

WYCOFANIE JAJ Z CHOWU KLATKOWEGO

Podsumowanie zmian w branży
spożywczej i na rynku jajecznym



RAPORT 2021



SPIS TREŚCI

1. Hodowla klatkowa kur – co myślą o niej Polacy?	6
1.1. Stosunek Polaków do hodowli kur w systemie klatkowym	6
1.2. Stosunek Polaków do rezygnacji przez firmy z jaj klatkowych oraz produktów z jajami klatkowymi w składzie	7
1.3. Kryteria wyboru jaj oraz produktów zawierających jaja w składzie podczas ich zakupu	9
2. Produkcja jaj w Polsce	12
2.1. Zmiany w systemie chowu kur	12
2.2. Ilość produkowanych jaj całych i przetworzonych – miejsce Polski na świecie	13
2.3. Eksport (i import) jaj	14
3. Zmiany na rynku polskim	17
3.1. Deklaracje wycofania jaj klatkowych w Polsce. Postęp we wdrażaniu założeń deklaracji	17
Sieci handlowe	18
Producenci żywności	22
Restauracje, kawiarnie, cateringi, hotele	26
3.2. Przeszkody w wycofaniu jaj z chowu klatkowego	31
4. Perspektywa polskich producentów jaj	33
5. Zmiany na rynku światowym	35
5.1. Deklaracje wycofania jaj klatkowych na świecie. Zobowiązania i postęp producentów jaj	35
5.2. Perspektywy i zmiany legislacyjne na świecie. Zmiany w światowej strukturze produkcji jaj	37
6. Perspektywa zakazu hodowli klatkowej w Unii Europejskiej	40
7. Wnioski i prognozy	43
Przypisy	46

Szanowni Państwo,

miło mi przedstawić kolejną publikację Stowarzyszenia Otwarte Klatki, która w oparciu o szereg badań i danych nie pozostawia wątpliwości, że koniec hodowli klatkowej kur niosek w Polsce jest blisko.

W raporcie znajdą Państwo treści wskazujące na jednoznaczny trend rezygnacji z jaj z chowu klatkowego - najnowsze dane o postępie branży handlowej i spożywczej w wycofywaniu jaj tzw. „trójkę” z oferty, wywiad z przedstawicielem branży jajecznej o inwestycjach w systemy alternatywne, a także tegoroczne badania opinii społecznej w tym obszarze. Przeczytaj Państwo także o zmianach legislacyjnych rozważanych na poziomie Unii Europejskiej oraz wyzwaniach, jakie stoją przed polskim biznesem na drodze do całkowitej rezygnacji z jaj pochodzenia klatkowego.

Jako Stowarzyszenie Otwarte Klatki bardzo cieszą nas zmiany w kierunku rezygnacji z hodowli klatkowej kur niosek i tym samym znaczącej poprawy warunków życia zwierząt. Nie zapominamy jednak, że tych zmian nie byłoby, gdyby nie pionierskie i odważne decyzje przedstawicieli branży handlowej, spożywczej i HoReCa.

Dlatego w tym miejscu – w imieniu swoim oraz całego Stowarzyszenia Otwarte Klatki – chciałabym serdecznie podziękować wszystkim przedstawicielom firm, które zobowiązały się do wycofania jaj z chowu klatkowego, konsekwentnie realizują swój plan i transparentnie informują społeczeństwo o postępach swoich działań.

Dziękujemy także producentom jaj, którzy udzielając swojego głosu i opisując zmiany w branży jajecznej, pokazują, że każde ogniwo rynku jest gotowe na zmiany.

Maria Madej

**MENADŻERKA DS. RELACJI BIZNESOWYCH
OTWARTE KLATKI**



PRZEGLĄD NAJWAŻNIEJSZYCH INFORMACJI TRENDU REZYGNACJI Z JAJ KLATKOWYCH

- **24,5% kur niosek** w Polsce utrzymywanych jest w hodowlach innych niż klatkowe - ściółkowej, wolnowybiegowej i ekologicznej. Udział hodowli klatkowej w strukturze utrzymania kur niosek w Polsce sukcesywnie spada od 2014 roku. (GIW, marzec 2022)
- **81% Polaków** jest zdania, że hodowla klatkowa nie zapewnia kurom odpowiednich warunków do życia, a **62,4%** uważa, że w Polsce powinien zostać wprowadzony zakaz hodowli klatkowej kur. (Biostat, 2022)
- Do końca 2021 roku ponad **140 firm** działających w Polsce podjęło oficjalne zobowiązania do rezygnacji z jaj pochodzenia klatkowego.
- Sieci **Biedronka** oraz **Makro** całkowicie wycofały świeże jaja „trójki” ze swoich ofert z początkiem 2022 roku. **Netto** zakończyło sprzedaż świeżych jaj klatkowych jeszcze w listopadzie 2021 roku. Sieci **Kaufland** oraz **Żabka** zrezygnowały z tego rodzaju jaj z końcem marca 2022 roku.
- Jeden z największych producentów jaj w Polsce, **Aktiwi, zakończy produkcję jaj klatkowych już w 2023 roku**, skupiając się jedynie na alternatywnej hodowli kur.
- **38 działających w Polsce firm** wdrożyło już swoje zobowiązania w życie i **wycofało jaja klatkowe** z produkcji i/lub oferty – w tym Makro, Netto, Lubella oraz U Jędrusia.
- Sprzedaż jaj „2”, „1” i „0” wzrasta i już **w dziewięciu sieciach handlu detalicznego**, stanowi ponad połowę całkowitej sprzedaży jaj świeżych.
- Komisja Europejska przyjęła rezolucję w sprawie Inicjatywy Obywatelskiej „Koniec Epoki Klatkowej”. Obecnie trwają prace nad wnioskiem ustawodawczym, a potencjalny **zakaz chowu klatkowego ma wejść w życie w 2027 roku**.
- W wyniku działania międzynarodowej koalicji Open Wing Alliance już ponad **2200 firm** na całym świecie zdecydowało się na rezygnację z jaj pochodzenia klatkowego. Ponadto więcej niż **1000 zobowiązań** wycofania tego rodzaju jaj zostało wypełnionych. (ChickenWatch, marzec 2022)
- **Ponad 100 firm**, w tym Yum! Brands, Unilever czy Lidl, zobowiązało się do globalnej rezygnacji z jaj z chowu klatkowego we wszystkich krajach, w których działają. (The Humane League, lipiec 2021)

REKOMENDACJE DLA FIRM WYCOFUJĄCYCH JAJA KLATKOWE

Kontakt z dostawcami

Zmiana systemu hodowli z klatkowego na alternatywny to czasochłonny proces, dlatego o zamiarze rezygnacji z jaj „trójek” warto **poinformować dostawców z jak największym wyprzedzeniem**. Najlepiej już na samym początku procesu.

Transparentność wobec konsumentów

Dzisiejsi konsumenci wybierają odpowiedzialne społecznie przedsiębiorstwa, dlatego wskazane jest **ogłoszenie wycofania jaj „trójek” z łańcucha dostaw firmy na jej stronie internetowej** oraz w mediach społecznościowych. Klienci z pewnością docenią także **bieżące informacje o postępie we wprowadzaniu zmian**, tak aby mieć pewność, że firma spełnia złożone wobec nich obietnice.

Edukacja konsumentów

Marketing i promocja decyzji oraz samego procesu rezygnacji z jaj z chowu klatkowego to **okazja do edukacji i budowania zaangażowania wśród swoich odbiorców**. Warto zachęcać konsumentów do sięgania po jaja lub produkty z jajami pochodzące z alternatywnych metod hodowli. Można to zrobić poprzez **ukazywanie różnic między rodzajami chowu niosek** w swoich mediach społecznościowych lub folderach marketingowych.

Przyszłościowe inwestycje

Na rynku, oprócz tradycyjnych systemów chowu alternatywnego kur, dostępne są również **systemy „combi”** łączące cechy hodowli klatkowej oraz ściółkowej. **Systemy te nie są prawdziwą alternatywą dla systemów klatkowych**, ponieważ dzięki wyposażeniu w drzwi na wszystkich poziomach konstrukcji pozwalają na rutynowe lub stałe zamykanie kur w klatkach. Warto więc ustalić z dostawcami, aby nie stosowali systemów „combi”. Firmy decydujące się na wycofanie jaj z chowu klatkowego powinny inwestować jedynie w produkty prawdziwie bezklatkowe, zgodne z założonym celem i dostosowane do przyszłości.

HODOWLA KLATKOWA KUR – CO MYŚLĄ O NIEJ POLACY?

Dobrostan zwierząt jest ważnym i dostrzeganym przez polskie społeczeństwo tematem. Polacy są świadomi realiów hodowli klatkowej kur niosek, w znacznej większości wyrażają wobec losu tych zwierząt swój sprzeciw, a ich przekonania mają wpływ na ich wybory konsumenckie oraz oczekiwania wobec marek, które wspierają.

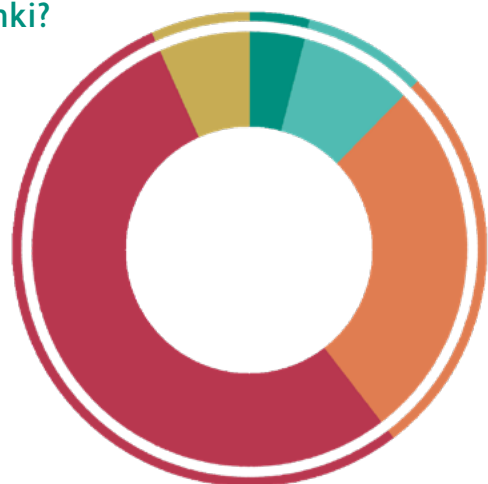
Ponad 60 tysięcy osób złożyło podpis pod deklaracją konsumencką o niekupowaniu jaj oznaczonych numerem „3”¹. Wszystkie te osoby chcą dać jasny sygnał zarówno producentom żywności, lokalom gastronomicznym, jak i hodowcom zwierząt, że oczekują lepszych warunków dla kur niosek i będą podkreślać to swoimi wyborami zakupowymi.

1.1. STOSUNEK POLAKÓW DO HODOWLI KUR W SYSTEMIE KLATKOWYM

W lutym 2022 roku Centrum Badawczo-Rozwojowe Biostat² zapytało Polaków, co sądzą na temat chowu klatkowego kur niosek. Polacy są w tej kwestii zgodni – **81% ankietowanych jest zdania, że hodowla klatkowa nie zapewnia tym zwierzętom odpowiednich warunków do życia**. Co więcej, aż 62,4% ankietowanych uważa, że w Polsce powinien zostać wprowadzony **zakaz hodowli klatkowej kur niosek**.

#1

Czy uważa Pan/i, że hodowanie kur w klatkach zapewnia tym zwierzętom odpowiednie warunki?



Zróżło Badania Biostat | Luty 2022 r.

#2

Czy uważa Pan/i, że w Polsce powinien zostać wprowadzony zakaz hodowli klatkowej kur niosek?



Zróżło Badania Biostat | Luty 2022 r.

1.2 STOSUNEK POLAKÓW DO REZYGNACJI PRZEZ FIRMY Z JAJ KLATKOWYCH ORAZ PRODUKTÓW Z JAJAMI KLATKOWYMI W SKŁADZIE

Według badań Biostat **65,2% Polaków uważa również, że producenci żywności, restauracje i sieci handlowe powinny zrezygnować z używania jaj z chowu klatkowego**. Jest to niezmiennie duże poparcie ze strony społeczeństwa, które w 2020 roku wynosiło 54,5%³.

#3

Czy Pan/i zdaniem sklepy, producenci żywności i restauracje powinny zrezygnować z używania jaj z hodowli klatkowej?

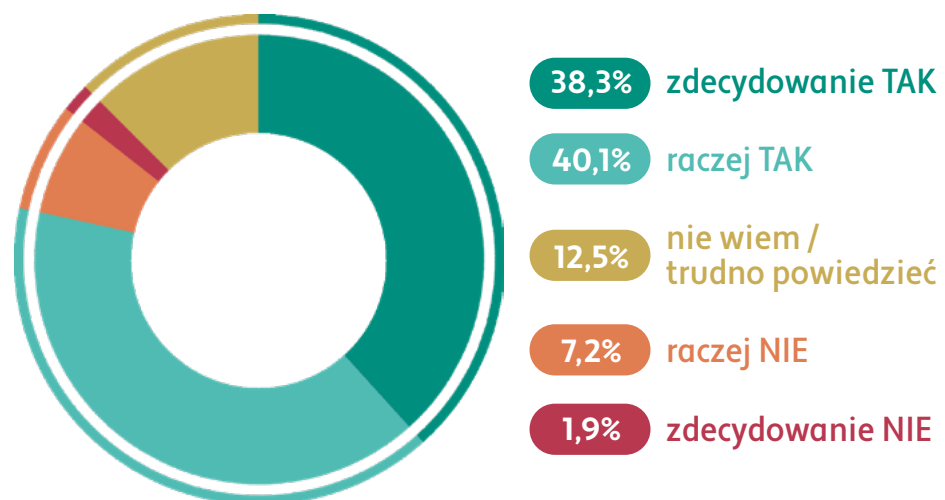


Zróżło Badania Biostat | Luty 2022 r.

Zdecydowana większość ankietowanych - 78,4% - uważa, że firmy deklarujące rezygnację z jaj z chowu klatkowego powinny publicznie informować o swoim postępie w procesie wycofywania tego rodzaju jaj.

#4

Czy uważa Pan/i, że firmy deklarujące rezygnację z jaj z chowu klatkowego powinny publicznie informować o swoim postępie w procesie wycofywania tego rodzaju jaj?

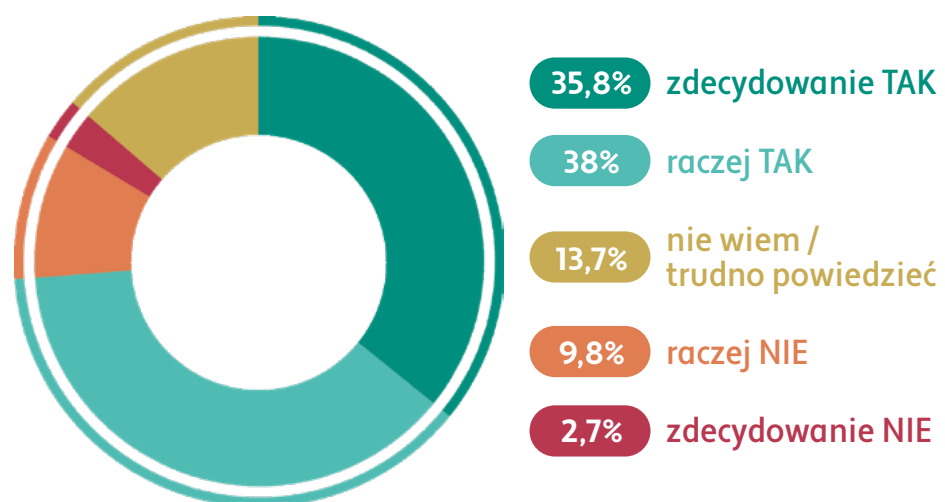


Źródło: Badania Biostat | Luty 2022 r.

Według badań Biostat konsumenci uważają, że trend odchodzenia od jajek z hodowli klatkowej powinien dotyczyć także restauracji oraz producentów żywności. **73,8% ankietowanych uważa, że w restauracjach powinny być dostępne informacje o tym z jakiego systemu hodowli jaj użyto w daniach.** A na dodatek, **aż 70,5% ankietowanych wybrałoby produkty spożywcze z jajami z hodowli innych niż klatkowa**, gdyby produkty spożywcze z jajami w składzie zawierały informację o systemie chowu kur. Jest to wyraźny sygnał, że konsumenci oczekują tego typu informacji, które pomogą im świadomie podejmować decyzje zakupowe.

