

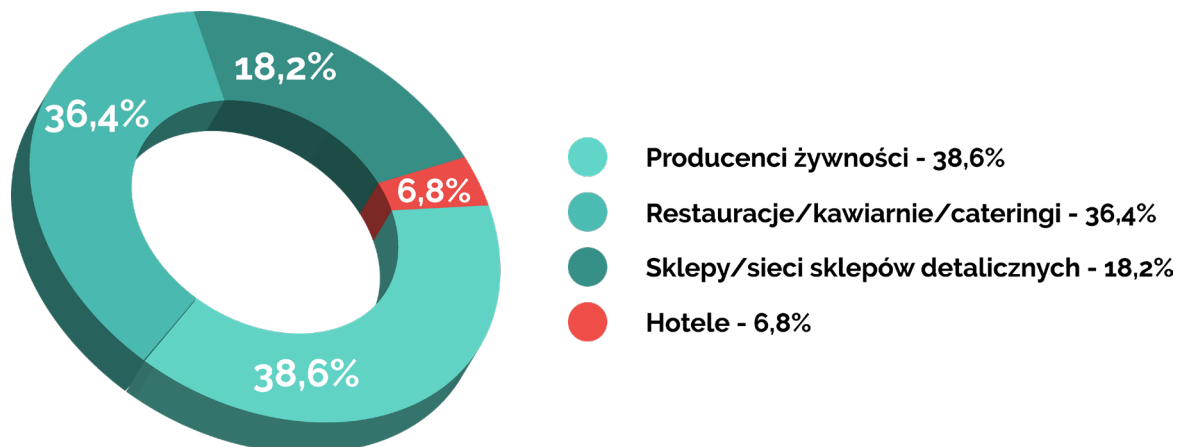
3.1. Deklaracje wycofania jaj klatkowych w Polsce

Do końca 2018 r. aż 114 firm w Polsce ogłosiło, że najpóźniej do roku 2025 jajka klatkowe zostaną wycofane z ich oferty. Wśród tych firm jest 40 producentów żywności (w tym piekarni, producentów dań gotowych i majonezów), 31 sklepów i sieci handlowych, 32 sieci restauracyjnych, kawiarni i cateringów oraz 11 sieci hotelarskich.

Podział firm ze względu na branżę. Deklaracje wycofania jaj „3” w Polsce



Odpowiedzi udzieliły 44 firmy, co stanowi 39% wszystkich zadeklarowanych firm. Wśród odpowiedzi było 17 producentów żywności, 18 restauracji/kawiarni/cateringów, 8 sieci sklepów detalicznych oraz 3 hotele.



Czego dotyczą zobowiązania firm?

W zależności od branży i zakresu, w jakim firmy te wykorzystują jajka, przedsiębiorcy deklarują wycofanie świeżych jaj marek własnych, jaj marek innych producentów oraz jajek pochodzących z chowu klatkowego będących składnikiem dań i produktów (produkcji własnej lub będących w ich ofercie).

Sieci handlowe

Do końca 2018 r. łącznie aż 31 sieci handlowych zobowiązało się do wycofania jaj pochodzących z chowu klatkowego, publikując oświadczenie na swoich stronach internetowych lub zobowiązując się pisemnie. Wszystkie deklaracje firm są dostępne na stronie www.politykadobrostanu.pl

Spośród 31 firm, z którymi kontaktowały się Otwarte Klatki, 8 odpowiedziało na ankietę (ALDI, Carrefour Polska, Chata Polska, Frisco, Jeronimo Martins Polska, LIDL, Netto, Topaz), co stanowi mniej niż ¼ wszystkich poproszonych o udział w badaniu.

Aż 9 z 10 największych sieci handlowych posiadających w ofercie jajka, wycofuje te z chowu klatkowego.

Zdecydowana większość sieci handlowych deklaruje całkowite wycofanie jaj świeżych z chowu klatkowego najpóźniej do 2025 r. Trzy firmy zobowiązują się do rezygnacji z jaj klatkowych w procesie produkcji produktów własnych marek.

Firmy, które posiadają w swej ofercie jajka świeże własnej produkcji oraz pochodzące od innych producentów (m.in. Carrefour, Tesco, Lidl, Kaufland), chętnie podkreślają, że zmiany nastąpią zarówno wśród jaj sprzedawanych pod marką własną, jak i pod markami obcymi.

Co więcej, m.in. sieć sklepów **Carrefour** wycofała już jajka klatkowe własnej marki a asortyment pozostały w sklepach będzie sprzedawany do wyczerpania zapasów. Jajka klatkowe pozostałych marek zostaną wycofane do 2025 r. Co ciekawe, pomimo że w opublikowanej przez sieć **Carrefour** deklaracji mowa jest jedynie o jajkach świeżych, w ankiecie przeprowadzonej przez Otwarte Klatki firma zadeklarowała, że zmiany dotyczyć będą również jaj jako składników produktów własnych marek.

Spośród 31 deklaracji tylko **Jeronimo Martins (Biedronka)** zobowiązuje się do wycofania jedynie jaj marki własnej, a przedstawiciele firmy podkreślają, że ich celem jest stworzenie oferty jaj opartej wyłącznie na markach własnych. Niemniej jednak z naszej wiedzy wynika, że, po opublikowaniu polityki w 2017 roku, w ofercie sklepów regularnie pojawiały się również jajka innych marek. Prowadzimy z firmą rozmowy i mamy nadzieję, że Biedronka uwzględni także jaja innych marek w swojej polityce. O wynikach rozmów będziemy informować.

Firma Frisco.pl wycofała jajka klatkowe z oferty zdecydowanie wcześniej, niż wstępnie planowała, bo już w pierwszym miesiącu 2018 roku, stając się przy tym pierwszym supermarketem w Polsce wolnym od jaj klatkowych.

Producenci żywności

Spośród 40 producentów żywności, którzy ogłosili wycofanie jaj klatkowych, na ankietę Otwartych Klatek odpowiedziało 17 firm, w tym: Zakład Produkcyjno-Handlowy „Elma”, COLIAN, Unilever, Mars-Waldi P.P.H.U, Food Garden, JAWO, U Jędrusia, Czanieckie Makarony, Piekarnie Lubaszka, Fanex, Kuhne Polska, Putka, IGLOTEX, Wytwórcza Spółdzielnia Pracy „Społem”, Oskroba, Ocetix, Contimax. Wśród producentów biorących udział w badaniu, dwie firmy – **COLIAN** oraz **Zakład Produkcyjno-Handlowy „Elma”** – już teraz nie wykorzystują jaj klatkowych w procesie produkcji, a polski oddział firmy Kuhne nie wykorzystuje jaj wcale. Pozostałe firmy planują eliminację jaj klatkowych najpóźniej do 2025 r. Niektóre firmy, które posiadają w ofercie jajka świeże (np. w ofercie śniadaniowej), proces wycofywania jaj rozkładają na **dwa etapy** – najpierw ma nastąpić wycofanie jaj klatkowych świeżych, a następnie wycofanie jaj klatkowych będących składnikiem produktów (również pod postacią proszku lub masy jajecznej).

