

Etyczne jajka na święta

21 kwietnia 2019

Najnowszy raport opublikowany w ramach kampanii „Jak one to znoszą?”, to pierwsze tego rodzaju opracowanie w Polsce. Prezentuje on w sposób przekrojowy zmiany, jakie zaszły w ostatnich kilku latach na krajowym rynku jajecznym w obszarach m.in. produkcji, spożycia i eksportu różnych typów jaj oraz świadomości konsumenckiej. Omówione w nim także zostały wyniki zakończonego w styczniu br. badania firm, które zadeklarowały wycofanie z oferty jaj „trójek”.

Autorzy raportu stawiają na samym początku mocną tezę: „Polacy nie tylko są świadomi, jak kury znoszące jaja w systemie klatkowym spędzają życie, ale wyrażają wobec ich losu swój sprzeciw”. Przytaczane przez nich badania wydają się ją jednak potwierdzać: według badań IBRiS z lutego 2018 r. ponad 80 proc. społeczeństwa jest zdania, że hodowla klatkowa nie zapewnia tym zwierzętom odpowiednich warunków, a prawie 60 proc. uważa, że producenci żywności, restauracje i sieci handlowe powinny całkowicie zrezygnować z jajek z chowu klatkowego. Na ten moment ponad 120 firm w Polsce i ponad 1,5 tysiąca na świecie zdecydowało się na taki krok i zadeklarowało wycofanie jaj „trójek” ze sprzedaży lub produkcji, a część z nich wprowadziło już zobowiązanie w życie. Również badania Eurobarometru z 2016 r. wskazują na podobne postawy: dla 86 proc. Polaków istotna jest ochrona dobrostanu zwierząt hodowlanych, 72 proc. uważa, że dobrostan zwierząt hodowlanych powinien być lepiej w Polsce chroniony, a 59 proc. Polaków chciałoby więcej informacji na temat warunków, w jakich hoduje się zwierzęta (wzrost o 6 proc. w porównaniu z Eurobarometrem z 2006 r.). Z kolei według najnowszych badań CBOS najważniejszym czynnikiem podczas zakupu jaj jest nie (jak jeszcze niedawno) ich cena, a rodzaj chowu z jakiego pochodzą.

„Ponad 40 tysięcy osób zadeklarowało na naszej stronie, że nie

będzie kupować jaj oznaczonych numerem „3”. W ślad za ich oczekiwaniami tylko do końca 2018 r. aż 114 firm podjęło decyzję o całkowitym wycofaniu jaj z chowu klatkowego” – mówi Marta Jarosiewicz, Koordynatorka Kampanii Biznesowych ze Stowarzyszenia Otwarte Klatki. „Równolegle zauważyć można już teraz zmiany strukturalne na rynku, które wydają się być niezależne od decyzji firm, z których większość wejdzie w życie dopiero w ciągu kilku lat” – dodaje.

Chodzi m.in. o zmiany w zakresie spożycia i eksportu jaj, a także udziału poszczególnych typów chowu w ogólnej produkcji. 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 proc.), wolnowybiegowym (96 proc.) i ściółkowym (42 proc.), 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. Jednocześnie jak podkreślają autorzy raportu, samo 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 139. Polska w dalszym ciągu znaczną część jaj eksportuje, jednak 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 proc. w roku 2017 do 39,3 proc. w 2018 r. Najbardziej znaczący spadek eksportu odnotowano u dwóch największych importerów polskich jaj, czyli Niemiec (o blisko 45 proc.) i Holandii (o blisko 25 proc.). Autorzy raportu zwracają uwagę na fakt, że w obydwu tych krajach prowadzone są intensywne kampanie na rzecz wycofania jaj z chowu klatkowego, a dominującym systemem hodowli jest chów ściółkowy, w którym hodowanych jest przeszło 60 proc. kur.

– 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. Jednocześnie bardzo silne jest tam poparcie dla działań organizacji prozwierzęcych. Według Krajowej Izby Producentów Drobiu i Pasz struktura produkcji jaj w Polsce w ciągu najbliższych ośmiu lat zbliży się do tej w Unii Europejskiej. Polscy producenci znacznie zyskają więc na wcześniejszym przygotowaniu się do wciąż rosnącego popytu na jaja z chowu alternatywnego – komentuje Jarosiewicz. W raporcie przedstawione też zostały wyniki badania zrealizowanego w grudniu 2018 i styczniu 2019 r. wśród wszystkich firm, które do końca roku 2018 ogłosiły wycofanie jaj klatkowych, czyli 40 producentów żywności, 31 sklepów i sieci handlowych, 32 sieci restauracyjnych, kawiarni i cateringów oraz 11 sieci hotelarskich. Jak się okazało, głównym problemem przy wycofywaniu „trójek” jest dla firm 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.

Autorstwo: Otwarte Klatki

Źródło: Trybuna.info