#5

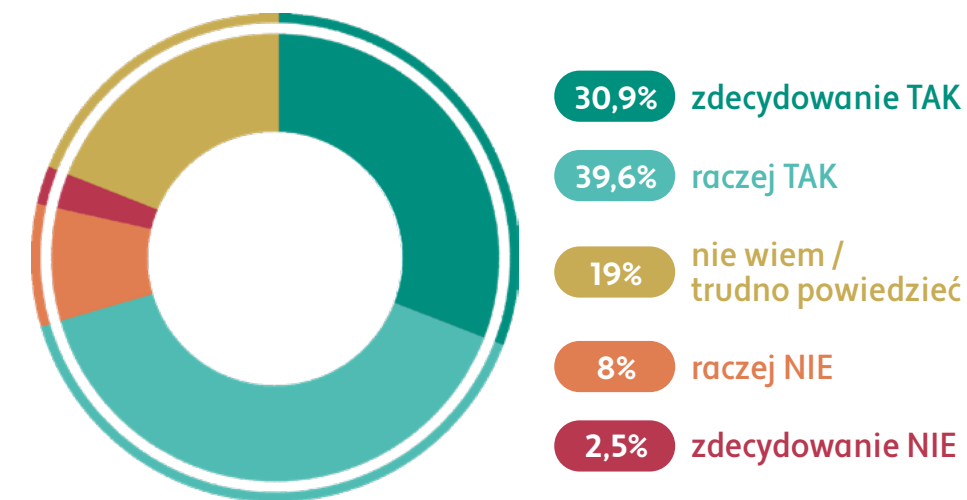
Czy uważa Pan/i, że w restauracjach powinny być dostępne informacje o tym z jakiego systemu hodowli (klatkowa, ściółkowa, wolnowybiegowa, ekologiczna) jaj użyto w daniach?



Badania Biostat | Luty 2022 r.

#6

Gdyby produkty spożywcze z jajami w składzie zawierały informację o systemie chowu kur (klatkowy, ściółkowy, wolnowybiegowy, ekologiczny), od których te jaja pochodzą, czy wybierałaby Pani/ wybierałby Pan produkty spożywcze z jajami z hodowli innych niż klatkowej (ściółkowej, wolnowybiegowej, ekologicznej)?



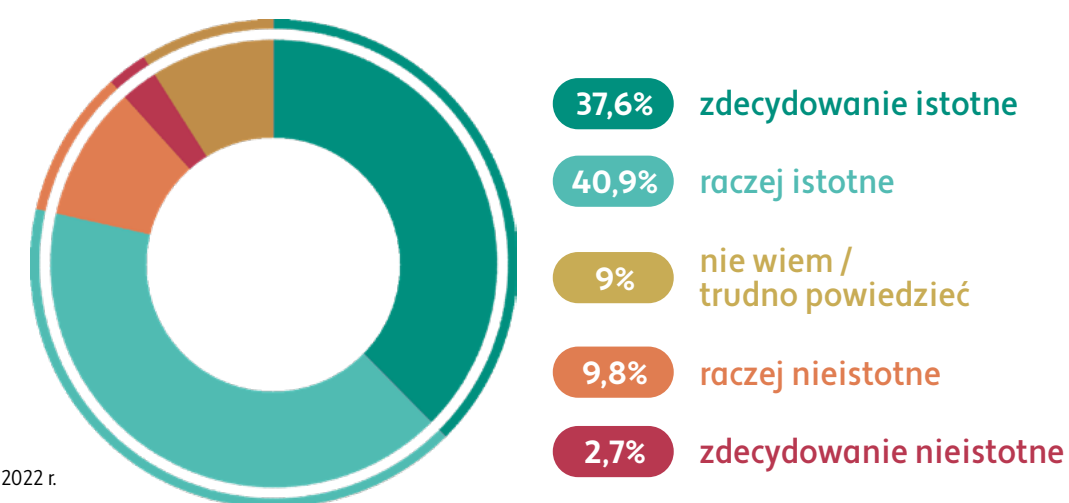
Źródło: Badania Biostat | Luty 2022 r.

1.3. KRYTERIA WYBORU JAJ ORAZ PRODUKTÓW ZAWIERAJĄCYCH JAJA W SKŁADZIE PODCZAS ICH ZAKUPU

Zgodnie z badaniami Biostat ze stycznia 2022 roku, zdecydowana większość Polaków przy zakupie jaj zwraca uwagę na sposób chowu kur – **78,5% ankietowanych przyznaje, że warunki hodowli kur są dla nich istotne.**

#7

Jakie znaczenie przy zakupie jaj mają dla Pana/i warunki hodowli kur, które znoszą te jajka?

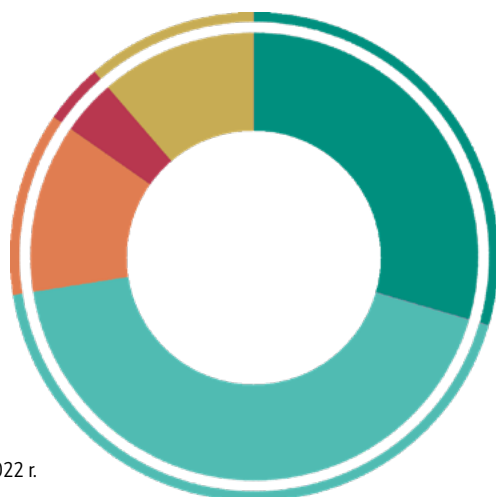


Źródło: Badania Biostat | Luty 2022 r.

Według badania Biostat, dla **72,5% Polaków istotne znaczenie przy zakupie produktów spożywczych bądź dań zawierających w składzie jaja mają warunki hodowli kur.**

#8

Jakie znaczenie przy zakupie produktów spożywczych lub dań zawierających w składzie jaja mają dla Pana/i warunki hodowli kur, które znoszą te jajka?

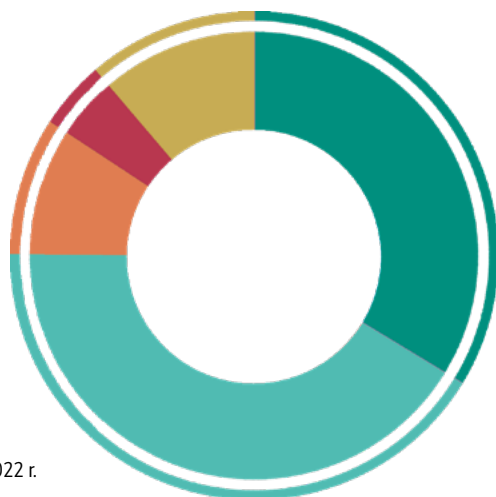


Źródło: Badania Biostat | Luty 2022 r.

Ponadto według badań Biostat, **aż 75,2% ankietowanych uznało, że zapłaciłoby więcej za jajka lub produkty zawierające jaja pochodzące z ferm zapewniających kurom lepsze warunki.**

#9

Czy zapłaciłby Pan/i wyższą cenę za jajka lub produkty zawierające jaja pochodzące z ferm zapewniających kurom lepsze warunki (ściółkowej, wolnowybiegowej, ekologicznej)?



Źródło: Badania Biostat | Luty 2022 r.

Polaków, którzy nadal decydują się na zakup jaj „trójek”, **przed zakupem jaj z systemów alternatywnych powstrzymuje głównie ich wyższa cena w stosunku do jaj klatkowych i trudny dostęp do ich zakupu** – 20,5% respondentów wskazało na wyższą cenę, a 18% na brak łatwego dostępu. Te kwestie są zależne od firm z branży spożywczej i HoReCa oraz producentów jaj. Wraz z rosnącą liczbą zobowiązań firm do rezygnacji z jaj „trójek” i związanymi z tym inwestycjami producentów w hodowlę alternatywną, cena jaj z hodowli alternatywnych powinna się obniżać. Produkty tego typu powinny być łatwiej dostępne w sklepach, które poszerzają ich ofertę. **Aż 43,7% ankietowanych stwierdziło, że pytanie ich nie dotyczy, gdyż wybierają jajka z alternatywnych systemów hodowli.**

#10

Dlaczego nie wybiera Pan/i jaj z hodowli zapewniających kurom lepsze warunki („dwójek”, „jedynek”, „zerówek”)?



Źródło: Badania Biostat | Luty 2022 r.

Według badań Mands⁴, przeprowadzonych na zlecenie firmy De Heus (producenta pasz) w 2019 roku, **Polacy najczęściej kupują jajka oznaczone jako „jedynki”, czyli jajka pochodzące z wolnego wybiegu (33%) oraz jajka wiejskie bez oznaczenia (22%).**

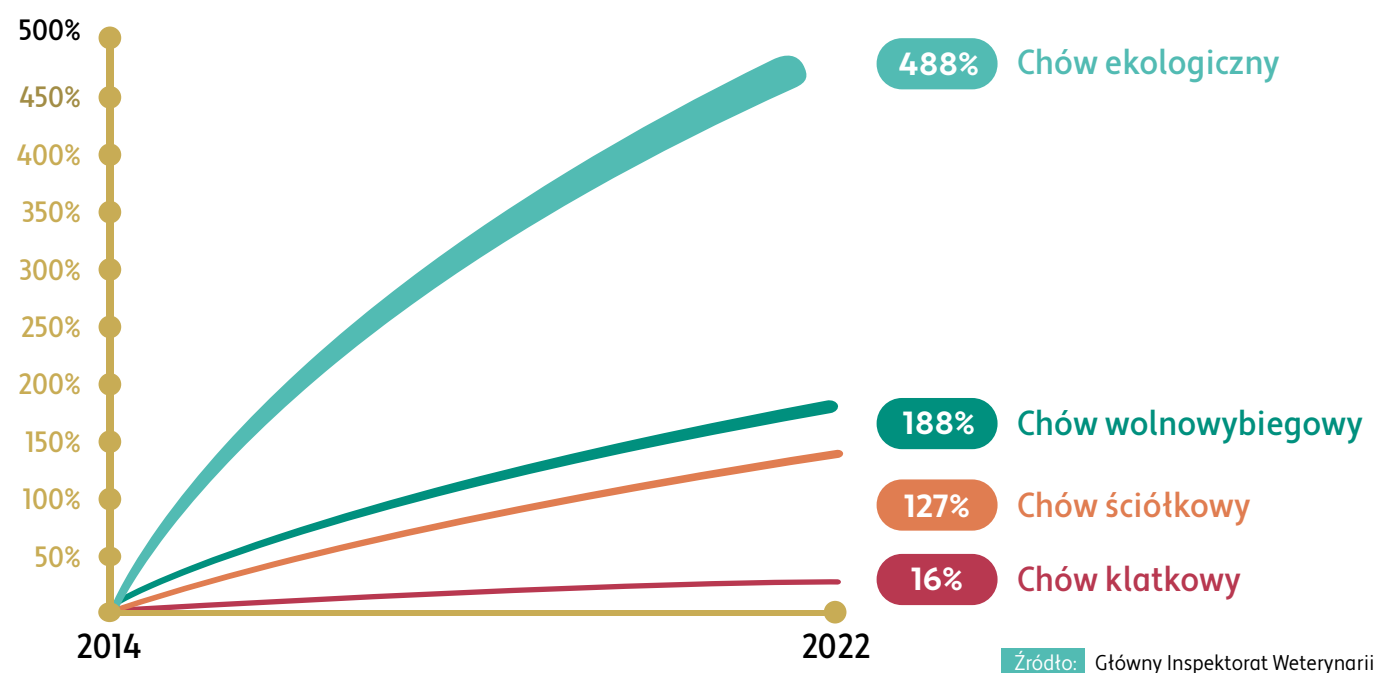


2.1. ZMIANY W SYSTEMIE CHOWU KUR

Struktura systemu hodowli kur ulega stopniowym zmianom. Nadal dominuje klatkowy chów niosek, jednak **sukcesywnie rośnie udział alternatywnych systemów chowu.**

Od 2014 roku⁵ do lutego 2022 roku zauważalny jest znaczny wzrost liczby kur niosek hodowanych w systemie ekologicznym (o 488%), wolnowybiegowym (188%) i ściółkowym (127%), a **w lutym 2022 roku udział hodowli klatkowej w strukturze hodowli spadł poniżej 77%.**

#11 Procentowy przyrost ilości kur niosek hodowanych w poszczególnych rodzajach chowu od stycznia 2014 do lutego 2022 roku



CHÓW KLATKOWY

Według danych Głównego Inspektoratu Weterynarii⁶, w Polsce w lutym 2022 roku w chowie klatkowym utrzymywanych było 39 139 453 kur niosek. W styczniu 2014 roku było ich 33 598 349 sztuk. W ciągu 8 lat liczba utrzymywanych kur wzrosła zatem o 16%, czyli o 5 541 104 sztuk. W 2021 roku w systemie klatkowym działało 459 ferm, a według najnowszych danych (stan na luty 2022) jest ich 453.

CHÓW ŚCIÓŁKOWY

Według danych GIW, w Polsce w lutym 2022 roku w chowie ściółkowym utrzymywane były 8 823 663 kury nioski. W styczniu 2014 roku było ich 3 881 302 sztuk. W ciągu 8 lat liczba utrzymywanych kur wzrosła zatem o 127%, czyli o 4 942 361 sztuk. Obecnie w Polsce zarejestrowane są 422 fermy w systemie ściółkowym, o 11 więcej niż w 2021 roku.

CHÓW WOLNOWYBIEGOWY

Według danych GIW, w Polsce w lutym 2021 roku w chowie wolnowybiegowym utrzymywanych było 2 533 757 kur niosek. W styczniu 2014 roku było ich 881 216 sztuk. W ciągu 8 lat liczba utrzymywanych kur wzrosła zatem o 188%, czyli o 1 651 541 sztuk. Obecnie w Polsce zarejestrowanych jest 247 ferm w systemie wolnowybiegowym, czyli 5 więcej w stosunku do ubiegłego roku.

CHÓW EKOLOGICZNY

Według danych GIW, w Polsce w lutym 2022 roku w chowie ekologicznym utrzymywanych było 504 518 kur niosek. W styczniu 2014 roku było ich 85 836 sztuk. W ciągu 8 lat liczba utrzymywanych kur wzrosła zatem o 488%, czyli o 418 685 sztuk. Obecnie w Polsce zarejestrowanych jest 70 ferm w systemie ekologicznym, czyli o 4 mniej w stosunku do ubiegłorocznego stanu.

#12 Zmiany w strukturze hodowli kur niosek w latach 2020-2021



Źródło: Główny Inspektorat Weterynarii

CENA SKUPU JAJ

W 2019 roku przeciętna cena skupu jednego jajka wynosiła 23 grosze (64 grosze w sprzedaży detalicznej)⁷. W okresie od listopada 2020 roku do listopada 2021 ceny jaj wzrosły natomiast o 10-42%. **Wyjątek stanowiły jajka z chowu ekologicznego, w przypadku których cena za zakup 100 sztuk spadła⁸.**

2.2. ILOŚĆ PRODUKOWANYCH JAJ CAŁYCH I PRZETWORZONYCH – MIEJSCE POLSKI NA ŚWIECIE

W 2020 roku w Polsce jaja stanowiły 5,8% całej towarowej produkcji rolniczej wszystkich produktów spożywczych⁹. W 2019 roku Polska odpowiadała za 0,8% światowej¹⁰ i 9,3% unijnej¹¹ produkcji jaj kurzych. **Zajmowaliśmy 8. miejsce pod względem ilości produkowanych jaj w krajach na całym świecie i 6. miejsce w Europie.** Według danych z Rocznika Statystycznego Rolnictwa 2020 w czołówce największych producentów jaj pozostają Chiny (34,1%), Stany Zjednoczone (8%), Indie (7,5%) i Japonia (3,2%). **Globalna produkcja jaj kurzych wynosiła w 2020 roku w przeliczeniu 6378,4 mln zł i stanowiła 5% globalnej produkcji rolniczej wszystkich produktów spożywczych¹².**

W 2020 roku produkcja jaj konsumpcyjnych w Polsce wyniosła 9 967,9 mln sztuk¹³, o 3,1% więcej w stosunku do poprzedniego roku, kiedy wyprodukowano 10 290,6 mln sztuk¹⁴. Niestety, oficjalne dane dotyczące ilości jaj wyprodukowanych w konkretnym typie chowu nie są podawane do publicznej wiadomości.