Ponadto **15 firm deklaruje wycofanie jaj całych oraz jaj przetworzonych** (masy jajecznej/proszku jajecznego), będących składnikiem półproduktów i produktów gotowych. Jedna firma nie udzieliła odpowiedzi na pytanie o rodzaj wycofywanych jaj (wspomniana firma Kuhne, która w polskim oddziale nie wykorzystuje jaj, a jej polityka jest częścią międzynarodowej strategii firmy). Dwie firmy natomiast zaznaczyły, że pracują jedynie nad wycofaniem jaj klatkowych całych (Piekarnie Lubaszka i Oskroba), co nie jest tożsame z informacją opublikowaną na stronie firmy i zakresem wykorzystywania jaj w ich produktach, i wymaga dalszego wyjaśnienia.

Restauracje, kawiarnie i cateringi

Na 32 restauracje, sieci restauracyjne, kawiarnie i cateringi, które zadeklarowały eliminację jaj klatkowych ze wszystkich dań ze swojej oferty, 16 udzieliło odpowiedzi w ankiecie Otwartych Klatek podsumowującej postępy w wycofywaniu jaj klatkowych. Wynik ten stanowi 50% wszystkich deklaracji z tej branży.

Wśród firm, które odpowiedziały na ankietę są: SODEXO POLSKA, Etno cafe, Restauracja Stolica, Presto, Columbus Coffee, NORTH FOOD POLSKA S.A, Da Grasso, PPHU WOJTEX, Telepizza Poland, Salad Story, Bobby Burger, Dominium, AmRest (Starbucks Polska), COSTA COFFEE POLSKA, Sfinks oraz OptiDiet.

Aż 14 z 16 firm deklaruje wycofanie jaj całych oraz jaj przetworzonych (masy jajecznej/proszku jajecznego), będących składnikiem półproduktów i produktów gotowych. Pozostałe dwie (Restauracja Stolica oraz Etno Cafe) zaznaczyły, że deklaracja dotyczy jaj całych, co nie jest tożsame z informacjami opublikowanymi w wydanych oświadczeniach. Obie firmy potwierdzają również, że jajka klatkowe już zostały wycofane z ich oferty. Dalszego wyjaśnienia wymaga zatem zakres, w jakim jajka są używane przez powyższe firmy. Pomimo że firma **SODEXO** w swoim globalnym zobowiązaniu deklaruje, że jajka klatkowe zostaną wycofane do 2025 r., polski oddział tej firmy proces wycofywania jaj „trójek” już zakończył.

Spośród polskich firm cateringowych, które wprowadziły politykę wycofywania jaj klatkowych, tylko jedna – **OptiDiet** – wzięła udział w badaniu. Przedstawiciele firmy deklarują, że jajka klatkowe nie są wykorzystywane w procesie przygotowywania posiłków w ich firmie.

Niestety, nie udało się uzyskać odpowiedzi od polskiego oddziału **Compass Group**, czyli **Eurest Poland**. Firma już w 2016 r. zobowiązała się do wycofania jaj klatkowych. Jednak polski oddział nigdy nie odpowiedział na próby kontaktu ze strony Stowarzyszenia Otwarte Klatki ani nie potwierdził, na jakim etapie są prace nad wycofaniem jaj klatkowych w Polsce.

Hotele

Do końca roku 2018 aż 11 sieci hotelarskich w Polsce zobowiązało się do wycofania jaj klatkowych, w tym międzynarodowe firmy takie jak Accor Group, Marriott International czy InterContinental Hotels Group. Prawie wszystkie te firmy (poza Hotel Manor House SPA) deklarują wycofanie jaj klatkowych całych oraz jaj klatkowych (masy jajecznej/proszku jajecznego) będących składnikiem półproduktów i produktów gotowych.

Odpowiedzi na ankietę podsumowującą postęp wycofywania jaj klatkowych przez sieci hoteli udzieliły Vienna House, Scandic oraz B&B Hotels Polska. Sieć **B&B Hotels** deklaruje, że jajka klatkowe zostały wycofane już w czerwcu 2018 r., **Scandic** planuje zakończyć proces wycofywania jaj klatkowych do 2020 r. we wszystkich swoich hotelach z wyjątkiem Norwegii, gdzie zakończenie procesu zaplanowane jest na rok 2022. **Vienna House** do końca 2019 r. wyeliminuje jajka klatkowe świeże, a pozostałe – do 2025 r..

Niestety, nie udało się uzyskać odpowiedzi m.in. od hoteli InterContinental Hotels Group i Accor (Orbis), które jako jedne z pierwszych w Polsce podjęły starania na rzecz wyeliminowania jaj klatkowych z oferty oraz, jak deklarują w swoim globalnym zobowiązaniu, pragną zakończyć proces wycofania jaj klatkowych na terenie Polski już w 2020 r..

3.2 Kiedy nastąpią zmiany?

Zdecydowana większość firm w Polsce deklaruje, że jajka klatkowe zostaną wycofane najpóźniej w 2025 r. Część firm, np. Carrefour oraz Piekarnie Lubaszka, rozdzieliły proces wycofywania jaj klatkowych na dwa etapy – w zależności od typu używanych jajek (jajka świeże marki własnej lub innych marek, jajka będące składnikiem produktów).

Zgodnie z wynikami ankiety, aż 8 firm potwierdza, że jajka klatkowe zostały już teraz wycofane z ich oferty. Wśród tych firm jest Etno Cafe, hotele B&B, ELMA, OptiDiet, Colian, Restauracja Stolica, SODEXO oraz Frisco.pl.

W przypadku dwóch z wymienionych powyżej firm należy jeszcze doprecyzować zakres, w jakim używają/używali jaj klatkowych – ponieważ odpowiedzi, których udzielili w badaniu nie były jednoznaczne.

3.3 Przeszkody w wycofywaniu jaj z chowu klatkowego

Na polskim rynku w dalszym ciągu dominującym typem hodowli jest chów klatkowy. Podaż jaj z chowów alternatywnych jest ciągle zbyt niska, by zaspokoić potrzeby wszystkich firm planujących wprowadzić zmiany w tym obrębie. Decyzje firm, które deklarują wycofanie jaj klatkowych, uzależnione są często od kolejnych podwykonawców, którzy dostarczają im produkty gotowe oraz przetwory jajeczne, takie jak proszek czy masa jajeczna.

Głównym problemem, na jaki wskazują firmy, jest zbyt duża opieszałość producentów we wdrażaniu zmian w systemach chowu, która prowadzi do niewystarczającej ilości jaj z chowów alternatywnych na rynku oraz ich wysokiej ceny.

Wśród firm, które wzięły udział w badaniu, najczęściej pojawiającymi się odpowiedziami na pytanie „Co uważają Państwo za największe utrudnienie w wycofywaniu jaj klatkowych ze swojej oferty/łańcucha produkcji?” były **cena** (wspomniana 22 razy) oraz **dostępność** jaj lub produktów produkowanych na bazie jaj z chowu alternatywnego (wspomniana 21 razy). Dodatkowo, cztery firmy zwróciły szczególną uwagę na fakt, że ograniczeniem są dla nich **obecne zobowiązania handlowe z dostawcami** oraz producentami półproduktów, którzy nie wyrażają chęci wycofania jaj klatkowych.

Tylko trzy firmy obawiają się, że, ze względu na wycofanie jaj klatkowych, mogą stracić klientów. Dwie firmy zwróciły uwagę na niską świadomość problemów związanych z hodowlą klatkową wśród konsumentów. Cztery z ankietowanych firm nie odpowiedziały na to pytanie wcale lub zaznaczyły, że nie widzą szczególnych problemów na drodze do wycofania jaj klatkowych.