W 2014 roku 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 jaj¹⁵. Od tego czasu każdego roku widzimy bardzo duży wzrost znaczenia tych surowców w eksporcie jaj.

2.3. EKSPORT (I IMPORT) JAJ

Eksport i import jaj całych

Polska eksportuje znaczną część produkowanych jaj¹⁶, chociaż **eksport ten maleje od 2017 roku**. Wynosił wtedy 336 tys. ton jaj ogółem¹⁷, w 2020 r. – 199 tys. ton, a **w 2021 roku (w okresie od stycznia do sierpnia) wyeksportowano w sumie 92 355 ton jaj, czyli niemal o 32% mniej niż w tym samym czasie w 2020¹⁸**.

W roku 2021 (okres styczeń-sierpień) głównymi odbiorcami polskich jaj były kraje Unii Europejskiej, w tym: Niemcy, Niderlandy, Węgry, Czechy, Belgia, Włochy, Rumunia i inne¹⁹, przy czym prawie 50% eksportu trafiło do Niderlandów i Niemiec. W stosunku do roku 2020 wzrósł też eksport jaj do krajów pozaeuropejskich, takich jak: Singapur, Liberia, Gambia, Hongkong czy Arabia Saudyjska. Znaczna ilość jaj trafiła do Singapuru (wzrost eksportu o 189,58%). Państwo to stało się piątym największym zagranicznym odbiorcą jaj z Polski²⁰.

W roku 2021 (okres styczeń-sierpień) import jaj wzrósł dwukrotnie w porównaniu do roku poprzedniego. W sumie zaimportowano 18 050 ton jaj, przede wszystkim z Niemiec (25%), Litwy (21%) i Niderlandów²¹ (16%). Import nadal nie stanowi jednak znaczącej roli w zaopatrzeniu polskiego rynku w jaja.

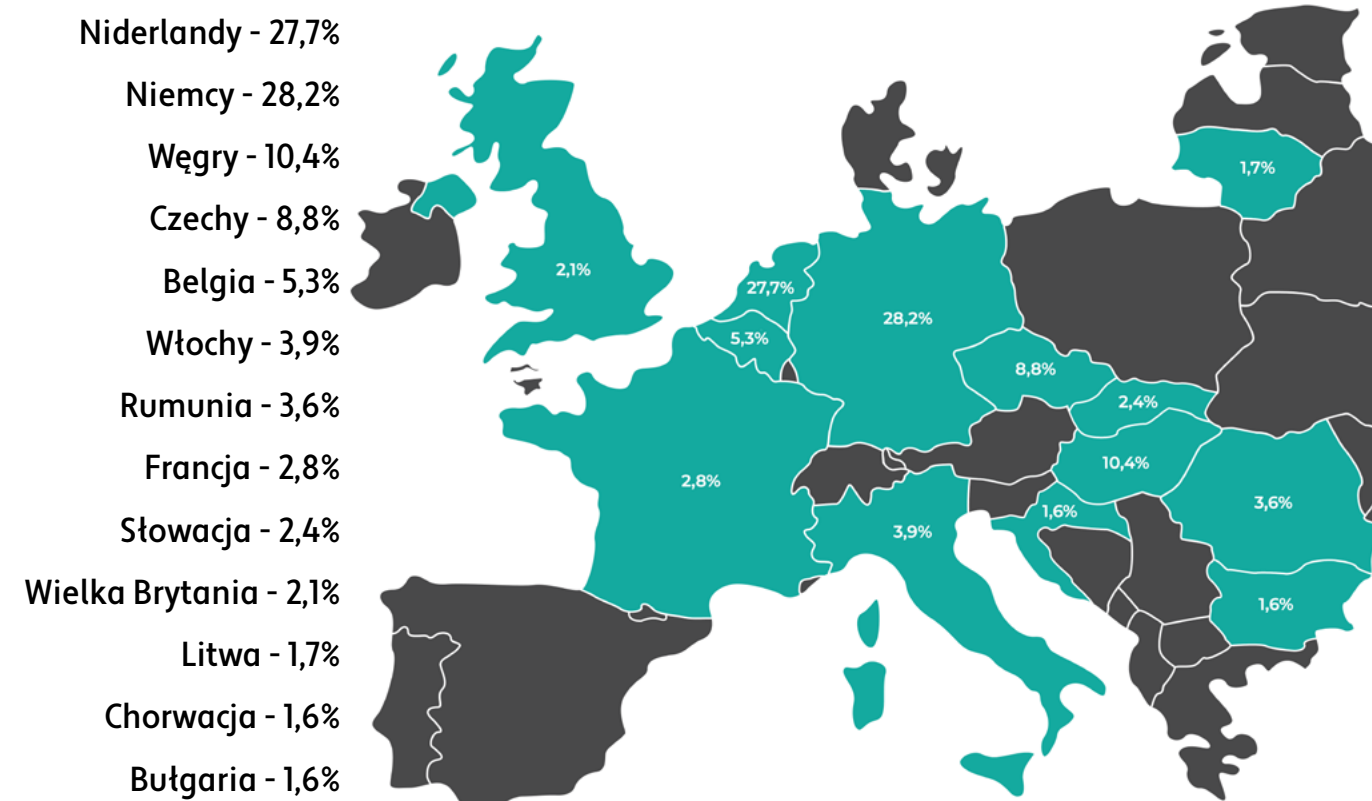
Eksport i import jaj przetworzonych

Eksport przetworzonych produktów jajecznych z Polski wciąż natomiast rośnie – w roku 2016 wynosił 26 500 ton, w 2018 – 36 842 ton²², a w 2020 roku (w okresie od stycznia do listopada) – **43,8 tys. ton²³**. Największym importerem przetworzonych produktów jajecznych okazały się Włochy, w sumie sprowadzając z Polski 6,1 tys. ton o wartości blisko 8 milionów euro²⁴.

W wielu krajach, do których polscy producenci eksportują jaja, **od kilku lat prowadzone są intensywne kampanie na rzecz wycofania jaj z chowu klatkowego, m.in. we Włoszech, w Wielkiej Brytanii i na Litwie**.

#13

Eksport jaj (wolumen tony) z Polski do krajów Unii Europejskiej oraz Wielkiej Brytanii w okresie styczeń-sierpień 2021r.



Źródło: Miesięcznik Hodowca Drobiu, nr 12/2021

„Sieć **Biedronka** przygotowywała się do całkowitego wycofania z oferty jaj świeżych pochodzących z chowu klatkowego od dłuższego czasu, zgodnie z wcześniejszymi publicznymi zobowiązaniami. Ponieważ bliskowspółpracujemy z polskimi dostawcami, mogliśmy z nimi ustalić niezbędne kroki do przeprowadzenia tej ważnej zmiany, informując z wyprzedzeniem o naszych decyzjach partnerów biznesowych. Dzięki takiemu podejściu **byliśmy w stanie znacząco skrócić pierwotnie zadeklarowany termin i zakończyć sprzedaż świeżych jaj klatkowych z ostatnim dniem 2021 roku.**

Zmianę wdrażaliśmy stopniowo w ciągu 12 miesięcy ubiegłego roku, tak aby poszczególne nasze placówki w kolejnych regionach Polski mogły stopniowo przebudowywać naszą ofertę z uwzględnieniem zapotrzebowania na świeże jaja. W ten sposób **udało nam się wspólnie z producentami jaj płynnie odejść od sprzedaży świeżych jaj z chowu klatkowego bez problemów. Wiemy, że wielu klientów doceniło naszą decyzję i szybkość jej realizacji.**

Jeśli chodzi o perspektywy europejskiej legislacji, to podobnie jak na poziomie krajowym, zawsze obserwujemy prace nad nowymi aktami prawnymi, by być z nimi w zgodzie. Uwzględniamy w tym także ramy czasowe potrzebne do przygotowania całego łańcucha dostaw. Natomiast z zasady, nigdy nie podejmujemy się komentowania prac nad poszczególnymi aktami prawnymi.”

Marcin Domański

DYREKTOR HANDLOWY W SIECI BIEDRONKA



3

ZMIANY NA RYNKU POLSKIM

W okresie od listopada 2021 do stycznia 2022 roku Otwarte Klatki przeprowadziły czwartą edycję corocznego badania wśród firm, które ogłosiły decyzję o wycofaniu jaj klatkowych i są w trakcie jej wdrażania. Celem tego działania było zebranie informacji na temat postępów w procesie wycofywania jaj klatkowych przez firmy, jak również zlokalizowanie największych problemów branży spożywczej i HoReCa, które utrudniają przedsiębiorstwom przeprowadzenie planowanych modyfikacji.

3.1. DEKLARACJE WYCOFANIA JAJ KLATKOWYCH W POLSCE. POSTĘP WE WDRAŻANIU ZAŁOŻEŃ DEKLARACJI

Do końca 2021 roku, już ponad 140 firm działających w Polsce ogłosiło wycofanie jaj klatkowych ze swojej oferty lub produkcji najpóźniej do roku 2025. Wśród tych firm jest 51 producentów żywności (w tym producentów dań gotowych, majonezów, piekarni), 29 sieci handlowych, 43 restauracje, kawiarnie i firmy cateringowe oraz 18 hoteli i sieci hotelarskich.

W tegorocznym badaniu wzięło udział ok. 52% zaproszonych firm.

Pełną listę firm, które wydały deklaracje wycofania jaj z chowu klatkowego można znaleźć na stronie politykadobrostanu.pl

Wśród firm zaproszonych do udziału w badaniu są też firmy, które wydały oświadczenia niejasne, niepełne lub mało czytelne. Są to: Wawel, Dr Gerard, Spar, Mex Polska i Kotaniec. Obecnie oświadczenia tych firm nie znajdują się pod ww. linkiem.

Czego dotyczą zobowiązania firm?

Przedsiębiorcy w wydanych oświadczeniach deklarują wycofanie świeżych jaj marek własnych, świeżych jaj marek innych producentów, jaj przetworzonych (proszek i/lub masa jajeczna) oraz jajek będących składnikiem dań czy produktów (produkcji własnej lub będących w ich ofercie) – pochodzących z chowu klatkowego. Dokładna treść zobowiązania zależy od konkretnej branży oraz zakresu, w jakim dana firma wykorzystuje jajka.

SIECI HANDLOWE I HURTOWE

Do końca 2021 roku łącznie 29 sieci handlu detalicznego i hurtowego – w tym 9 z 10 największych sieci handlu detalicznego – zobowiązało się do wycofania jaj pochodzących z chowu klatkowego nie później niż do 2025 roku. Deklaracje dotyczą jaj świeżych marek własnych i innych marek oraz jaj klatkowych używanych w produktach marki własnej. Zobowiązania wydawane były w formie oświadczenia na stronach internetowych firm lub w formie pisma.

W ankiecie wzięło udział 14 z 23 zaproszonych sieci. Część sieci, które wzięły udział w ankiecie w roku 2020, nie udzieliło odpowiedzi w roku 2021.

Większość sieci handlowych, które wzięły udział w ankiecie, ma transparentną deklarację opublikowaną na swojej oficjalnej stronie internetowej. Wyjątek stanowią sieci sklepów Stokrotka, PSD Gama, bi1, Arhelan, które wydały deklarację w formie pisma.

Osiem sieci handlowych: Auchan, Kaufland, Aldi, Carrefour, Biedronka, PSS Społem, PSD Gama i Lidl, zgodnie z oficjalną deklaracją zobowiązało się wycofać z oferty nie tylko jaja świeże pochodzenia klatkowego, ale także jaja będące składnikami produktów gotowych marki własnej.

WYNIKI ANKIETY 2021

Nazwa firmy	Procentowy udział ilościowy jaj całych i produktów zawierających jaja pochodzące z hodowli bezklatkowych (ściółkowych, wolnowybiegowych oraz ekologicznych) w sprzedaży*	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Spadek sprzedaży jaj całych z chowu klatkowego w roku 2021 w punktach procentowych
Auchan	<p>JAJA CAŁE 53%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ 100%</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ 25%**</p>	2025	↓13
Aldi	<p>JAJA CAŁE 63%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ 100%</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ 52%</p>	2025	0
Arhelan	<p>JAJA CAŁE 37,04%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ n.d.***</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ n.d.****</p>	b.d.	↓10,2

Nazwa firmy	Procentowy udział ilościowy jaj całych i produktów zawierających jaja pochodzące z hodowli bezklatkowych (ściółkowych, wolnowybiegowych oraz ekologicznych) w sprzedaży*	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Spadek sprzedaży jaj całych z chowu klatkowego w roku 2021 w punktach procentowych
Carrefour (w tym Rast i Globi)	<p>JAJA CAŁE 71%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ 100%</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ 64%</p>	2025	↓23,5
Jeronimo Martins (Biedronka)	<p>JAJA CAŁE 100%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ 100%</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ 81%</p>	31.12.2021 (jaja całe) 2022 (produkty gotowe marki własnej)	↓100
Kaufland	<p>JAJA CAŁE 100%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ 100%</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ 80%</p>	2022 (jaja całe) 2025 (produkty gotowe marki własnej)	↓10,4
Lidl	<p>JAJA CAŁE 45%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ 41%*****</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ 85%</p>	2025	↓8
P.H.U. Topaz	<p>JAJA CAŁE 43%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ n.d.***</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ n.d.****</p>	2025	↓4
PSD Gama	<p>JAJA CAŁE 40%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ n.d.***</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ n.d.****</p>	2025	b.d
Rella Investments (bi1)	<p>JAJA CAŁE 55,9%</p> <p>JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ n.d.***</p> <p>PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ n.d.****</p>	2025	↓5,9

Nazwa firmy	Procentowy udział ilościowy jaj całych i produktów zawierających jaja pochodzące z hodowli bezklatkowych (ściółkowych, wolnowybiegowych oraz ekologicznych) w sprzedaży*		Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Spadek sprzedaży jaj całych z chowu klatkowego w roku 2021 w punktach procentowych
Schiever (Auchan Zielona Góra, Auchan Racibórz)	JAJA CAŁE	53%	2025	0,9
	JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ	n.d.***		
	PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ	n.d.****		
Społem	JAJA CAŁE	94%	2025	↓10
	JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ	n.d.***		
	PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ	n.d.****		
Stokrotka	JAJA CAŁE	24%	2025	↓0
	JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ	0%		
	PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ	n.d.****		
Żabka	JAJA CAŁE	100%	2022	b.d.
	JAJA CAŁE MARKI WŁASNEJ	n.d.***		
	PRODUKTY GOTOWE MARKI WŁASNEJ	n.d.****		

* Dane przedstawiają procentowy udział w sprzedanych sztukach jaj całych z hodowli bezklatkowych (ściółkowej, wolnowybiegowej, ekologicznej) wśród sprzedanych jaj całych oraz udział produktów gotowych marki własnej, zawierających w składzie jaja pochodzące z hodowli bezklatkowych (ściółkowej, wolnowybiegowej, ekologicznej).

** Wartość ta nie uwzględnia produktów z działu cukiernia i piekarnia, w tym dziale 100% produktów marki Auchan nie zawiera jaj klatkowych.

*** Firma nie posiada marki własnej jaj lub jej deklaracja wycofania jaj klatkowych nie obejmuje jaj całych marki własnej.

**** Firma nie posiada produktów gotowych marki własnej zawierających jaja w składzie lub jej deklaracja wycofania jaj klatkowych nie obejmuje produktów gotowych marki własnej zawierających jaja w składzie.

***** Oferta jaj całych sieci Lidl oparta jest głównie na jajach całych marki własnej. Jaja całe marek producenckich wprowadzane są in out'owo.

Sieci handlowe i hurtowe, które całkowicie wycofały już jaja klatkowe ze sprzedaży i ogłosiły swój sukces przed tegorocznym badaniem			
Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Opis zobowiązania*
Frisco.pl	2019	✓	Firma zobowiązała się, że wycofa ze sprzedaży jaja z chowu klatkowego (świeże jaja wszystkich marek) do 2025 roku, ale zrobiła to znacznie wcześniej, w styczniu 2019 roku.
Makro	2022	✓	Firma zobowiązała się, że wycofa ze sprzedaży jaja z chowu klatkowego (świeże jaja wszystkich marek) do 2025 roku, ale zrobiła to już w styczniu 2022 roku.
Netto	2021	✓	Firma zobowiązała się, że wycofa ze sprzedaży jaja z chowu klatkowego (świeże jaja wszystkich marek) do 2025 roku, ale zrobiła to już w listopadzie 2021 roku.

* źródło: <https://politykadobrostanu.pl/>

PRODUCENCI ŻYWNOSCI

Do końca 2021 roku 51 producentów żywności zobowiązało się do wycofania jaj pochodzących z chowu klatkowego nie później niż do 2025 roku, publikując oświadczenie na swoich stronach internetowych lub składając deklarację w formie pisma. Producenci deklarują wycofanie jaj świeżych, przetworzonych (masa jajowa, proszek jajeczny itp.) oraz półproduktów i produktów gotowych zawierających jaja pochodzące z hodowli klatkowych (dodatki do żywności, gotowe mieszanki piekarnicze itp.).

18 producentów żywności z 37 zaproszonych wzięło udział w ankiecie.

WYNIKI ANKIETY 2021

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Deklaracja jest pełna – dotyczy wszystkich używanych w działalności form jaj
Białuty	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma zmniejszyła ilość wykorzystywanych jaj z chowu klatkowego o 10 punktów procentowych. Już 50% wykorzystywanych jaj całych pochodzi z hodowli alternatywnych.		
Czanieckie Makarony	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego.		
Dan Cake Polonia Sp. z o.o.	2024	✗*	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma zmniejszyła ilość wykorzystywanych jaj całych z chowu klatkowego o 4 punkty procentowe.		
Develey	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma zmniejszyła ilość wykorzystywanych jaj całych z chowu klatkowego o 30 punktów procentowych.		
Fabryka Cukiernicza Kopernik	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego.		

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Deklaracja jest pełna – dotyczy wszystkich używanych w działalności form jaj
Fanex Sp. z o. o.	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma zmniejszyła ilość wykorzystywanych jaj całych z chowu klatkowego o 25 punktów procentowych.		
Food Garden	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego. Obecnie jaja klatkowe stanowią niewielki udział zamówień firmy (10% jaj całych i 10% jaj przetworzonych).		
JAWO	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego. Jaja klatkowe stanowią 100% udziału zamówień firmy na jaja przetworzone.		
LOTTE Wedel	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma jest w procesie dostosowania receptur i rozmów z dostawcami, tak by możliwie najszybciej podjąć kroki w celu wycofania jaj klatkowych. W latach 2020-2021 nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego.		
Lubaszka	2021 (oferta śniadaniowa), 2025 (oferta cukiernicza)	✓	✗**
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma zmniejszyła ilość wykorzystywanych jaj całych z chowu klatkowego o kilka procent.		
Piekarnia Grzybki	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego. Jaja klatkowe stanowią 100% udziału zamówień firmy na jaja przetworzone.		
Piekarnia Oskroba	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego. Jaja klatkowe stanowią 100% udziału zamówień firmy na jaja całe i przetworzone		

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Deklaracja jest pełna – dotyczy wszystkich używanych w działalności form jaj
Spółdzielnia Pracy „Cukry Nyskie”	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego.		
Świeże i Zielone	2024	✗*	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego.,		
U Jędrusia	28.02.2022	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021	Firma w ciągu roku 2021 zmniejszyła ilość wykorzystywanych jaj całych z chowu klatkowego o 80 punktów procentowych i zakończyła używanie tego rodzaju jaj z końcem lutego 2022 roku.		
Wytwórcza Spółdzielnia Pracy „Społem”	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma zwiększyła zakupy żółtek w proszku pochodzących od kur z chowu ściółkowego. W odniesieniu do 2020 r. zakup tego typu surowców wzrósł o 187%.		
Wytwórnia Octu i Majonezu „OCETIX”	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego. Jaja klatkowe stanowią 100% udziału zamówień firmy na jaja przetworzone.		

* Deklaracja wydana w formie pisma - brak oświadczenia na stronie internetowej firmy.

** Firma w swojej działalności używa jaj przetworzonych oraz produktów gotowych i półproduktów zawierających jaja, które nie zostały uwzględnione w deklaracji wycofania jaj z hodowli klatkowej.

Producenci żywności (producenci dań i produktów gotowych, piekarnie), którzy nie używają już jaj klatkowych w produkcji i ogłosili swój sukces przed tegorocznym badaniem

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Opis zobowiązania*
Elma	2018	✗**	Firma wycofała jaja pochodzące z hodowli klatkowej z procesu produkcji swoich produktów.
Danone	2019	✗***	Wszystkie jajka oraz produkty jajeczne, które są składnikami produktów spółek DANONE w Polsce, pochodzą w 100% od kur z chowu bezklatkowego.
Kühne	2018	✓	Firma nie używa jaj pochodzących z chowu klatkowego w procesie produkcji.
Grupa Colian	2019	✓	Grupa Colian od 1 stycznia 2019 roku nie używa jaj pochodzących z chowu klatkowego w procesie produkcji.
FROSTA	2016	✓	Firma używa 100% jaj z wolnego wybiegu.
Cukiernia Sowa	2019	✓	Firma wycofała jaja pochodzące z chowu klatkowego w procesie produkcji.
Mars	2011 (Europa), 2020 (USA, Kanada)	✓	Firma od 2011 używa wyłącznie jaj z hodowli alternatywnych w produkcji w Europie.
Barilla	2019	✗***	Od lipca 2019 Grupa Barilla używa wyłącznie jaj z hodowli alternatywnych w produkcji we wszystkich krajach, w których prowadzi działalność.
Unilever	2020	✓	W 2020 firma wycofała 100% jaj z chowu klatkowego w Europie i Ameryce Północnej.
Iglotex	2020	✓	Firma w 2020 wycofała jaja z chowu klatkowego ze wszystkich swoich obszarów produkcyjnych.
Bahlsen	2020	✓	Firma informuje, iż jaja, których używa w produkcji, pochodzą od kur z chowu ściółkowego i wolnego wybiegu.
Ferrero	2020	✗***	Zgodnie z Ferrero Group Sustainability Report 2019, firma wycofała jaja pochodzące z hodowli klatkowej z procesu produkcji swoich produktów w Europie, co stanowi 95% jaj, które firma używa globalnie. Firma informuje, że jej obecnym zobowiązaniem jest pozyskiwanie tylko jaj i przetworów jajecznych z chowu bezklatkowego globalnie do 2025 roku.
Kraft Heinz	2020	✓	Firma informuje w raporcie ESG za rok 2020 ²⁵ , że nie używa jaj klatkowych w Europie i jest w trakcie wdrażania zobowiązania się do wycofania jaj klatkowych do 2025 roku na całym świecie.
Lubella	2021	✓	Firma rozpoczęła proces rezygnacji z używania jaj pochodzenia klatkowego grudniu 2020 roku i zakończyła go w marcu 2021.
Nestlé	2021	✓	W Europie, w tym również w Polsce, firma stosuje jaja pochodzące wyłącznie z chowu bezklatkowego.

* Źródło: <https://politykadobrostanu.pl/>

** Oświadczenie firmy jest transparentne, jednak nieopublikowane na oficjalnej stronie internetowej.

*** Polityka firmy Danone znajduje się na stronie angielskiej²⁶ podobnie firmy Barilla²⁷ i Ferrero²⁸.

RESTAURACJE, KAWIARNIE, CATERINGI, HOTELE

Do końca 2021 roku 43 restauracje, kawiarnie i cateringi oraz 18 hoteli i sieci hotelarskich zadeklarowało wyeliminowanie jaj pochodzących z chowu klatkowego ze wszystkich dań w swojej ofercie nie później niż do 2025 roku, publikując oświadczenie na swoich stronach internetowych lub w formie pisma. Restauracje, kawiarnie, cateringi oraz hotele deklarują wycofanie jaj świeżych, przetworzonych (masa jajowa, proszek jajeczny itp.) oraz półproduktów i produktów gotowych zawierających jaja pochodzące z hodowli klatkowych (produkty od zewnętrznych dostawców, np. ciasta, pieczywo, majonez i sosy z dodatkiem jajek itp.).

14 firm z 31 zaproszonych wzięło udział w ankiecie.

WYNIKI ANKIETY 2021

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Deklaracja jest pełna – dotyczy wszystkich używanych w działalności form jaj
Airport Hotel Okęcie	2022	✗*	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma wycofała jaja klatkowe we wszystkich formach w styczniu 2022 r.		
B&D Hotels	2025	✗*	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firmie udało się zmniejszyć ilość wykorzystywanych jaj z chowu klatkowego o 50 punktów procentowych. Już 80% zamawianych jaj całych stanowią jaja z hodowli alternatywnych, głównie z hodowli ekologicznej.		
Compass Group (Eurest Poland)	2025	✓	✗**
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma zredukowała ilość wykorzystywanych jaj klatkowych w przypadku jaj przetworzonych - obecnie ok. 40% stanowią jaja z hodowli alternatywnych. W przypadku jaj całych w dalszym ciągu 100% pochodzi z chowu klatkowego.		
Costa	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie używa jaj całych w skorupkach z chowu klatkowego. We wszystkich produktach słonych używane są jaja z wolnego wybiegu. Firmie pozostały jeszcze do wycofania produkty gotowe z jajkami klatkowymi.		
Da Grasso	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma wykorzystuje jedynie półprodukty zawierające jaja. Około 90% wykorzystywanych jaj przetworzonych pochodzi z hodowli alternatywnych. W 2021 r. firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego.		

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Deklaracja jest pełna – dotyczy wszystkich używanych w działalności form jaj
Grycan	2023	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma wyeliminowała całkowicie z użycia jaja całe z chowu klatkowego i planuje sukcesywnie zmniejszać ilość jaj przetworzonych z chowu klatkowego. W 2021 r. firma nie poczyniła jednak postępów w tym kierunku.		
Impel Catering	2025	✗*	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego.		
Lech Pizza Sp. z o.o. (Papa John's)	2023	✗*	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	W 2021 r. firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj pochodzenia klatkowego, ale wykorzystywane jaja przetworzone w 98% pochodzą z hodowli alternatywnych.		
McDonald's	2023	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Zgodnie z oświadczeniem firmy ²⁹ , McDonald's używa jaj świeżych z chowu ściółkowego. Nie używa jaj przetworzonych. Firma zobowiązała swoich dostawców produktów gotowych do rezygnacji z wykorzystania jaj z chowu klatkowego w dostarczanych jej produktach do 2023 roku. W roku 2021 r. firma nie poczyniła postępu w wycofywaniu jaj klatkowych.		
MJM Group S.A.	2025	✗*	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma zmniejszyła ilość wykorzystywanych jaj z chowu klatkowego o 20 punktów procentowych.		
New York Pizza Department i ŻarWOK	2022	✗*	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma zmniejszyła ilość wykorzystywanych jaj z chowu klatkowego o 97 punktów procentowych i planuje zakończyć proces wycofywania jaj klatkowych pod koniec 2022 roku.		
North Food	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma obecnie używa jedynie jaj całych pochodzenia ściółkowego (ok. 5%) i wolnowybiegowego (ok. 95%). Zgodnie z oficjalną deklaracją, firma pozostaje w procesie wycofywania jaj z chowu klatkowego będących składnikami produktów gotowych. W 2021 r. firma nie poczyniła postępów w tym zakresie.		

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Deklaracja jest pełna – dotyczy wszystkich używanych w działalności form jaj
Salad Story	2025	✗*	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma całkowicie wycofała jaja całe pochodzenia klatkowego – obecnie używa jaj z hodowli wolnowybiegowej. Zgodnie z oficjalną deklaracją, firma pozostaje w procesie wycofywania jaj z chowu klatkowego będących składnikami produktów gotowych.		
Telepizza	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	Firma wykorzystuje jedynie półprodukty zawierające jaja. Obecnie 100% produktów mających jaja w składzie, zawiera jaja z chowu klatkowego. W ciągu roku 2021 firma nie zredukowała użycia jaj klatkowych.		
Wojtex	2025	✓	✓
Postęp we wdrażaniu zobowiązania w roku 2021 (na podstawie odpowiedzi firm)	W ciągu roku 2021 firma nie zredukowała użycia jaj klatkowych.		

* Oświadczenie firmy jest niejasne pod względem używanych form jaj lub brak oświadczenia na stronie internetowej firmy.

** Zakres zobowiązania nie zgadza się z podanym zakresem używanych form jaj, sytuacja wymaga wyjaśnienia.

Restauracje, kawiarnie i cateringi oraz hotele, które nie używają już jaj klatkowych w Polsce i ogłosiły swój sukces przed tegorocznym badaniem

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie lub publikacji deklaracji	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Opis zobowiązania*
N31 Restaurant&Bar	2018	✓	Firma informuje, że jaja pochodzenia klatkowego nie są składnikiem żadnej potrawy serwowanej w restauracji.
Restauracja Polska Różana	2018	✓	Firma informuje, że jaja pochodzenia klatkowego nie są składnikiem żadnej potrawy serwowanej w restauracji.
Makarun Spaghetti and Salad	2018	✗**	Firma już teraz nie używa jaj (całych, proszku jajecznego czy masy jajecznej) pochodzących z hodowli klatkowej.
OptiDiet	2018	✓	W firmie nie używa się jaj z hodowli klatkowych w żadnej postaci (całych jaj, proszku jajecznego, płynnej masy jajecznej) i nigdy nie ulegnie to zmianie.
EtnoCafe	2018	✓	Jako pierwsza sieć kawiarni w Polsce, firma zrezygnowała z użycia jaj (całych jak i będących składnikami produktów gotowych) pochodzących z hodowli klatkowej.

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie lub publikacji deklaracji	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Opis zobowiązania*
Subway	2015 (Europa), 2025 (Ameryka Płn i Pd.)	✗***	W Europie firma używa tylko jajek i produktów jajecznych pochodzących z chowu wolnowybiegowego, w Ameryce Południowej i Północnej firma zadeklarowała wycofanie jajek z chowu klatkowego do 2025 roku.
New York Pizza Department	2019	✗**	Firma nie używa jaj z chowu klatkowego w żadnym z dań w menu.
Dominium	2019	✓	Firma nie używa jaj z chowu klatkowego w żadnej postaci od czerwca 2019 roku.
Meet&Fit, 7 Street Bar&Grill	2019	✓	Z końcem roku 2019 firma wycofała jaja z hodowli klatkowych w każdej postaci, jak informuje właściciel - również tych będących składnikiem panierki lub bułek.
Hevre	2020	✓	Restauracja już nie używa jaj z chowu klatkowego, od początku działalności wykorzystuje jaja z wolnego wybiegu.
Mo-ja Cafe & Bistro	2020	✓	Firma informuje, że nie używa i nigdy nie używała jaj pochodzących z hodowli klatkowych, zarówno w formie jaj całych, jak i jaj przetworzonych. Od początku swojej działalności korzystają wyłącznie z jaj z wolnego wybiegu.
Sodexo	2019	✗**	Polski oddział firmy zakończył proces wycofywania jaj „trójelek”.
Hotele Spa Dr Irena Eris	2019	✗**	Sieć informuje, że już teraz we wszystkich swoich placówkach wykorzystuje wyłącznie jaja z wolnego wybiegu oraz nie używa jaj z chowu klatkowego w żadnej formie (produktów jajecznych, ani jaj będących składnikami produktów gotowych).
B&B Hotels	2017	✗**	Sieć informuje, że od 1 grudnia 2017 roku w hotelach sieci serwowane są jedynie jaja od kur z chowu na wolnym wybiegu.
Hotel Manor House SPA	2015	✓	Firma informuje, że już w 2015 roku zrezygnowała z jaj od kur z chowu klatkowego, zastępując je jajami kur z wolnego wybiegu.
IBB Hotel Długi Targ	2019	✓	Firma zdecydowała o całkowitym wycofaniu jaj z chowu klatkowego z menu i sprzedawanych produktów - już teraz nie używa jaj z chowu klatkowego w żadnej formie (w tym jaj całych i jaj przetworzonych).
Hotel Gdańsk Brovarnia	2019	✗**	Firma informuje, że nie używa i nigdy nie używała jaj pochodzących z hodowli klatkowych, w formie zarówno jaj całych, jak i jaj przetworzonych.