4. Zmiany na rynku światowym

Trend wycofywania jaj z chowu klatkowego występuje nie tylko w Polsce, lecz w znacznej części świata. Duży wpływ na globalne zmiany ma międzynarodowa koalicja **Open Wing Alliance**, której celem jest zakończenie hodowli klatkowej kur. Koalicja zrzesza ponad 50 prozwierzęcych organizacji, które dzielą się wiedzą i zasobami, by móc jak najefektywniej pomagać zwierzętom.

Strona koalicji: www.openwingalliance.org

4.1. Deklaracje wycofania jaj klatkowych na świecie

Tendencja do rezygnowania z jaj pochodzenia klatkowego występuje w wielu firmach pochodzących z różnych zakątków świata. Zgodnie z danymi Chicken Watch z 2019 r. **już ponad 1500 firm z różnych branż** (hurtownie, cateringi, hotele, producenci żywności, restauracje, sieci sklepów spożywczych, producenci jaj i produktów jajecznych) **zdecydowało się na rezygnację z jaj i/lub produktów jajecznych pochodzenia klatkowego**.³² Część przyjętych deklaracji – 66 z 1500 – to polityki globalne, czyli obejmujące wszystkie lokalizacje firmy o międzynarodowym zasięgu. Polityki globalne są niezwykle ważne, ponieważ pozwalają na wprowadzanie równomiernych zmian w zakresie poprawy dobrostanu zwierząt na całym świecie. Dotyczą bowiem zarówno państw, w których normy dobrostanowe są na stosunkowo wysokim poziomie, jak również tych, w których normy te są niskie. Polityki globalne są istotne również dlatego, że ukazują spójne i całościowe podejście firm do problemu dobrostanu zwierząt.

Korporacyjni giganci po stronie zwierząt

Wśród firm, które przyjęły globalną politykę dobrostanu kur niosek, znajdują się takie potężne korporacje jak **Marriott International, Wyndham Hotel Group, Accor, Intercontinental Hotel Group, Danone, Nestlé, Kraft Heinz, Mondelez, Pepsico, Aldi** (Aldi Süd i Aldi Nord), **ISS World**. Decyzje gigantów jednoznacznie pokazują, jak silny jest trend rezygnacji z tzw. jaj „trójkę” na światowym rynku.

2025 jako data implementacji zmian

Większość korporacji zadeklarowało wycofanie jaj z chowu klatkowego do 2025 r.. **Unilever, Barilla i Columbus Cafe** na datę graniczną wyznaczyły rok 2020. W 2019 roku jajka „trójkę” wycofa globalnie **Danone. Dr Oetker i Vapiano**, zgodnie z publikowanymi deklaracjami, już nie używają jaj i produktów jajecznych z chowu klatkowego.

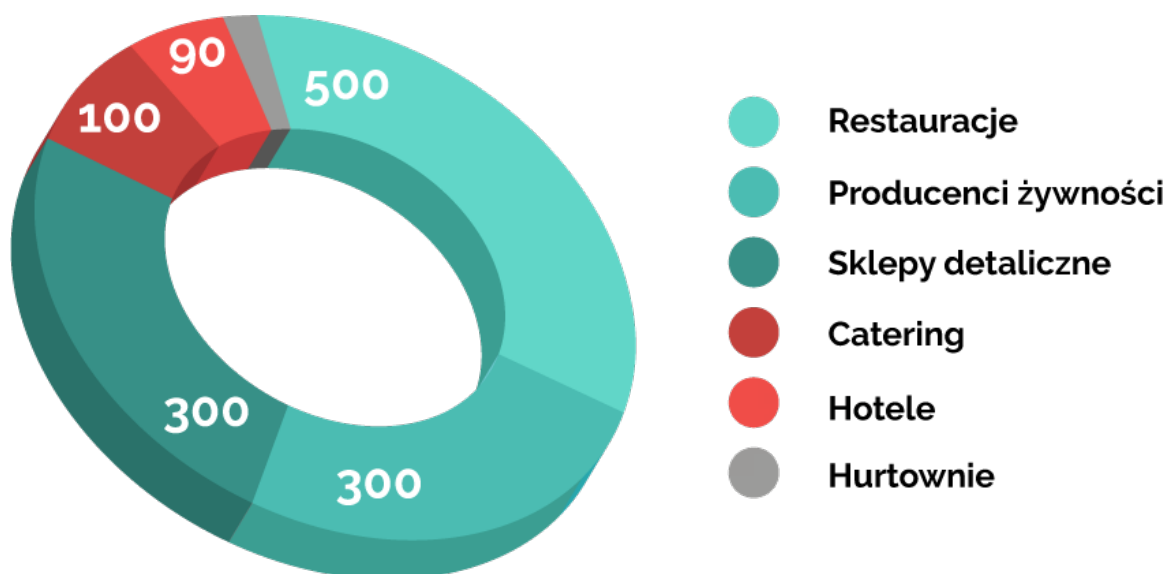
4.2. Ilość deklaracji – różnice geograficzne i branżowe

Deklaracje na świecie

Do wycofania jaj pochodzenia klatkowego zobowiązują się firmy z wielu branż na całym świecie. Liczba zobowiązań jest zróżnicowana w poszczególnych krajach, co wynika z różnego stopnia zaawansowania kampanii informacyjnych i korporacyjnych prowadzonych przez organizacje prozwierzęce. Niemniej jednak **we wszystkich krajach z roku na rok następuje wzrost liczby deklaracji**.

Do chwili obecnej najwięcej deklaracji rezygnacji z jaj pochodzenia klatkowego złożyły firmy usytuowane w Europie i Ameryce Północnej; najmniej – w Afryce i Azji. **W pierwszej szóstce państw pod względem liczby deklaracji znajdują się Stany Zjednoczone, Niemcy, Francja, Kanada, Brazylia, a także Polska**³³.