Nazwa firmy	Data wdrożenia założeń deklaracji w życie lub publikacji deklaracji	Deklaracja jest transparentna i opublikowana na stronie firmy	Opis zobowiązania*
BP Polska (Wild Bean)	2019	✓	Firma od ponad trzech lat nie używa do produkcji produktów WBC jaj z chowu klatkowego.
AmRest Coffee (Starbucks)	2020	x**	Firma całkowicie wycofała jaja pochodzenia klatkowego ze swoich kawiarni – zarówno w formie jaj całych, przetworzonych, jak i produktów gotowych zawierających jaja.
Caffe Nero	2020	x****	Zgodnie z Egg Track Report 2020, w Europie firma używa jaj całych jedynie z hodowli alternatywnych. Brak dokładnych danych dotyczących Polski.
Pizzeria Presto	2021	x**	Firma informuje, że w styczniu 2021 całkowicie wycofała z użycia jaja całe z hodowli klatkowej.

* źródło: <https://politykadobrostanu.pl/>

** Oświadczenie firmy jest transparentne, jednak nieopublikowane na oficjalnej stronie internetowej.

*** Polityka firmy Subway znajduje się jedynie na międzynarodowej stronie internetowej³⁰.

**** Polityka firmy Caffe Nero znajduje się jedynie na międzynarodowej stronie internetowej³¹.

Jak wynika z przeprowadzonej ankiety, **część firm wprowadziła lub zamierza wprowadzić zmiany wcześniej, niż pierwotnie zakładano:**

- Pierwszą dużą siecią handlu detalicznego, która wdrożyła w życie decyzję o wycofaniu jaj „trójek” w skorupkach ze swoich półek była sieć **Netto Polska**. Informacja o wycofaniu jaj z chowu klatkowego przez Netto pojawiła się już w grudniu 2021 r.³²
- Kolejny sprzedawca to Jeronimo Martins (Biedronka), który na początku 2021 r. zrezygnował z jaj klatkowych w ponad 150 sklepach swojej sieci na terenie Warszawy, a **w styczniu 2022 r. ogłosił pełne wycofanie jaj klatkowych ze wszystkich sklepów sieci Biedronka**.³³
- W tym samym czasie o rezygnacji z jaj z chowu klatkowego poinformowało **MAKRO Polska** - od stycznia 2022 r. w ofercie sieci pozostaną tylko jaja z chowu ściółkowego, ekologicznego i wolnego wybiegu³⁴. Oznacza to przyspieszenie deklarowanego przez firmę procesu o aż 3 lata.

- Również z 3-letnim wyprzedzeniem, z końcem lutego 2022 roku, proces wycofywania „trójek” zakończyła firma **U Jędrusia**.
- Sieć sklepów **Kaufland** zakończyła proces rezygnacji ze świeżych jaj z chowu klatkowego z końcem marca 2022 roku.³⁵
- Firma **Świeże i Zielone** deklaruje jako najpóźniejszy termin rok 2024, z zastrzeżeniem, że może nastąpić to wcześniej, jeżeli będą się tego domagać odbiorcy.
- Marka **Lubella** zakończyła proces wycofywania jaj z chowu klatkowego w marcu 2021 roku.
- Sieć **Żabka** całkowicie zrezygnowała ze sprzedaży jaj pochodzenia klatkowego już w kwietniu 2022 roku.

3.2. PRZESZKODY W WYCOFANIU JAJ Z CHOWU KLATKOWEGO

Wśród napotkanych przez firmy trudności spowalniających wycofywanie jaj klatkowych, najczęściej wymieniana była niższa dostępność i wyższa cena jaj z hodowli alternatywnych oraz powolne tempo zmian w produkcji czy inwestycji w hodowlę bezklatkowe. Nie bez znaczenia był też ogólny wzrost cen na rynku spowodowany sytuacją gospodarczą kraju i trwającą pandemią.

Jak wskazują firmy, zauważalna jest **zwiększona świadomość zarówno wśród konsumentów, jak i producentów jaj** oraz ich otwartość na zmiany. Szereg czynników spowalnia jednak proces wycofywania jaj pochodzenia klatkowego.

Tempo zmian w produkcji i inwestycji w hodowlę alternatywną jest zbyt powolne, co przekłada się na **zbyt małą podaż jaj oraz ich wysoką cenę**. To właśnie koszt i dostępność jaj z chowu alternatywnego oraz produktów na ich bazie były wymieniane jako najczęstsze trudności w rezygnacji z tzw. jaj „trójek”. Wiele firm wskazywało na niewystarczającą ilość jaj z chowu ściółkowego i z wolnego wybiegu u dostawców oraz trudności w znalezieniu dostawcy oferującego półprodukt jajeczny na bazie jaj z chowu alternatywnego. Wiąże się to z zagrożeniem ciągłości dostaw oraz niedostępnością jaj dla klientów. Sieci detaliczne zauważają, że **przeszkodą na drodze do pozyskania odpowiedniej ilości jaj z systemów alternatywnych jest czas potrzebny producentom jaj, by dostosować produkcję i zrealizować niezbędne w tym celu inwestycje**.

Analizując postępy w wycofywaniu jaj klatkowych przez firmy w 2021 r. nie można przemilczeć roli, jaką odgrywa **aktualna sytuacja społeczno-gospodarcza w kraju**. Jak wskazuje firma Jeronimo Martins (Biedronka): „rosnąca inflacja, koszty energii oraz ogólne koszty produkcji spowalniają zmianę, zarówno po stronie producentów jaj i surowców pochodnych, ale również producentów żywności zawierającej jaja lub pochodne w składzie.” Fanex Sp. z o.o. podkreśla, że „mierzymy się z niespotykaną skalą inflacji na rynku na wszystkie artykuły, wynosząca do 30% na surowce i 60% na opakowania.”

Część sieci handlowych biorących udział w badaniu wskazała także na **potrzebę dalszego informowania społeczeństwa o warunkach hodowli kur** i uświadamiania różnic pomiędzy hodowlą klatkową a alternatywną.

FIRMY, KTÓRE NIE UDZIELIŁY ODPOWIEDZI NA NASZĄ ANKIETĘ

SIECI DETALICZNE I HURTOWE:

✕ POLOmarket, Spar, Chata Polska, PRIM, Dino, Małopolska Spółdzielnia Handlowa Wizan, FRAC, Intermarche, E.Leclerc, Eurocash, Centrum Handlowe JAN

PRODUCENCI ŻYWNOSCI:

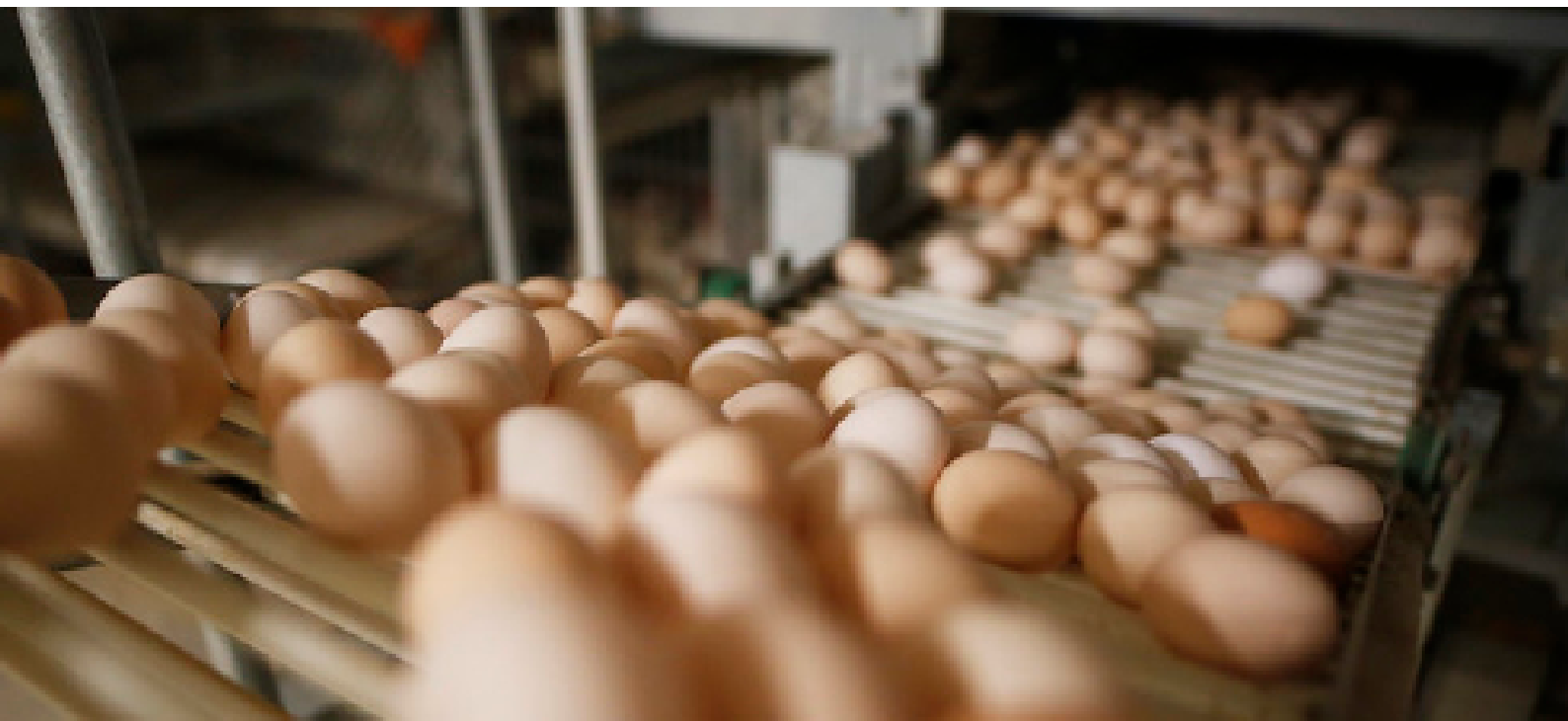
✕ Tarsmak, Putka, Mars-Waldi, Lesaffre Polska SA, Contimax, Puratos, Poznańska Wytwórnia Wyrobów Spożywczych PEGAZ, Tiramisu, Unipol Wypieki, Nowakowski Gorąco Polecam, Mamut, Spółdzielnia Piekarsko-Ciastkarska w Warszawie, Przedsiębiorstwo Przemysłu Mięsnego Taurus, Mieszko, Dr Gerard, Wawel, Kotaniec

RESTAURACJE, KAWIARNIE I CATERINGI:

✕ Sfinks Polska, Columbus Coffee, ISS World, Manekin, Grupa Baltona, Carte d'Or Cafe, Bobby Burger, Lagardere Travel Retail, Mex Polska, Domino's

HOTELE:

✕ Picaro (Citronex), Accor Group, Vienna House, Louvre Hotels Group



4

PERSPEKTYWA POLSKICH PRODUCENTÓW JAJ

Podstawą rynku jajecznego w Polsce są producenci jaj. Ze względu na ich niezwykle istotną rolę w transformacji polskiej hodowli na bezklatkową, celem szerszego przedstawienia ich perspektywy, Stowarzyszenie Otwarte Klatki zaprosiło do wypowiedzi w tegorocznym raporcie reprezentanta branży – **Aktiw Sp. z o.o.**

Poniżej wywiad, którego udzielił **Adrian Wyrwiński, Prezes Zarządu firmy Aktyw Sp. z o.o., właściciel marki „Kotlina Natury”**.



WYWIAD – AKTIW

Otwarte Klatki: *Jaką część Państwa produkcji stanowi produkcja jaj w systemach alternatywnych (ściółkowy, wolnowybiegowy, ekologiczny) i co wpłynęło na kształt Państwa obecnej struktury produkcji? Jak przewiduje Pan, że ta struktura będzie się zmieniać w najbliższych latach?*

Adrian Wyrwiński: Obecnie już ponad połowę wytwarzanych przez Aktyw jaj stanowi produkcja alternatywna. W dalszym rozwoju chcemy koncentrować się na produkcji jaj z wolnego wybiegu. Oczywiście podstawowym produktem pozostaną jaja ściółkowe. **Co ważne, możemy zadeklarować, że już na początku 2023 zrezygnujemy zupełnie z produkcji klatkowej, będziemy wyłącznie producentem jaj alternatywnych!**

OK: *Czy warto według Pana inwestować w rozwój hodowli alternatywnej i zmniejszać udział hodowli klatkowej?*

AW: Ten kierunek podkreślałem już wielokrotnie. Jako Aktyw i właściciel marki Kotlina Natury od lat promujemy hodowlę alternatywną. Warto inwestować w tę produkcję.

OK: *Jakie są według Pana największe trudności w transformacji hodowli w Polsce na bezklatkową? Jakie widzi Pan rozwiązania lub jak radzą sobie Państwo z trudnościami?*

AW: Trudności jest wiele i występują na kilku obszarach: inwestycje – wymagane potężne środki finansowe, zarządzanie – hodowla alternatywna wymaga zdecydowanie wyższych kompetencji i innej wiedzy niż produkcja klatkowa, świadomość klientów – powinniśmy edukować klientów w zakresie różnic pomiędzy poszczególnymi chowami.

OK: W Unii Europejskiej prowadzone są prace nad wprowadzeniem zakazu chowu klatkowego od 2027 roku. Jak zapatruje się Pan na nadchodzące zmiany? Czy są Państwo gotowi na całkowite przejście na hodowle alternatywne w najbliższych latach?

AWi: Jak już wspominałem wcześniej, jesteśmy w 100% gotowi. Pomimo tego jestem przeciwny narzucaniu odgórnych regulacji tego typu. Uważam, że rynek powinien kształtować popyt i podaż. Dopuszczam zakaz chowu klatkowego w najbliższym 10-leciu, mam jednak nadzieję, iż oznacza on zakaz nowej produkcji klatkowej, a nie likwidację już istniejących inwestycji, za które długi często nie zostały jeszcze spłacone.

PLANOWANE INWESTYCJE NAJWIĘKSZYCH PRODUCENTÓW JAJ

W roku 2020 Stowarzyszenie Otwarte Klatki przeprowadziło spotkania z 5 przedstawicielami polskich producentów jaj dysponujących największą maksymalną pojemnością zakładu pod względem liczby ptaków przebywających w nim jednocześnie, zgodnie z Wykazem podmiotów zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 852/2004 - Fermy jaj konsumpcyjnych³⁶. Następnym spotkań było badanie ankietowe, którego wyniki pokazały, że najwięksi producenci **są świadomi i reagują na zmiany w branży spożywczej** dotyczące odejścia od jaj pochodzenia klatkowego. Pięciu producentów, w tym **Fermy Drobiu Woźniak, Fermy Drobiu Mizgier, Polskie Fermy Grupa Producentów Sp. z o.o., Aktyw Sp. z o.o. oraz PW Amigo**, w ankiecie z 2020 roku oświadczyło, że **nie planuje już żadnych inwestycji w chów klatkowy**.



5

ZMIANY NA RYNKU ŚWIATOWYM

Trend wycofywania jaj z chowu klatkowego występuje w Polsce i w znacznej części świata. Duży wpływ na globalne zmiany ma międzynarodowa koalicja Open Wing Alliance³⁷, której celem jest zakończenie hodowli klatkowej kur niosek na całym świecie. Koalicja zrzesza ponad 80 organizacji prozwierzęcych.

5.1. DEKLARACJE WYCOFANIA JAJ KLATKOWYCH NA ŚWIECIE

Według danych Chicken Watch ze stycznia 2022 roku **ponad 2200 firm z różnych branż** (catering, hotele, producenci żywności, restauracje, sieci sklepów spożywczych, hurtownie, producenci jaj i produktów jajecznych) **zdecydowało się na rezygnację z jaj i/lub produktów jajecznych pochodzenia klatkowego**³⁸.