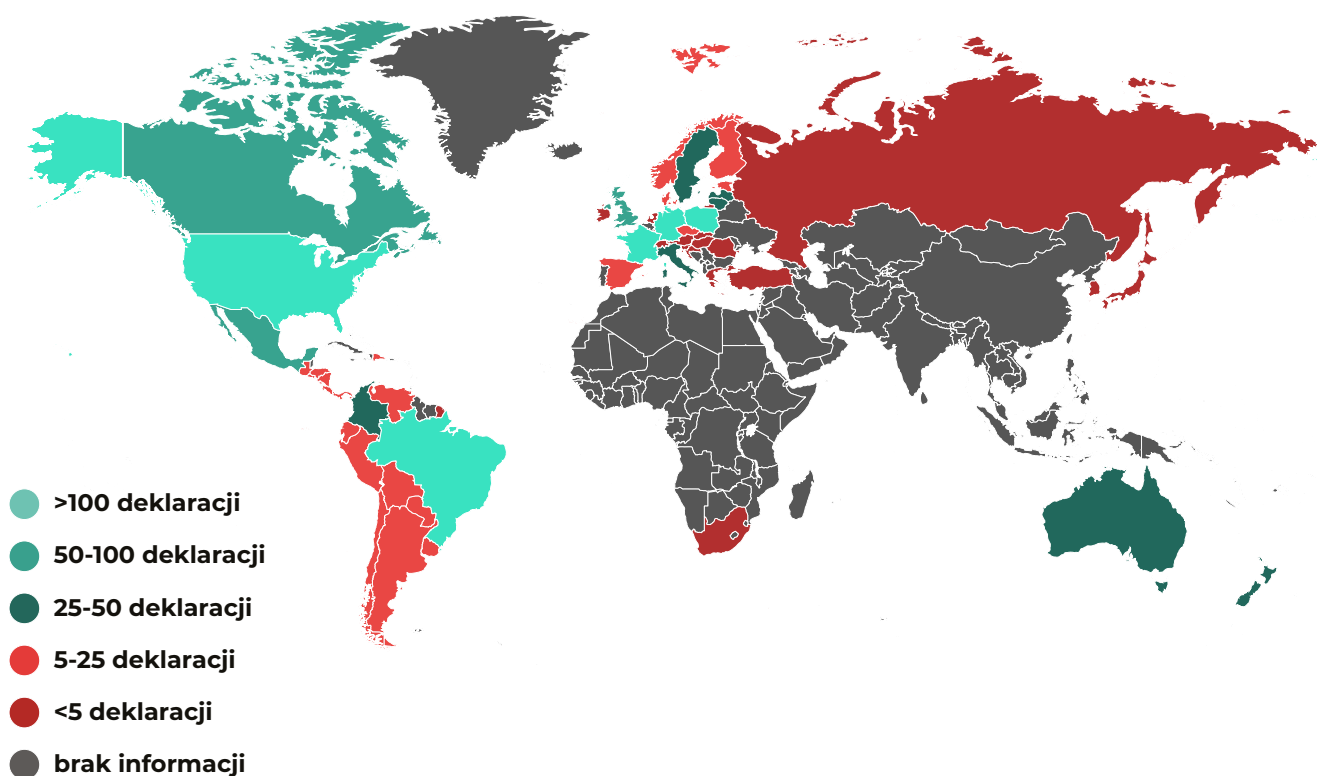
Podział firm ze względu na branże. Deklaracje wycofania jaj „3” na świecie



Najwięcej deklaracji w branży restauracyjnej

Najwięcej deklaracji złożyły firmy z branży restauracyjnej (ponad 500), producenci żywności i sklepy detaliczne (w obu przypadkach ponad 300), kolejno – cateringi (ponad 100), hotele (ponad 90) i hurtownie (20).

Deklaracje wycofania jaj „3” na świecie



HOTELE

Marriott International (2025)
Wyndham Hotel Group (2025)
Accor (2025)
Intercontinental Hotel Group (2025)
oraz: Scandic (2022), Four Seasons (2025),
Louvre Hotels (2025)

RESTAURACJE

Vapiano (2018)
Columbus Cafe (2020)
Salad Stop (2025)
McCain (2025)
Compass Group (2025)
ISS World (2025)

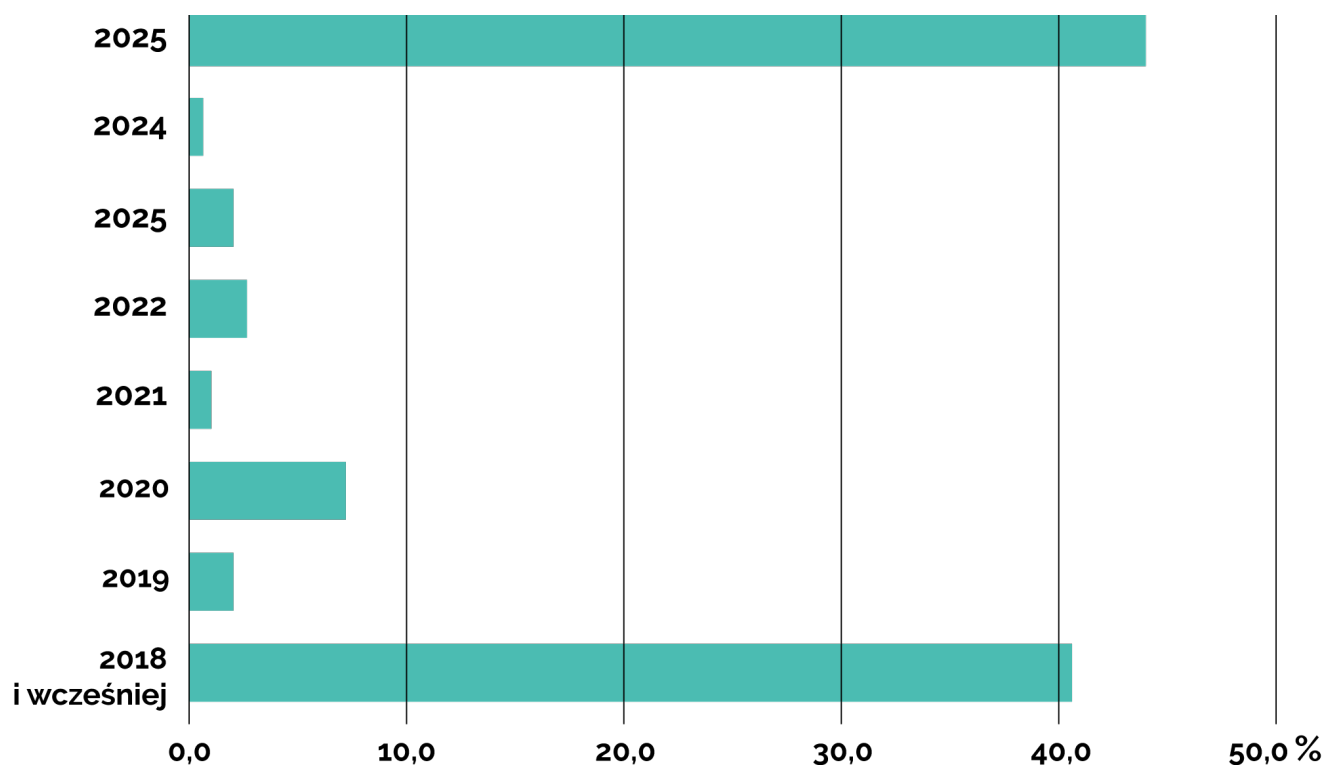
PRODUCENCI ŻYWNOSCI

Danone (2019)
Nestle (2025)
Kraft Heinz (2025)
Pepsico (2025)
oraz: Mars, Elior (2025), Aramark (2025),
Barilla (2020), Dr Oetker (2015), Unilever (2020),
General Mills (2025), Ferrero (2025)

SIECI SKLEPÓW

Aldi Süd (2025)
Lagardere Travel (2025)
REWE Group (2025)
Aldi Nord (2025)
IKEA (2020)

Wybierana przez firmy data implementacji wycofania jaj z chowu klatkowego



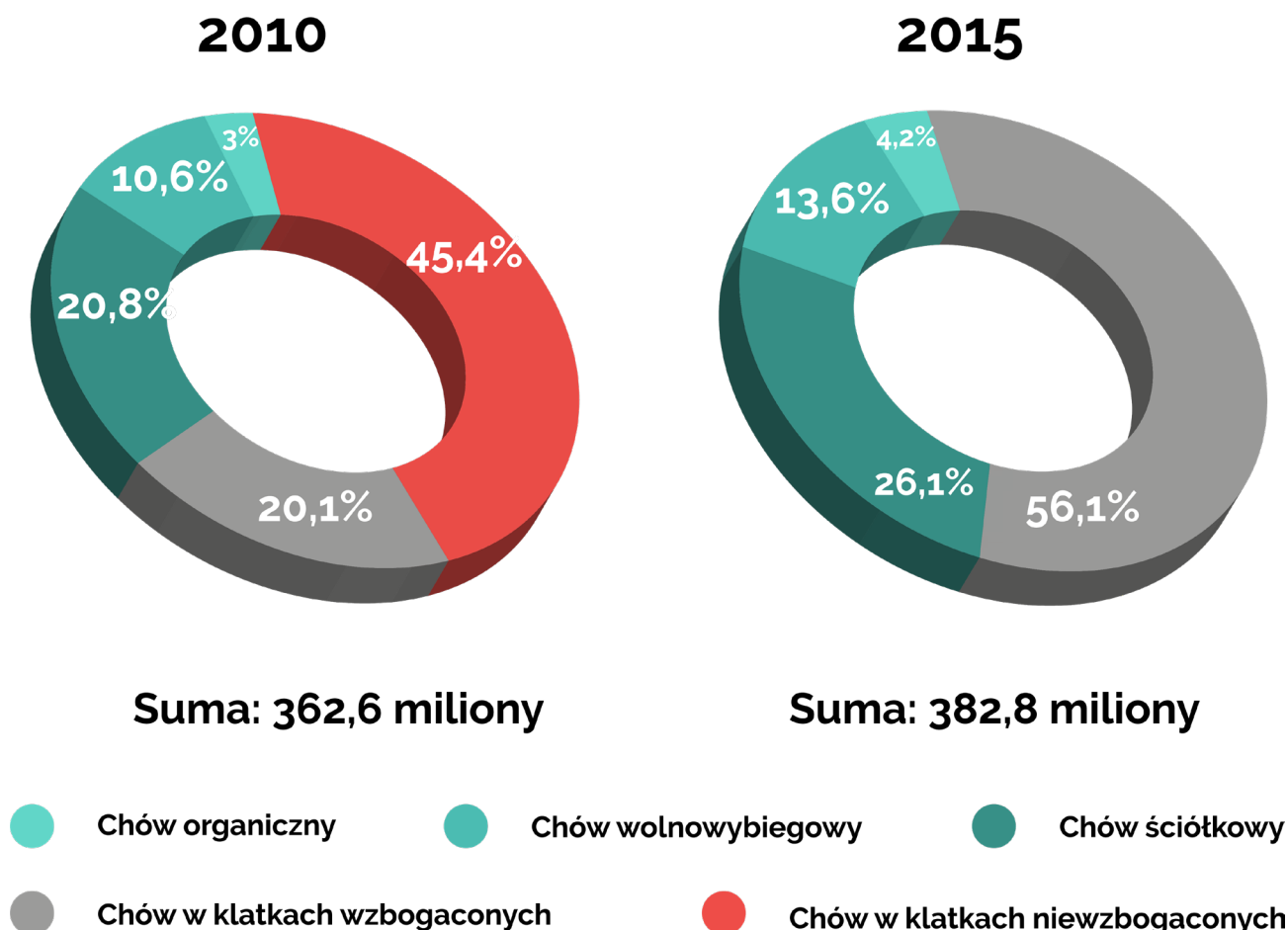
2025 rok najczęściej wybieraną datą implementacji założeń deklaracji

Większość firm (44%) deklaruje wycofanie jaj „trójek” do roku 2025, nieznaczna część (7%) deklaruje wycofanie jaj klatkowych do 2020 roku, a pojedyncze firmy wyznaczają inne daty. Najczęstszy wybór – roku 2025 – wiąże się z koniecznością podjęcia szeregu decyzji, ustaleń i działań prowadzących do wycofania jaj i produktów jajecznych pochodzenia klatkowego z łańcucha produkcji czy dostaw. Aż 40% firm już wprowadziło założenia deklaracji w życie.

4.3 Zobowiązania producentów jaj

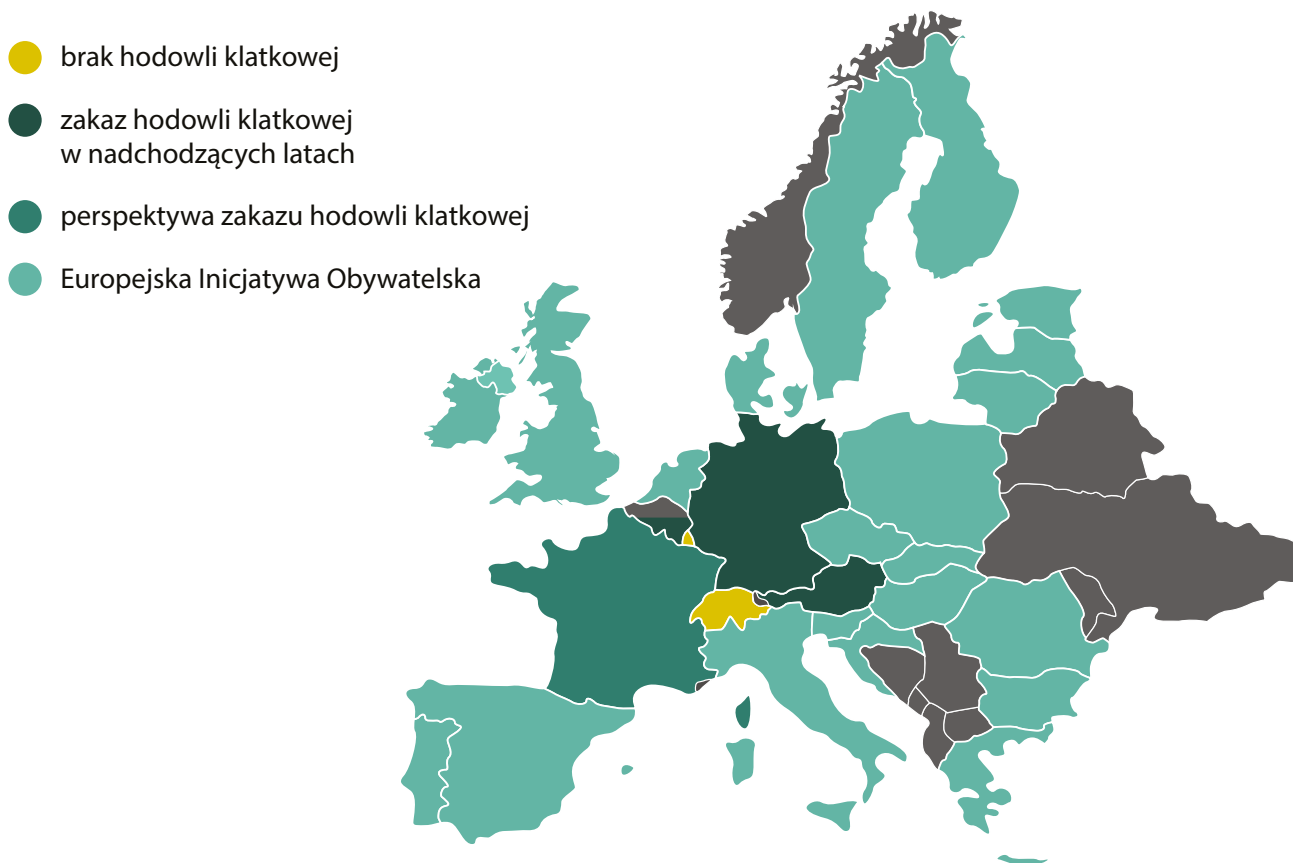
Wprowadzenie zmian deklaruje także **ponad 30 producentów jaj na świecie**, którzy zobowiązali się zrezygnować z produkcji jaj w systemie klatkowym na rzecz alternatywnych systemów³⁴. Są to firmy – głównie ze Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii i Francji – **należące do krajowych czołówek**, np. największy producent jaj w Wielkiej Brytanii Noble Foods³⁵ czy drugi i czwarty co do wielkości producent jaj w Stanach Zjednoczonych³⁶ – Rose Acre Farms³⁷ i Hillandale Farms. Producenci zobowiązują się do 2025 roku całkowicie zrezygnować z produkcji jaj w systemach klatkowych lub budowy nowych ferm kurzych w systemach bezklatkowych i wprowadzenia zmian w istniejących fermach klatkowych, gdy nastąpi konieczność ich renowacji.