Polityki globalne, czyli obejmujące wszystkie lokalizacje danej firmy, przyjęły już 124 firmy. Jest to niezwykle ważne, ponieważ pozwala na wprowadzanie równomiernych zmian w zakresie poprawy dobrostanu zwierząt na całym świecie. Polityki globalne ukazują także spójne i całościowe podejście firm do problemu dobrostanu zwierząt.

Korporacyjni giganci po stronie zwierząt

W 2021 roku 17 dużych firm ogłosiło globalne polityki rezygnacji z jaj klatkowych, w tym Carrefour, Groupe Le Duff, Inspire Brands, Minor Hotels, Papa John's Pizza, Yum! Brands (KFC, Pizza Hut, Taco Bell) i Restaurant Brands International (Burger King). Międzynarodowe zobowiązania firm Danone oraz Hormel Foods zostały wypełnione - we wszystkich krajach działania tych firm nie używa się już jaj z chowu klatkowego³⁹.

W poprzednich latach globalną politykę dobrostanu wydały m.in. Grupa Metro, Lindt, The Hershey Company, Radisson, Chipita, Wyndham Hotels & Resorts oraz Wyndham Destinations, Best Western, Hilton oraz Danone, Nestlé, Kraft Heinz czy Pepsico. **Decyzje korporacyjnych gigantów jednoznacznie pokazują, jak silny jest trend rezygnacji z jaj „trójek” na światowym rynku.**

Deklaracje wycofania jaj „3” na świecie

Coraz więcej międzynarodowych firm poszerza zakres swoich polityk tak, aby obejmowały również kraje, w których dotychczas stosunkowo mała liczba firm zobowiązała się do rezygnacji z jaj pochodzenia klatkowego. W ostatnich latach swoją politykę rozszerzyły np. Grupa Metro (w Polsce – Makro) – zobowiązując się wycofać jaja klatkowe z oferty **w Rosji i Ukrainie** do 2025 roku oraz **w Indiach i Chinach** do 2027 roku⁴⁰, Tesco – zobowiązując się wycofać świeże jaja klatkowe w swoich sklepach w **Malezji i Tajlandii** do roku 2028⁴¹, Subway – zobowiązując się wycofać jaja klatkowe

z łańcucha dostaw do roku 2025 w **Singapurze, Malezji, Tajlandii, Wietnamie, Tajwanie, Korei Południowej i na Filipinach**⁴², Auchan – zobowiązując się do rezygnacji ze sprzedaży jaj świeżych klatkowych do roku 2025 w **Tajwanie**⁴³ oraz Carrefour – zobowiązując się do wycofania jaj świeżych klatkowych do 2028 roku w **Argentynie**⁴⁴.

Zobowiązania i postęp producentów jaj

Już **93 producentów jaj na świecie** zobowiązało się do wprowadzenia zmian w produkcji w systemie klatkowym na rzecz systemów alternatywnych⁴⁵. Są to firmy należące do krajowych czołówek producentów jaj, np. we Francji – **Avril Group**, w Wielkiej Brytanii – **Noble Foods**, w Norwegii – **Nortura**, czy w Stanach Zjednoczonych – **Rose Acre Farms i Hillandale Farms**.

Na początku roku 2021 do producentów wprowadzających zmiany w systemie hodowli kur dołączył **największy producent jaj i produktów jajecznych w Europie Północnej, Balticovo**, zobowiązując się do wycofania systemów klatkowych do 2026 roku⁴⁶. Jest to także największy producent jaj na Łotwie.

Producenci jaj zobowiązują się maksymalnie do 2026 roku do całkowitej rezygnacji 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.



5.2. PERSPEKTYWY I ZMIANY LEGISLACYJNE NA ŚWIECIE. ZMIANY W ŚWIATOWEJ STRUKTURZE PRODUKCJI JAJ

Zmiany legislacyjne

Działania w kierunku całkowitego zakończenia hodowli klatkowej drogą prawną prowadzone są na całym świecie. Najbardziej widoczne są jednak nadal w Europie i Stanach Zjednoczonych.

W **Luksemburgu**⁴⁷, **Szwajcarii**⁴⁸ i **Austrii**⁴⁹ nie produkuje się już jaj w hodowli klatkowej. W **Czechach** zakaz hodowli klatkowej wchodzi w życie od 2027 roku⁵⁰, w **Niemczech** – od 2025 roku⁵¹, w **Regionie Walońskim Belgii** – od 2028 roku⁵². W **Słowacji** rząd i organizacje branżowe podpisały memorandum o zaprzestaniu wykorzystywania klatek w hodowli kur do 2030 roku⁵³. Dodatkowo we **Francji** rząd zadeklarował wycofanie ze sklepów jajek pochodzenia klatkowego do 2022 roku⁵⁴. W dziewięciu stanach Stanów Zjednoczonych wprowadzane są zakazy hodowli klatkowej niosek i sprzedaży jaj z chowu klatkowego: w **stanach Kalifornia**⁵⁵, **Massachusetts**⁵⁶ i **Nevada**⁵⁷ – od roku 2022, w **stanach Oregon**⁵⁸ i **Waszyngton**⁵⁹ – od 2024, w **stanach Kolorado**⁶⁰, **Michigan**⁶¹ i **Utah**⁶² – od 2025, w **stanie Rhode Island**⁶³ – od 2026. W Indiach, kraju będącym jednym z największych producentów jaj na świecie, wyrokiem Sądu Najwyższego pod koniec 2018 roku zakazano produkcji jaj w systemie chowu klatkowego w stosunku do nowych inwestorów w branży⁶⁴.

CO PRZYNIÓSŁ ROK 2021?

Kolejne zmiany prawne w Stanach Zjednoczonych

W ubiegłym roku w stanach Utah i Nevada wprowadzono zakaz hodowli klatkowej niosek, wprowadzając jednocześnie nowy standard i jednoznacznie wykluczając **wykorzystanie systemu combi**, zapewniając prawdziwie bezklatkową hodowlę kur. **Podobne regulacje wprowadzono już w dziewięciu stanach, z czego siedem zakazuje nie tylko produkcji, ale także sprzedaży jaj pochodzących z hodowli klatkowej.** W Kalifornii i Massachusetts całkowity zakaz produkcji i sprzedaży jaj pochodzących z hodowli klatkowej planowany jest na początek 2022 roku⁶⁵.

Zakaz hodowli klatkowej w Czechach

W 2021 roku Senat Parlamentu Republiki Czeskiej przegłosował zakaz hodowli klatkowej kur niosek od 2027 roku. W momencie wprowadzenia regulacji 4,5 miliona kur w Czechach hodowanych było w systemach klatkowych, co czyni tę zmianę legislacyjną znaczącą z punktu widzenia poprawy dobrostanu niosek. Za wprowadzeniem zmian głosowało 53 ze 101 parlamentarzystów⁶⁶.

Zakaz hodowli klatkowej w całej Unii Europejskiej coraz bliżej

Rok 2021 w Unii Europejskiej był zdominowany przede wszystkim przez inicjatywę „Koniec Epoki Klatkowej” (End the Cage Age), zainicjowaną w Parlamencie Europejskim przez międzynarodową organizację Compassion in World Farming (CIWF), przy wsparciu 170 organizacji prozwierzęcych działających na terytorium Unii Europejskiej. W zbieraniu podpisów pod Inicjatywą wzięło udział 7 krajów członkowskich.

Ilość zebranych podpisów pod projektem wskazuje na fakt, iż **świadomość obywateli Unii Europejskiej w zakresie chowu przemysłowego (w tym klatkowego) zwierząt rośnie, a sprawa dobrostanu zwierząt hodowlanych nabiera dla nich coraz większego znaczenia.**

W odpowiedzi na inicjatywę „Koniec Epoki Klatkowej” eksperci Parlamentu Europejskiego opublikowali raport przedstawiający alternatywy dla chowu klatkowego. **Większość ekspertów stwierdza, że przejście na hodowlę bezklatkową jest możliwe do zrealizowania i nie stworzy problemów dotyczących zrównoważonego rozwoju**⁶⁷.

Więcej o inicjatywie w dedykowanym rozdziale na stronie 40.

Zmiany w światowej strukturze produkcji jaj

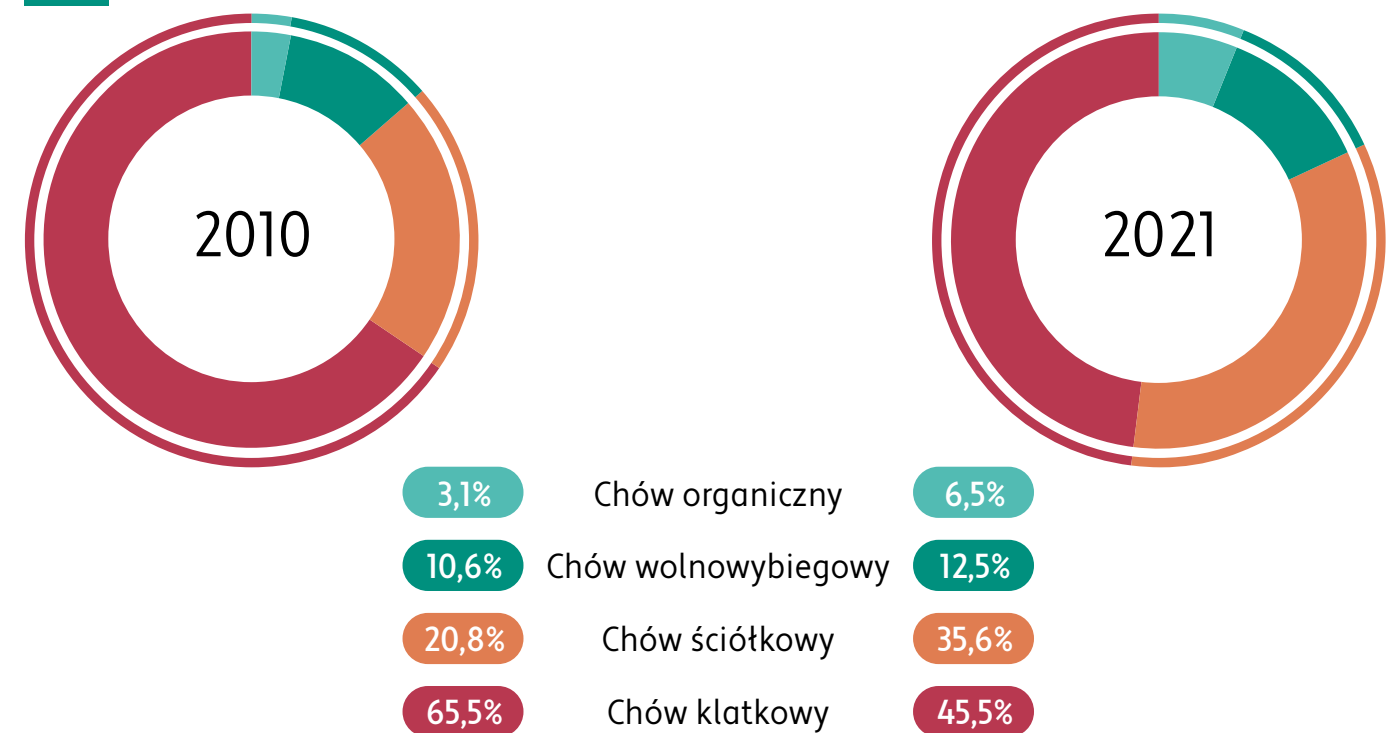
Na świecie sukcesywnie zachodzą zmiany w strukturze produkcji jaj i produktów jajecznych. Coraz większy procent produkcji opiera się na systemie bezklatkowym. Zmiany zachodzą w różnym tempie w różnych krajach, ale w skali europejskiej są zdecydowanie widoczne.

Zgodnie z danymi Marktbilanz Eier und Geflügel (MEG) z 2012 r. w 2010 roku w całej Unii Europejskiej 65,5% kur niosek trzymano w hodowli klatkowej⁶⁸. **W roku 2021 liczba kur hodowanych w systemach klatkowych w Unii Europejskiej stanowiła 45,5% kur we wszystkich systemach. Tym samym większość kur w Unii Europejskiej hodzi się w systemach alternatywnych – według aktualnych danych to 54,5%, czyli 205,7 milionów kur.** Porównując dane z 2021 i 2020 roku, hodowla klatkowa zmniejszyła się o 3,5%.

Zgodnie z danymi Departamentu Rolnictwa Stanów Zjednoczonych w roku 2021 29,3% kur w tym kraju utrzymywanych było w hodowli innej niż klatkowa. W 2016 roku było to 12%, a kilka lat wcześniej tylko 4%. Wzrost liczby kur utrzymywanych w hodowli alternatywnej, a zatem ilości jaj i produktów jajecznych pochodzenia nieklatkowego, wzrósł proporcjonalnie do pojawiających się w tym czasie deklaracji firm o wycofaniu jaj klatkowych. **Departament przewiduje, że aby zaspokoić przewidywany popyt, do 2026 roku już około 64% kur powinno być utrzymywanych w alternatywnych systemach hodowli**⁷⁰.

Struktura chowu kur niosek w Unii Europejskiej

#14 Struktura chowu kur niosek w Unii Europejskiej



Źródło: MEG 2012, Komisja Europejska 2021

„Koniec Epoki Klatkowej” („End the Cage Age”) to europejska inicjatywa obywatelska wzywająca Komisję Europejską do podjęcia działań legislacyjnych, które wprowadzałyby zakaz wykorzystywania klatek w chowie zwierząt gospodarskich. Obecnie ponad 300 milionów zwierząt hodowlanych w Unii Europejskiej większą część swojego życia spędza w klatkach.

Inicjatywa została formalnie zarejestrowana we wrześniu 2018 roku. Zakłada ona wprowadzenie przepisów zabraniających stosowania:

- klatek dla kur niosek, królików, młodych kur, brojlerów hodowlanych, kur niosek hodowlanych, przepiórek, kaczek i gęsi,
- legowisk dla loch karmiących,
- zagród dla loch,
- indywidualnych zagród dla cieląt.

Twórców inicjatywy poparło ponad 170 organizacji pozarządowych z całej Unii Europejskiej. **Wspólnymi siłami zebrano prawie 1,4 miliona podpisów zweryfikowanych sygnatariuszy będących obywatelami Unii Europejskiej. W Polsce pod inicjatywą podpisało się 78 tysięcy osób⁷¹.** Ilość zebranych podpisów wskazuje na fakt, iż świadomość obywateli Unii Europejskiej w zakresie chowu przemysłowego (w tym klatkowego) zwierząt rośnie, a sprawa dobrostanu zwierząt hodowlanych nabiera dla nich coraz większego znaczenia.

Poparcie Parlamentu Europejskiego

10 czerwca 2021 roku Parlament Europejski przyjął rezolucję w sprawie europejskiej inicjatywy obywatelskiej „End the Cage Age – Koniec Epoki Klatkowej”. Rezolucja została przyjęta zdecydowaną większością 558 głosów, przy zaledwie 37 głosach przeciw oraz 85 wstrzymujących się. Parlamentarzyści UE zgodzili się co do konieczności zakończenia hodowli klatkowej zwierząt hodowlanych⁷².

Odpowiedź Komisji Europejskiej

30 czerwca 2021 roku Komisja Europejska postanowiła przychylić się do wniosku inicjatorów „Końca Epoki Klatkowej” i przedstawiła plany dotyczące wprowadzenia zakazu hodowli klatkowej dla wszystkich zwierząt wymienionych w inicjatywie. Wniosek ustawodawczy ma pojawić się pod koniec 2023 roku. Będzie on częścią planowanego przeglądu unijnych przepisów dotyczących dobrostanu zwierząt. Tym samym potencjalny zakaz stosowania klatek z odpowiednim okresem przejściowym ma wejść w życie w 2027 roku.