Struktura chowu kur niosek w Unii Europejskiej



4.4 Perspektywy i zmiany legislacyjne na świecie

Działania zmierzające do zakończenia hodowli klatkowej podejmowane są na całym świecie. W chwili obecnej najbardziej widoczne są w Europie i Stanach Zjednoczonych.



Zmiany legislacyjne

W **Austrii** zakaz hodowli klatkowej wchodzi w życie w roku 2020.³⁸ W 2018 roku jedynie 2% kur trzymanyh było w tym kraju w klatkach.³⁹ W **Niemczech** zakaz hodowli klatkowej wejdzie w życie z rokiem 2025, podczas gdy w 2017 roku zaledwie 6,9% wszystkich kur hodowanych było w tym państwie w systemie klatkowym.⁴⁰ W **Luksemburgu** zakaz został już wprowadzony – nie produkuje się już jaj w hodowli klatkowej. W **Szwajcarii** hodowle klatkowe już nie istnieją – zostały wyeliminowane z rynku dzięki zmniejszeniu popytu na jajka i produkty jajeczne pochodzące z tego chowu⁴¹. W **Belgii**, w Regionie Walońskim, rząd przyjął tzw. Waloński Kodeks Dobrostanu Zwierząt (Walloon Code of Animal Welfare), zgodnie z którym hodowla kur w klatkach zostanie zakazana do roku 2028⁴². Już w 2017 w Belgii około 39,3% kur hodowanych było w systemie klatkowym⁴³. Według politycznej obietnicy francuskiego rządu, we **Francji** ma zostać wprowadzony zakaz sprzedaży całych jaj „trójek” w sklepach od 2022 roku⁴⁴.

Istotne zmiany w prawnej ochronie dobrostanu zwierząt przegłosowano pod koniec 2018 roku w stanie **Kalifornia** (USA), gdzie od 2022 roku zakazane będzie stosowanie klatek w hodowli kur niosek, a także sprzedaż jaj z chowu klatkowego.⁴⁵ Również pod koniec 2018 roku świat obiegła informacja, że Wyrok Sądu Najwyższego (Supreme Court) w **Indiach** zakazał produkcji jaj w systemie chowu klatkowego. Sądowy zakaz obejmuje wyłącznie nowych inwestorów w branży, ale stanowi bardzo wyraźny sygnał o kierunku, jaki zostaje objęty przez kraj będący jednym z największych producentów jaj na świecie.⁴⁶

25 września 2018 roku w Parlamencie Europejskim nastąpiło oficjalne rozpoczęcie **Europejskiej Inicjatywy Obywatelskiej „Koniec Epoki Klatkowej”**, której celem jest wprowadzenie na terenie Unii całkowitego zakazu stosowania klatek w hodowli zwierząt gospodarskich, w tym klatek dla kur niosek. Autorem projektu jest międzynarodowa organizacja Compassion in World Farming, wspierana przez 130 organizacji z całej Unii Europejskiej. Podpisy pod inicjatywą zbierane są w 7 krajach członkowskich, w tym w Polsce. Jeżeli organizacjom uda się zebrać co najmniej milion podpisów obywateli UE pod Inicjatywą, trafią one do Komisji Europejskiej i Parlamentu Europejskiego. **W lutym 2019 roku pod inicjatywą znajdowało się już pół miliona podpisów**⁴⁷. W Polsce zbiera je między innymi Stowarzyszenie Otwarte Klatki.

Zmiany w światowej strukturze produkcji jaj

Struktura produkcji jaj się zmienia – coraz więcej jaj i produktów jajecznych produkowanych jest w systemach nieklatkowych. Mimo że zmiany te zachodzą w różnym tempie w różnych krajach, w skali europejskiej są już zdecydowanie widoczne. Według Marktbilanz Eier und Geflügel (MEG) 2012 i 2016, **liczba kur utrzymywanych w systemach klatkowych w Europie zmniejszyła się z roku 2010 na 2015 o blisko 10%** – z 65,5% do 56,1%⁴⁸. Liczba kur utrzymywanych w systemach alternatywnych zwiększyła się z 34,4% do 43,9%, z największym wzrostem liczby kur utrzymywanych w systemie ściółkowym. Zgodnie z danymi Komisji Europejskiej, w roku 2017 w Unii Europejskiej liczba kur hodowanych w systemach alternatywnych wzrosła do 46,9%, podczas gdy w systemach klatkowych spadła do 53,2%. Według Eurogroup for Animals w roku 2018 liczba kur utrzymywanych w systemie klatkowym wynosiła 53%⁴⁹.

W **Stanach Zjednoczonych** na rok 2017, zgodnie z danymi USDA, już 16% kur utrzymywanych było w hodowli innej niż klatkowa. W 2016 r. było to 12%, a kilka lat wcześniej – 4%. Wzrost liczby kur utrzymywanych w hodowli alternatywnej, a zatem ilości jaj i produktów jajecznych pochodzenia nieklatkowego, wzrósł proporcjonalnie do pojawiających się na przestrzeni lat deklaracji firm o wycofaniu jaj klatkowych.

5. Wnioski i prognozy

W przeciągu ostatnich dwóch lat sytuacja w Polsce uległa znaczącej zmianie. Jak wskazują badania opinii społecznej, Polacy nie są obojętni na cierpienie zwierząt. Świadomość społeczeństwa dotycząca problemów dobrostanowych typowych dla chowu klatkowego jest bardzo wysoka. Ponad 80% ankietowanych zdaje sobie sprawę, że warunki intensywnej hodowli klatkowej kur niosek nie zapewniają zwierzętom możliwości zaspokojenia nawet podstawowych potrzeb. Co więcej, Polacy chcą realnych zmian. 40 tysięcy osób deklaruje, że nie kupuje jaj klatkowych, a badania przeprowadzone przez IBRiS pokazują, że 60% społeczeństwa oczekuje od firm wycofania z oferty i łańcucha produkcji jaj pochodzących z chowu klatkowego.

Do końca 2018 roku 114 firm w Polsce postanowiło wyjść naprzeciw oczekiwaniom społeczeństwa i dołożyć wszelkich starań, by jajka klatkowe zostały zastąpione ich bardziej etycznymi odpowiednikami. Podobne zmiany zachodzą na całym świecie.

Zmiany legislacyjne w Europie

W wielu krajach, m.in. w Austrii i Niemczech, hodowla klatkowa jest zakazywana prawnie, a podobne zmiany mogą również już niebawem dotyczyć wszystkich krajów członkowskich Unii Europejskiej. We wrześniu 2018 roku rozpoczęła się Europejska Inicjatywa Obywatelska „End the cage age”, której celem jest wprowadzenie całkowitego zakazu stosowania klatek w hodowli zwierząt gospodarskich na terenie Unii, w tym klatek dla kur niosek.

W bardzo wielu krajach, nie tylko na terenie Unii Europejskiej, widoczna jest silna obecność globalnej koalicji Open Wing Alliance, której celem jest zakończenie chowu klatkowego kur niosek na całym świecie poprzez uświadamianie konsumentów oraz podejmowanie dialogu z biznesem.

Struktura systemu hodowli kur w Polsce się zmienia...

Na polskim rynku wciąż dominuje chów klatkowy kur niosek, ale struktura systemu utrzymania kur ulega zmianom. Pomimo że w Polsce wciąż rośnie liczba hodowanych kur, od 2014 roku do stycznia 2019 roku zauważalny jest bardzo znaczny wzrost liczby kur niosek hodowanych w systemie ekologicznym (o 284%), wolnowybiegowym (96%) i ściółkowym (42%) a w ciągu kilku lat udział chowu klatkowego w podaży jaj konsumpcyjnych w Polsce obniżył się o 2 punkty procentowe. Sugeruje to, że czynione są inwestycje mające na celu zaspokoić rosnący popyt na jaja z chowów alternatywnych, a struktura hodowli kur zmienia się niezależnie od decyzji dziesiątek firm o wycofaniu jaj „trójek”, które jeszcze nie weszły w życie.

...i w ciągu 10 lat będzie zupełnie inna niż dzisiaj

Według Krajowej Izby Producentów Drobiu i Pasz struktura produkcji jaj w Polsce zbliży się do tej w Unii Europejskiej – według badań KIPDiP w ciągu najbliższych ośmiu lat udział jaj z chowu klatkowego w podaży może spaść w Polsce do 58%. Taka zmiana wydaje się być ekonomicznie uzasadniona nie tylko poprzez rosnące oczekiwania i świadomość konsumentów – poza wycofywaniem jaj klatkowych przez największe firmy z całego świata, uwagę zwrócić należy na diskutowane i zatwierdzone zmiany legislacyjne u naszych zachodnich sąsiadów. Można śmiało powiedzieć, że w ciągu 10 lat jajami z chowu klatkowego nie będzie interesował się nie tylko rynek krajowy, ale też zagraniczny – polscy producenci znacznie zyskają na wcześniejszym przygotowaniu się do wciąż rosnącego popytu na jaja z chowu alternatywnego.

Bardzo duży potencjał produkcyjny jaj

Jak tłumaczy Katarzyna Gawrońska, Główna Specjalistka Krajowej Izby Producentów Drobiu i Pasz, *Polska na tle Europy jest krajem dość szczególnym. Szacujemy, że o ile w UE samowystarczalność w produkcji jaj wynosi około 102 – 104 procent, o tyle w Polsce ta wartość to nawet około 150 proc. Oznacza to, że około jedna trzecia jaj musi zostać z naszego kraju wyeksportowana.*⁵⁰ Potencjał na zaspokojenie krajowego popytu na jaja, także z chowu alternatywnego, jest bardzo duży.

Nadzieja na owocny dialog z producentami jaj

Jednym z celów, które chcieliśmy zrealizować podczas pracy nad niniejszym raportem, było poznanie i opublikowanie opinii producentów jaj na temat zmian rynkowych. Zrozumienie punktu widzenia hodowców kur uważamy za ważne ze względu na ich bezpośredni wpływ na szybkość wprowadzania zmian w strukturze systemu utrzymania niosek, a podjęcie dialogu w tej sprawie wydaje nam się korzystne dla wszystkich – zarówno firm spożywczych i gastronomii, jak i samych producentów jaj. Poznanie wzajemnych oczekiwań i możliwości ułatwiłoby z pewnością wprowadzanie zmian. Niestety spośród prawie 40 firm produkujących jaja, z którymi się skontaktowaliśmy, jedynie pięć podzieliło się z nami swoimi spostrzeżeniami na temat przedstawionych w niniejszym raporcie badań społecznych, możliwościami produkcyjnymi oraz spojrzeniem na nadchodzące w branży jajecznej zmiany. Tak mała ilość odpowiedzi nie pozwala nam na przedstawienie nawet pobieżnej analizy tego zagadnienia. Mamy nadzieję, że w nadchodzących latach uda nam się podjąć dialog z producentami jaj i serdecznie dziękujemy tym, którzy już teraz wyrazili wolę rozmowy.

Coraz większy popyt na roślinne zamienniki jaj

Całkowita rezygnacja z używania jaj kurzych na rzecz ich roślinnych zamienników to trend, który rośnie w siłę i nic nie wskazuje na to, by miało to ulec zmianie. Jak podaje KIPDiP, globalnie rynek zamienników jaj osiągnął w 2016 r. wartość 966 milionów dolarów. W 2023 r. wartość ta powinna według analityków wzrosnąć do poziomu 1 mld 373 mln dolarów. Największymi entuzjastami zamienników jaj na świecie są na razie mieszkańcy kontynentu północnoamerykańskiego, jednak wzrost rynku jest najszybszy w Azji.⁵¹ Zamiennik jaj w płynie tylko jednej firmy został sprzedany w USA w ilości odpowiadającej 2 milionom jaj kurzych,⁵² a największy producent jaj w Polsce otwarcie mówi o zainteresowaniu roślinnym zamiennikiem jajek i braku przeszkód technologicznych by wprowadzić je na polski rynek.⁵³