W Komunikacie Komisji możemy znaleźć informację, że „przejsie na bardziej etyczne i zrównoważone systemy hodowli, które należy osiągnąć m.in. na podstawie nowych przepisów dotyczących dobrostanu zwierząt” jest wysokim priorytetem. Unia Europejska zwróci uwagę również na to, w jakich warunkach hodowane są zwierzęta, od których pochodzą produkty importowane do Wspólnoty.

Komisja Europejska zaznaczyła, że dobrostan zwierząt wpływa na jakość żywności i tym samym na zdrowie ludzi. Jako przykład podano związek między niższym poziomem stresu u kur niosek a mniejszym występowaniem salmonelli w stadach. Ponadto, polepszenie warunków życiowych zwierząt wpływa na poprawę ich zdrowia i zmniejsza zapotrzebowanie na leki. Dzięki temu spowalniany jest ewentualny rozwój mikroorganizmów opornych na środki przeciwdrobnoustrojowe.

W dokumencie zwrócono również uwagę na społeczne poparcie dla inicjatyw związanych z poprawą dobrostanu zwierząt. Konsumenci chcą mieć dostęp do wiedzy na temat tego, z jakiej hodowli pochodzi kupowana przez nich żywność.

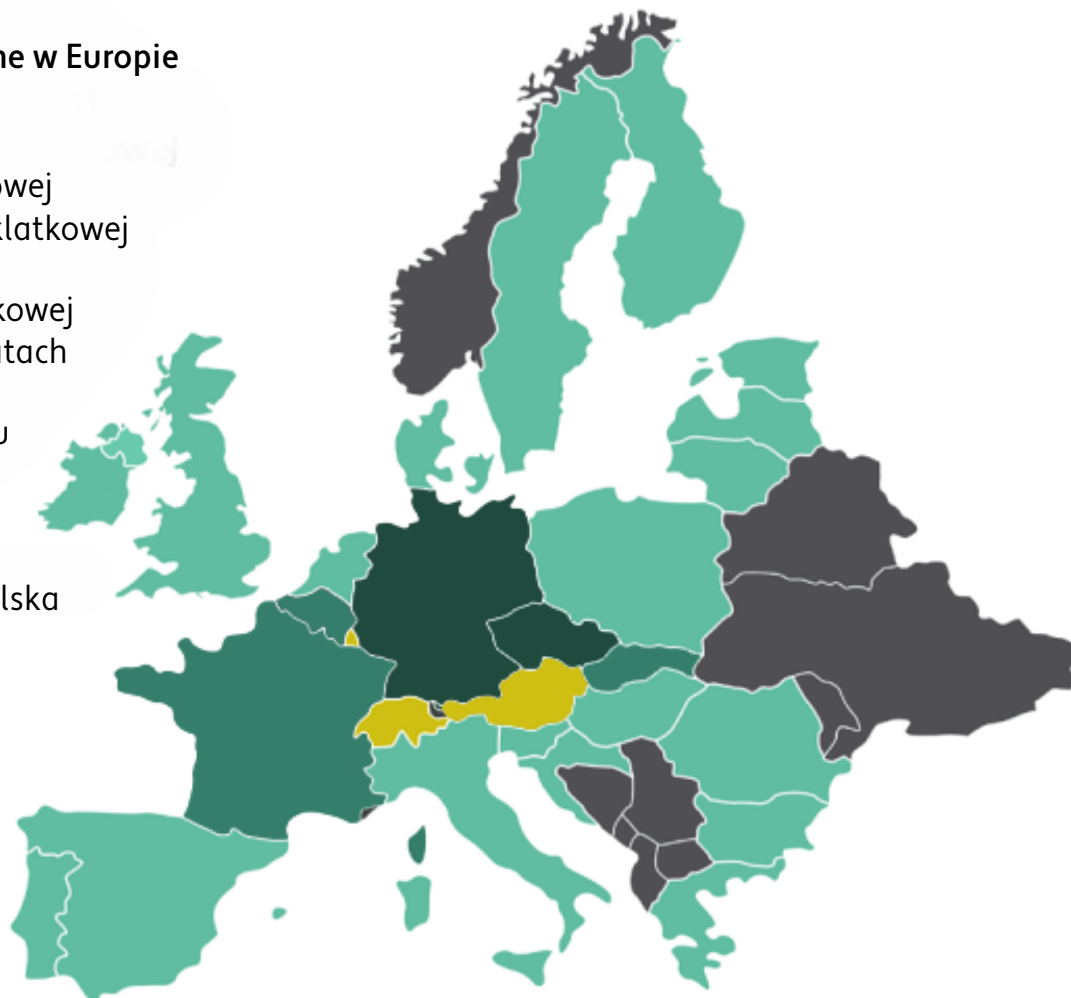
Wprowadzenie zmian będzie dla producentów dużym wyzwaniem, jednak może się wiązać z poprawą reputacji w społeczeństwie oraz zwiększeniem popytu na wytwarzaną przez nich żywność. Dzięki wprowadzonym innowacjom zwiększa się ochrona zasobów, co finalnie przyczynia się do zmniejszenia utraty różnorodności biologicznej⁷³.

W roku 2021 Komisja Europejska prowadziła dwie konsultacje publiczne dotyczące unijnego prawodawstwa dotyczącego dobrostanu zwierząt. Pierwsza z nich stanowiła ocenę obecnych przepisów UE. Celem drugiej konsultacji było dokonanie przeglądu tych przepisów i zbadanie różnych możliwości radzenia sobie z niedociągnięciami stwierdzonymi podczas uprzedniej konsultacji. W ostatniej konsultacji, zakończonej w styczniu 2022 roku, wzięło udział ponad 50 tys. obywateli UE⁷⁴.



#15 Zmiany legislacyjne w Europie

- brak hodowli klatkowej lub zakaz hodowli klatkowej
- zakaz hodowli klatkowej w nadchodzących latach
- perspektywa zakazu hodowli klatkowej
- Europejska Inicjatywa Obywatelska



Odpowiedź państw członkowskich na Koniec Epoki Klatkowej

19 lipca 2021 roku odbyło się spotkanie ministrów rolnictwa UE-27. Komisja Europejska przedstawiła na nim swoje niedawno ogłoszone zobowiązanie do podjęcia pracy nad wprowadzeniem zakazu stosowania klatek w hodowlach. Ministrowie wyrazili poparcie dla inicjatywy, jednak zaznaczyli, że zastosowanie zakazu będzie wymagało przeprowadzenia wielu badań oraz zaproponowania dodatkowego wsparcia finansowego dla rolników. Zaznaczono, że nadchodząca ocena skutków powinna uwzględniać różnice pomiędzy państwami. Parlamentarzyści zwrócili również uwagę na istotność ustalenia realistycznych terminów wdrożenia nowych wymogów⁷⁵.



7

WNIOSKI I PROGNOZY

POLSCY KONSUMENTY SĄ ŚWIADOMI REALIÓW CHOWU KLATKOWEGO I OCZEKUJĄ ZMIAN

Badania opinii społecznej dot. hodowli klatkowej kur oraz jaj z niej pochodzących, wskazują na **nieustannie rosnącą świadomość społeczną na temat realiów chowu klatkowego i znaczące poparcie dla odejścia od tego rodzaju hodowli**. Zgodnie z badaniami Centrum Badawczo-Rozwojowego Biostat przeprowadzonymi w lutym 2022 roku, 81% ankietowanych jest zdania, że hodowanie kur w klatkach nie zapewnia im odpowiednich warunków do życia. **Ponad 60% Polaków popiera wprowadzenie w Polsce całkowitego zakazu tego rodzaju hodowli kur.**

Poglądy Polaków na temat chowu klatkowego znajdują swoje odzwierciedlenie w ich nawykach zakupowych oraz oczekiwaniach wobec wspieranych przez nich marek. Aż 43,7% społeczeństwa deklaruje, że nie kupuje jaj klatkowych, a 62,5% ankietowanych oczekuje od firm spożywczych wycofania z oferty i łańcucha produkcji. Sprzedaż jaj „2”, „1” i „0” widocznie wzrasta i już w siedmiu sieciach handlu detalicznego stanowi ponad połowę całkowitej sprzedaży jaj świeżych.

Dla 72,5% Polaków pochodzenie jaj jest istotne również przy wyborze dań oraz gotowych produktów spożywczych. Ponad 70% badanych uważa, że w restauracjach i na opakowaniach produktów powinny być dostępne informacje o tym, skąd pochodzą użyte w nich jaja. **To jasny sygnał dla producentów żywności oraz restauratorów, aby wprowadzać zmiany w swoich łańcuchach dostaw i produkcji, a także informować o nich konsumentów.**

Tym, co powstrzymuje część Polaków przed zakupem jaj z hodowli alternatywnych jest najczęściej ich wyższa cena i utrudniona dostępność. Kwestie te powinny zostać rozwiązane wraz z dalszym wdrażaniem deklaracji wycofania jaj tzw. „trójkę” przez firmy oraz inwestycjami producentów jaj w hodowlę alternatywną.

FIRMY Z SUKCESEM WYCHODZĄ NAPRZECIW OCZEKIWANIOM KONSUMENTÓW

Do końca 2021 roku ponad 140 firm działających w Polsce podjęło oficjalne decyzje o rezygnacji z jaj pochodzenia klatkowego. **Już 38 firm wdrożyło swoje zobowiązania w życie.** Wśród firm, które wzięły udział w naszej ankiecie, zdecydowana większość intensywnie pracuje nad wycofaniem jaj klatkowych z produkcji lub oferty.

Zmiany w kierunku rezygnacji z jaj klatkowych szczególnie widoczne są w branży handlowej. **Największa sieć handlu detalicznego - Biedronka, całkowicie wycofała świeże jaja klatkowe ze swojej oferty na początku roku 2022.** Z końcem pierwszego kwartału ma również wyeliminować jaja „3” z produkcji produktów gotowych marki własnej zawierających jaja w składzie. Sieć Netto ogłosiła zaprzestanie sprzedaży jaj z chowu klatkowego już w listopadzie 2021 roku, stając się pierwszą wielkoformatową siecią handlu detalicznego w Polsce, która wycofała ten rodzaj jaj ze swoich półek. Sieć handlu hurtowego - Makro, również wycofała jaja klatkowe w styczniu 2022 roku. Sieci Kaufland i Żabka wycofały świeże jaja klatkowe z końcem marca 2022 roku.

Postęp w wycofywaniu jaj z chowu klatkowego w roku 2021 zaraportowała ponad połowa (ok. 52%) firm posiadających politykę rezygnacji z tego typu jaj. Transparentne raportowanie postępu realizacji zobowiązań jest niezwykle ważnym elementem strategii odpowiedzialnych społecznie firm. Dlatego istotne jest, by w przyszłym roku jeszcze większa liczba firm z taką polityką poinformowała konsumentów o swoim postępie, biorąc udział w ankiecie lub publikując stosowną informację poprzez swoje kanały informacyjne.

WYZWANIA NA DRODZE DO REZYGNACJI Z JAJ KLATKOWYCH I MOŻLIWE ROZWIĄZANIA

Najczęściej zgłaszanymi przeszkodami w procesie wdrażania zmian przez firmy jest zbyt wolne tempo zmian w produkcji i inwestycji w hodowlę alternatywną. To zjawisko prowadzi do niższej dostępności jaj i produktów z hodowli alternatywnych na rynku oraz do ich wysokiej ceny. Producenci żywności wskazują na trudności w znalezieniu dostawców oferujących półprodukty jajeczne na bazie jaj z chowu alternatywnego. Firmy zauważają również, że aktualna sytuacja społeczno-gospodarcza, rosnąca inflacja oraz wysokie koszty energii zdecydowanie utrudniają proces rezygnacji z jaj klatkowych.

Producenci jaj wykazują gotowość do zmian. Wskazują jednak na potrzebny czas i inwestycje finansowe niezbędne do dostosowania systemów hodowli do produkcji bezklatkowej. Aby proces zmian w produkcji jaj w Polsce przebiegł sprawnie, zapewniając przy tym silną konkurencyjność polskich producentów na arenie międzynarodowej, potrzebne będzie finansowe wsparcie, celem zminimalizowania kosztów inwestycji. Producenci podnoszą, że hodowla alternatywna wymaga wyższych kompetencji pracowników i umiejętności zarządzania hodowlą niż hodowla klatkowa.

Sygnalizowana jest także potrzeba dalszego informowania społeczeństwa o warunkach hodowli kur i uświadamiania różnic pomiędzy hodowlą klatkową a alternatywną.

JAKA BĘDZIE WYGLĄDAĆ STRUKTURA HODOWLI KUR NIOSEK W 2025?

Struktura systemu hodowli kur ulega wyraźnym zmianom. W Polsce nadal dominuje klatkowy chów kur, jednak **dynamicznie rośnie udział alternatywnych systemów chowu.** Od roku 2014 udział hodowli klatkowej sukcesywnie spada i w 2022 roku spadł już poniżej 76%.

W roku 2021 liczba kur hodowanych w systemach klatkowych w Unii Europejskiej stanowiła 45,5% kur we wszystkich systemach. Tym samym **większość kur w Unii Europejskiej hodzi się w systemach alternatywnych.**

Najwięksi producenci jaj w Polsce nie inwestują w hodowlę klatkową, a poszerzają swoją produkcję w systemach alternatywnych. **Pierwszy w Polsce producent jaj, Aktyw, oficjalnie ogłosił rezygnację z hodowli klatkowej już z początkiem 2023 roku.** Uważamy za niezbędne, by cała branża jajeczna podążała w podobnym kierunku, odpowiadając tym samym na oczekiwania konsumentów i firm.

W miarę jak rynek przestawia się na hodowlę alternatywną, konieczna jest również zwiększona współpraca i komunikacja między firmami a dostawcami. Bardzo ważne jest, by producenci jaj możliwie jak najszybciej otrzymywali informację o zmianach zapotrzebowania firm, a firmy otrzymywały zapewnienie od swoich dostawców, że będą w stanie dostarczyć im wystarczającą ilość jaj z hodowli alternatywnych w jak najkrótszym czasie.

Nie ma już wątpliwości, że przejście na systemy bezklatkowe jest właściwym kierunkiem, a w społeczeństwie nie ma zgody na hodowlę klatkową. Coraz większy udział hodowli alternatywnej – ściółkowej, wolnowybiegowej i ekologicznej – w systemie produkcji jaj w Polsce jest ekonomicznie uzasadniony. Jest tak zarówno na skutek rosnącej świadomości i oczekiwań konsumentów, jak i zmian zachodzących na rynkach zagranicznych i w handlu międzynarodowym. Największe firmy z całego świata decydują się na wycofanie jaj z chowu klatkowego, zakaz hodowli klatkowej ma zostać wprowadzony na terenie całej Unii Europejskiej, a konkurencyjni producenci jaj, w tym Balticovo na Łotwie, inwestują w hodowlę alternatywną.

ZMIANY W UNII EUROPEJSKIEJ I NA ŚWIECIE

W coraz większej liczbie krajów hodowla klatkowa zakazywana jest prawnie, m.in. w Austrii, Niemczech, a także w Czechach. **Komisja Europejska przyjęła rezolucję w sprawie Europejskiej Inicjatywy Obywatelskiej „Koniec Epoki Klatkowej”, której celem jest wprowadzenie całkowitego zakazu stosowania klatek w hodowli zwierząt gospodarskich na terenie Unii, w tym klatek dla kur niosek.** Do 2023 roku Komisja ma przedstawić wniosek ustawodawczy, a prawo ma wejść w życie w 2027 roku. Ministrowie krajów członkowskich wyrazili poparcie dla inicjatywy, jednak zaznaczyli, że zastosowanie zakazu powinno zostać poprzedzone badaniami naukowymi oraz dodatkowym wsparciem finansowym dla producentów.

Na całym świecie 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. W wyniku działania koalicji już **ponad 2200 firm na całym świecie zdecydowało się na rezygnację z jaj pochodzenia klatkowego**, a ponad 90 producentów jaj, w tym krajowi potentaci, zobowiązało się do wprowadzenia zmian w produkcji w systemie klatkowym na rzecz systemów alternatywnych.