Przypisy końcowe

- ¹ Stowarzyszenie Otwarte Klatki, *Co Polacy sądzą o hodowli klatkowej?*, <https://www.otwarteklatki.pl/co-polacy-sadza-o-hodowli-klatkowej/>, 31.03.2019.
- ² Ibidem.
- ³ Na co zwracamy uwagę kupując jajka?, CBOS, <https://www.cbos.pl/PL/publikacje/news/2018/28/newsletter.php>, 31.03.2019.
- ⁴ Deklaracja dostępna na stronie <https://jakonetoznosza.pl/>, 31.03.2019.
- ⁵ Stowarzyszenie Otwarte Klatki, *Co Polacy sądzą o hodowli klatkowej?*, <https://www.otwarteklatki.pl/co-polacy-sadza-o-hodowli-klatkowej/>, 31.03.2019.
- ⁶ *Na co zwracamy uwagę kupując jajka?*, <https://www.cbos.pl/PL/publikacje/news/2018/28/newsletter.php>, 31.03.2019.
- ⁷ Special Eurobarometer 442, *Attitudes of Europeans towards Animal Welfare*, <http://eurogroub.cluster020.hosting.ovh.net/wp-content/uploads/Eurobarometer-2016-Animal-Welfare.pdf>, 31.03.2019.
- ⁸ Główny Inspektorat Weterynarii, Wykaz podmiotów zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 852/2004, <https://pasze.wetgiw.gov.pl/spi/demorej/index.php?rodzaj=12&lng=0>
- ⁹ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, Warszawa, str. 134, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/rocznik-statystyczny-rolnictwa-2017,6,11.html>, 31.03.2019.
- ¹⁰ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, Warszawa, str. 385,
- ¹¹ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, Warszawa, str. 432,
- ¹² Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, Warszawa, str. 133,
- ¹³ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, Warszawa, str. 131,
- ¹⁴ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2018*, Warszawa, str. 184,
- ¹⁵ Miesięcznik Hodowca Drobiu, nr 2/2019, str. 8.
- ¹⁶ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, op.cit., str. 322.
- ¹⁷ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, op.cit., str. 318.
- ¹⁸ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, Warszawa, str. 247,
- ¹⁹ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, Warszawa, str. 259,
- ²⁰ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, Warszawa, str. 242,
- ²¹ Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2017*, Warszawa, str. 265,
- ²² *Obiecujące prognozy dla rynku proszku jajecznego*, Oficjalna strona Krajowej Izby Producentów Drobiu i Pasz, <https://kipdip.org.pl/pl/news/obiecujace-prognozy-dla-rynku-proszku-jajecznego>, 31.03.2019.
- ²³ Franciszek Kapusta, *Produkcja i zużycie jaj w Polsce – ocena samowystarczalności*, "Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing" 2014, nr 11 (60), str. 65-77.
- ²⁴ *Ożywienie w eksporcie proszku jajecznego z Polski*, Oficjalna strona Krajowej Izby Producentów Drobiu i Pasz, <https://kipdip.org.pl/pl/news/ozywienie-weksporcie-proszku-jajecznego-z-polski>, 31.03.2019.
- ²⁵ Dorota Pasińska, *Handel zagraniczny, "Rynek Drobiu i Jaj. Stan i perspektywy"* 2018, nr. 54, str. 33-35.
- ²⁶ *Rośnie znaczenie przetwórstwa na rynku jaj w Polsce*, portalspozywczy.pl, <http://www.portalspozywczy.pl/mieso/wiadomosci/rosnie-znaczenie-przetworstwa-na-rynku-jaj-w-polsce,163879.html>, 31.03.2019.
- ²⁷ Miesięcznik Hodowca Drobiu, nr 2/2019, str. 7.
- ²⁸ Ibidem.
- ²⁹ Ibidem.
- ³⁰ Ibidem.

- ³¹ Oficjalna strona Komisji Europejskiej, https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/dashboards/eggs-dashboard_en.pdf, 31.03.2019.
- ³² Chicken Watch Progress Tracker, <https://chickenwatch.org/progress-tracker>, 31.03.2019.
- ³³ Ibidem.
- ³⁴ Ibidem.
- ³⁵ *U.K.'s largest egg producer commits to going cage-free by 2025*, Canadian Poultry, <https://www.canadianpoultrymag.com/news/uks-largest-egg-producer-commits-to-going-cage-free-by-2025-30609>, 31.03.2019.
- ³⁶ Deven King, *Top 20 US egg producers in 2019*, Egg Industry, luty 2019, <http://www.eggindustry-digital.com/201902/index.php#22>, 31.03.2019.
- ³⁷ Chicken Watch, op.cit.
- ³⁸ *Ban on battery farming of laying hens*, Association Against Animal Factories, <http://vgt.at/en/work-henbattery cages.php>, 30.03.2019.
- ³⁹ Oficjalna strona Republiki Austrii, <https://www.bmnt.gv.at/english/agriculture/Productionandmarkets/Animal-production-in-Austria/Egg-production-in-Austria.html>, 30.03.2019.
- ⁴⁰ *Legehennen: Käfighaltung wird ab 2025 verboten*, Agrarheute, <https://www.agrarheute.com/land-leben/legehennen-kaefighaltung-ab-2025-verboten-445780>, 30.03.2019.
- ⁴¹ *How Switzerland Got Rid of Battery Hen Cages*, United Poultry Concerns, <https://www.upc-online.org/nr/21704henspdf.htm>, 30.03.2019.
- ⁴² *27.04.2018 – Draft Decree on Walloon Code of Animal Welfare Adopted by Minister Carlo di Antonio (CDH)*, European Enforcement Network of Animal Welfare Lawyers and Commissioners, <http://www.lawyersforanimalprotection.eu/2018/04/27/26-04-2018-draft-decree-on-walloon-code-of-animal-welfare-adopted-by-minister-carlo-di-antonio-cdh/>, 30.03.2019.
- ⁴³ Oficjalna strona Komisji Europejskiej, https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/dashboards/eggs-dashboard_en.pdf, 30.03.2019.
- ⁴⁴ Tony McDougal, *France to ban sale of eggs from caged hens by 2022*, Poultry World, <https://www.poultryworld.net/Eggs/Articles/2018/2/France-to-ban-sale-of-eggs-from-caged-hens-by-2022-251161E/>, 30.03.2019.
- ⁴⁵ *'A loud and clear message': California passes historic farm animal protections*, The Guardian, <https://www.theguardian.com/us-news/2018/nov/08/california-animal-welfare-cage-free-eggs-prop-12-passes>, 25.03.2019.
- ⁴⁶ *Indie: sądowy zakaz klatek dla kur*, Krajowa Izba Producentów Drobiu i Pasz, <https://kipdip.org.pl/pl/news/indie-sadowy-zakaz-klatek-dla-kur>, 25.03.2019.
- ⁴⁷ *Pół miliona podpisów za projektem zakazu hodowli klatkowej w UE*, Portal Spożywczy, <http://www.portalspozywczy.pl/mieso/wiadomosci/pol-miliona-podpisow-za-projektem-zakazu-hodowli-klatkowej-w-ue,168219.html>, 30.03.2019.
- ⁴⁸ Prof. Dr. Hans-Wilhelm Windhorst, *Dynamics and patterns of the EU egg industry*, Lohmann Tierzucht, http://www.ltz.de/en/news/lohmann-information/2017-2/6_Dynamics_and_patterns_of_the_EU_egg_industry.php, 30.03.2019.
- ⁴⁹ *New report aims at higher welfare cage-free egg production in the EU*, Eurogroup for Animals, <https://www.eurogroupforanimals.org/new-report-aims-at-higher-welfare-cage-free-egg-production-in-the-eu>, 30.03.2019.
- ⁵⁰ *Rośnie znaczenie przetwórstwa na rynku jaj w Polsce*, Portal Spożywczy, <http://www.portalspozywczy.pl/mieso/wiadomosci/rosnie-znaczenie-przetworstwa-na-rynku-jaj-w-polsce,163879.html>, 30.03.2019.
- ⁵¹ *Prognozy dla rynku zamienników jaj*, Krajowa Izba Producentów Drobiu i Pasz, <https://kipdip.org.pl/pl/news/prognozy-dla-rynku-zamiennikow-jaj>
- ⁵² *Zamienniki jaj pobili sprzedaż jaj płynnych w USA*, Krajowa Izba Producentów Drobiu i Pasz, <https://kipdip.org.pl/pl/news/zamienni-jaj-pobili-sprzedaz-jaj-plynnych-w-usa->, 30.03.2019, oraz *Wegański odpowiednik jajka sprzedał się już w USA w ilości odpowiadającej 2 mln kurzych jaj. Niedługo będzie dostępny w Europie*, F5, <http://www.fpiec.pl/foodie/weganski-odpowiednik-jajka-sprzedal-sie-juz-w-usa-w-ilosci-odpowiadajacej-2-mln-kurzych-jaj-niedlugo-bedzie-dostepny-w-europie>, 30.03.2019
- ⁵³ <http://www.portalspozywczy.pl/mieso/wiadomosci/fermy-wozniak-inspiruje-nas-temat-weganskich-zamiennikow-jaj,170033.html>, 4.04.2019.