1. Oficjalna strona kampanii Jak One To Znoszą, [online] <https://jakonetoznosza.pl/>, [dostęp: 22.02.2022].
2. Badanie zlecone przez Stowarzyszenie Otwarte Klatki Centrum Badawczo-Rozwojowemu Biostat w styczniu 2022 r.
3. Wskazują na to wyniki badań zleconych Centrum Badawczo-Rozwojowemu Biostat przez Stowarzyszenie Otwarte Klatki.
4. Portal Spożywczy, Polacy najczęściej kupują jaja „jedyńki” i „wiejskie” bez oznaczenia, [online] http://www.portalspozywczy.pl/mieso/wiadomosci/polacy-najczesciej-kupuja-jaja-jedynki-i-wiejskie-bez-oznaczenia,170669_1.html, [dostęp: 25.02.2022].
5. W 2014 roku Stowarzyszenie Otwarte Klatki oficjalnie rozpoczęło kampanię o poprawę dobrostanu kur niosek „Jak One To Znoszą”.
6. Główny Inspektorat Weterynarii, Wykaz podmiotów zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 852/2004, [online] <https://pasze.wetgiw.gov.pl/spi/demorej/index.php?rodzaj=12&lng=o>, [dostęp: 08.02.2022].
7. Główny Urząd Statystyczny, Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2020, op.cit., str. 265-282.
8. Miesięcznik Hodowca Drobiu, 12/2021, str.12-13.
9. Główny Urząd Statystyczny Rolnictwa 2021, Warszawa, str. 135, [online] <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/rocznik-statystyczny-rolnictwa-2021,6,15.html>, [dostęp: 12.04.2022].
10. Główny Urząd Statystyczny, Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2021, op.cit., str. 383.
11. Główny Urząd Statystyczny, Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2021, op.cit., str. 428.
12. Główny Urząd Statystyczny, Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2021, op.cit., str. 131-133.
13. Główny Urząd Statystyczny, Fizyczne rozmiary produkcji zwierzęcej w 2020 roku, Warszawa, s.2, [online] <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/produkcja-zwierzec-zwierzeta-gospodarskie/fizyczne-rozmiary-produkcji-zwierzecy-w-2020-roku,3,16.html>, [dostęp: 02.02.2022].
14. Główny Urząd Statystyczny, Fizyczne rozmiary produkcji zwierzęcej w 2019 roku, Warszawa, s.2, [online] <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/produkcja-zwierzec-zwierzeta-gospodarskie/fizyczne-rozmiary-produkcji-zwierzecy-w-2019-roku,3,15.html>, [dostęp: 02.02.2022].
15. 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.
16. Według szacunków Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej udział eksportu w krajowej produkcji w roku 2018 wynosił 39,3%.
17. Główny Urząd Statystyczny, Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2019, op.cit., s. 318.
18. Miesięcznik Hodowca Drobiu, nr 12/2021, str. 15.
19. Ibidem.
20. Ceny rolnicze, Rośnie polski eksport jaj. Jest potencjał na jeszcze lepsze wyniki, [online] <https://www.cenyrolnicze.pl/wiadomosci/rynki-rolne/jaja/23298-rosnie-polski-eksport-jaj-jest-potencjal-na-jeszcze-lepsze-wyniki>, [dostęp: 29.01.2022].
21. Miesięcznik Polskie Drobiarstwo, nr 3/2021, str. 82.
22. Miesięcznik Polskie Drobiarstwo, nr 5/2020, str. 73-74.
23. Miesięcznik Polskie Drobiarstwo, nr 3/2021, str. 81.

24. Krajowa Izba Producentów Drobiu i Pasz, Polska sprzedaż jaj i przetworów po maju 2021 roku, [online] <https://kipdip.org.pl/pl/news/polska-sprzedaz-jaj-i-przetworow-po-maju-2021-roku>, [dostęp: 28.01.2022].
25. Kraft Heinz, Growing Sustainably The Kraft Heinz Company 2020 Environmental Social Governance Report, [online] <https://www.kraftheinzcompany.com/esg/pdf/KraftHeinz-ESG-Report-2020.pdf>, [dostęp: 28.01.2022].
26. Oficjalna strona Danone, [online] https://www.danone.com/content/dam/danone-corp/danone-com/about-us-impact/policies-and-commitments/en/2018/2018_03_16_DanonesCommitmentToCageFreeEggsAndEggingredients.pdf, [dostęp: 28.01.2022].
27. Oficjalna strona Barilla Group, <https://www.barillagroup.com/en/press-releases/animal-welfare-barilla-group-switches-100-cage-free-eggs-it-now-buys-eggs-only-free>, [dostęp: 28.01.2022].
28. Ferrero Sustainability Report 2019, [online] https://www.ferrerosustainability.com/int/brands/ferrerosustainability/themes/custom/ferrerosustainability_theme/assets/pdf/report/en/2019/Ferrero_SR19.pdf, [dostęp: 28.01.2022].
29. Biuro prasowe McDonald's, [online] <https://mcdonalds.pl/o-mcdonalds/biuro-prasowe/145003-oswiadczenie>, [dostęp: 28.01.2022].
30. Oficjalna strona Subway, [online] <https://www.subway.com/en-US/AboutUs/SocialResponsibility/OurPeopleOurCommunities>, [dostęp: 28.01.2022].
31. Caffè Nero, Our Ethics, [online] <https://caffenero.com/uk/about-us/our-ethics/>, [dostęp: 23.03.2022].
32. Netto, W Netto nie kupisz już jaj z chowu klatkowego, [online] <https://netto.prowly.com/168728-w-netto-nie-kupisz-juz-jaj-z-chowu-klatkowego>, [dostęp: 23.02.2022].
33. Biedronka, Dbamy o dobrostan zwierząt, [online] <https://csr.biedronka.pl/151588-dbamy-o-dobrostan-zwierzat>, [dostęp: 23.02.2022].
34. MAKRO, MAKRO całkowicie wycofuje się ze sprzedaży jaj z chowu klatkowego, [online] <https://mediamakro.pl/pr/712260/makro-calkowicie-wycofuje-sie-ze-sprzedazy-jaj-z-chowu-klatkowego>, [dostęp: 23.02.2022].
35. Kaufland, Kaufland dotrzymuje obietnicy - sieć nie sprzedaje już jaj pochodzących od kur z chowu klatkowego, [online] <https://firma.kaufland.pl/prasa/aktualne-komunikaty-prasowe/strona-szczegoloway=2022.m=04.n=Kaufland-jajka.html>, [dostęp: 12.04.2022].
36. Główny Inspektorat Weterynarii, Wykaz podmiotów zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 852/2004, [online] <https://pasze.wetgiw.gov.pl/spi/demorej/index.php?rodzaj=12&lng=o>, [dostęp: 22.01.2022].
37. Open Wing Alliance, [online] <https://www.openwingalliance.org>, [dostęp: 23.02.2022].
38. Chicken Watch Progress Tracker, [online] <https://chickenwatch.org/progress-tracker>, [dostęp: 23.02.2022].
39. Egg Track, [online] <https://www.eggtrack.com/en/>, [dostęp: 23.02.2022].
40. Metro, Raw material sourcing, [online] <https://responsibility.metroag.de/focus-areas/raw-material-sourcing>, [dostęp: 23.02.2022].
41. Tesco, Maintaining and improving animal welfare, [online] <https://www.tescopl.com/sustainability/downloads/animal-welfare-policy-group/>, [dostęp: 23.02.2022].
42. Subway, Our commitment, [online] <https://www.subway.com/en-US/AboutUs/SocialResponsibility/OurOverallCommitment>, [dostęp: 23.02.2022].
43. Markets Insider, Retailer Auchan Wins Praise For Cage-Free Egg Commitment In Taiwan, [online] <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/retailer-auchan-wins-praise-for-cage-free-egg-commitment-in-taiwan-1028595176>, [dostęp: 23.02.2022].
44. Oświadczenie sieci Carrefour, [online] https://f97e64bf-082b-42f8-ac2f-113bfa7be70.filesusr.com/ugd/54f547_e607d244784b-444f8bffda9c350101f8.pdf, [dostęp: 23.02.2022].

45. Chicken Watch Progress Tracker, [online] <https://chickenwatch.org/progress-tracker>, [dostęp: 22.01.2022].
[444f8bffd9c350101f8.pdf](https://chickenwatch.org/progress-tracker), [dostęp: 23.02.2022].
46. Miesięcznik Polskie Drobiarstwo, nr 3/2021, str. 81.
47. IEEP policy report, Transitioning towards cage-free farming in the EU, [online] https://ieep.eu/uploads/articles/attachments/5acf278b-c1b1-4e88-a14e-6c5a4fo4257a/Transitioning%20towards%20cage-free%20farming%20in%20the%20EU_Final%20report_October_web.pdf?v=63769792427, [dostęp: 28.01.2022].
48. United Poultry Concerns, How Switzerland Got Rid of Battery Hen Cages, [online] <https://www.upc-online.org/nr/21704hen-spdf.htm>, [dostęp: 28.01.2022].
49. Oficjalna strona Republiki Austrii, [online] <https://www.bmlrt.gv.at/english/agriculture/production-and-markets/animal-production-in-austria/egg-production-in-austria.html> [dostęp: 28.01.2022].
50. Tony McDougal, Czech Republic bans cages for hens, Poultry World, [online] <https://www.poultryworld.net/Eggs/Articles/2020/11/Czech-Republic-bans-cages-for-hens-675481E/>, [dostęp: 28.01.2022].
51. Agrarheute, Legehennen: Käfighaltung wird ab 2025 verboten, [online] <https://www.agrarheute.com/land-leben/legehennen-kaefighaltung-ab-2025-verboten-445780>, [dostęp: 28.01.2022].
52. GAIA, GAIA welcomes ban on cages for laying hens and other major advances for animal welfare in Wallonia, [online] <https://www.gaia.be/en/news/gaia-welcomes-ban-cages-laying-hens-and-other-major-advances-animal-welfare-wallonia>, [dostęp: 28.01.2022].
53. IEEP policy report, Transitioning towards cage-free farming in the EU, [online] https://ieep.eu/uploads/articles/attachments/5acf278b-c1b1-4e88-a14e-6c5a4fo4257a/Transitioning%20towards%20cage-free%20farming%20in%20the%20EU_Final%20report_October_web.pdf?v=63769792427, [dostęp: 28.01.2022].
54. Tony McDougal, France to ban sale of eggs from caged hens by 2022, Poultry World, [online] <https://www.poultryworld.net/Eggs/Articles/2018/2/France-to-ban-sale-of-eggs-from-caged-hens-by-2022-251161E/>, [dostęp: 28.01.2022].
55. Oficjalna strona Kalifornijskiego Departamentu Żywności i Rolnictwa, [online] <https://www.cdffa.ca.gov/ahfss/Prop12.html>, [dostęp: 28.01.2022].
56. MassLive, US Supreme Court: States cannot sue Massachusetts in high court over cage-free egg law, [online] <https://www.masslive.com/news/2019/01/us-supreme-court-states-cannot-sue-massachusetts-in-high-court-over-cage-free-egg-law.html>, [dostęp: 28.01.2022].
57. Terell Wilkins, Sisolak signs bill that will ban the sale of eggs coming from caged chickens in Nevada, Reno Gazette Journal, [online] <https://eu.rgi.com/story/news/2021/06/11/new-nevada-law-ban-sale-eggs-caged-chickens/7625208002/>, [dostęp: 28.01.2022].
58. AP News, New Oregon law requires cage-free commercial eggs by 2024, [online] <https://apnews.com/article/ddd2a2ef-088548foab682368a515d997>, [dostęp: 28.01.2022].
59. Oficjalna strona stanu Waszyngton, [online] <https://lawfilesex.leg.wa.gov/biennium/2019-20/Pdf/Bills/House%20Passed%20Legislature/2049-S.PL.pdf#page=1>, [dostęp: 28.01.2022].
60. Oficjalna strona Zgromadzenia Ogólnego Kolorado, [online] <https://leg.colorado.gov/bills/hb20-1343>, [dostęp: 28.01.2022].
61. Nicole Pallotta, Michigan Becomes Latest State to Ban Eggs from Caged Hens, [online] <https://aldf.org/article/michigan-becomes-latest-state-to-ban-eggs-from-caged-hens/>, [dostęp: 28.01.2022].
62. National Law Review, Volume XI, Number 83, Utah Law Requires Cage-Free Systems by 2025, [online] <https://www.natlawreview.com/article/utah-law-requires-cage-free-systems-2025>, [dostęp: 28.01.2022].
63. Oficjalna strona Zgromadzenia Ogólnego stanu Rhode Island, [online] http://www.rilin.state.ri.us/pressrelease/_layouts/RIL_PressRelease.ListStructure/Forms/DisplayForm.aspx?List=c8baae31-3c10-431c-8dcd-9dbbe21ce3e9&ID=51388, [dostęp: 28.01.2022].

64. Krajowa Izba Producentów Drobiu i Pasz, Indie: sądowy zakaz klatek dla kur, [online] <https://kipdip.org.pl/pl/news/indie-sadowy-zakaz-klatek-dla-kur>, [dostęp: 28.01.2022].
65. Egg Track 2021 Report, [online] https://www.ciwf.org.uk/media/7447947/2021_eggtrack_report_final.pdf, [dostęp: 22.02.2022].
66. Stowarzyszenie Otwarte Klatki, Czechy zakazują hodowli klatkowej kur!, [online] <https://www.otwarteklatki.pl/blog/czechy-zakazuja-hodowli-klatkowej-kur>, [dostęp: 22.02.2022].
67. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs, End the cage age - Looking for alternatives, Overview of alternatives to cage housing and the impact on animal welfare and other aspects of sustainability, [online] [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/658539/IPOL_STU\(2020\)658539_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/658539/IPOL_STU(2020)658539_EN.pdf), [dostęp: 22.02.2022].
68. Prof. Dr. Hans-Wilhelm Windhorst, Dynamics and patterns of the EU egg industry, Lohmann Tierzucht, [online] http://www.ltz.de/en/news/lohmann-information/2017-2/6_Dynamics_and_patterns_of_the_EU_egg_industry.php, [dostęp: 22.02.2022].
69. Oficjalna strona Komisji Europejskiej, [online] https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/farming/documents/eggs-dashboard_en.pdf, [dostęp: 22.02.2022].
70. United Egg Producers, [online] <https://unitedegg.com/facts-stats/>, [dostęp: 22.02.2022].
71. Forum Europejskiej Inicjatywy Obywatelskiej, Przykłady udanych działań, „End The Cage Age” („Koniec Epoki Klatkowej”), str. 3.
72. Compassion In World Farming, Parlament Europejski za zakazem chowu klatkowego!, [online] <https://www.ciwf.pl/aktualnosci/2021/06/sukces-ogromne-poparcie-parlamentu-europejskiego-dla-zakazu-hodowli-klatkowej-zwierzat-gospodarskich>, [dostęp: 22.02.2022].
73. Komunikat Komisji Europejskiej w sprawie w sprawie europejskiej inicjatywy obywatelskiej (EIO) „End the Cage Age, 30.6.2021 r.
74. Komisja Europejska, Dobrostan zwierząt – przegląd prawodawstwa UE, [online] https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12950-Animal-welfare-revision-of-EU-legislation/public-consultation_pl, [dostęp: 22.02.2022].
75. Gerardo Fortuna, EU countries back cage-free farming initiative with some caveats, <https://www.euractiv.com/section/agriculture-food/news/eu-countries-back-cage-free-farming-initiative-with-some-caveats/>, [dostęp: 22.02.2022].

WYCOFANIE JAJ Z CHOWU KLATKOWEGO

Podsumowanie zmian w branży
spożywczej i na rynku jajecznym

REDAKCJA:

Alicja Bućko
Angelika Bartoszek
Anna Żur
Dagmara Selent
Kinga Zawada
Julia Pajqk

KOREKTA:

Maria Madej
Szymon Turcza-Jurczyński

OPRACOWANIE GRAFICZNE:

Paulina Ciok
Tadeusz Krawczuk



jakonetoznosza.pl

