



КІНЕЦЬ ЕПОХИ КЛІТОК

Компанії підтримують законодавство про безкліткове утримання

У 2021 році десять провідних європейських харчових компаній висловили свою підтримку ініціативі ЄС «Покінчимо з епохою кліток», надіславши спільного листа до Європейської Комісії та членів Європейського Парламенту, в якому високо оцінили цілі ініціативи. Серед них ALDI Nord, Barilla Group, Fattoria Roberti (італійський виробник яєць), Ferrero, IKEA, Jamie Oliver Group, Le Groupement Les Mousquetaires (французький ритейлер), Mondelez International, Nestlé та Unilever. Багато з цих компаній вже є лідерами і стимулюють ринок своїми зобов'язаннями та переходом на безкліткове виробництво. Однак клітки можна буде викоринити назавжди лише за допомогою законодавства.

«Як компанія, яка вже використовує 100% яйця, безкліткового утримання, для виробництва наших продуктів харчування в Європі, ми знаємо, що можна поступово відмовитися від кліткового утримання без шкоди для бізнесу. Ми сподіваємося, що ініціатива «Кінець епохи кліткового утримання» допоможе покращити добробут усіх курей-несучок в ЄС та призведе до покращення умов утримання інших фермерських тварин у майбутньому».

Оуен Бетелл, провідний спеціаліст з питань впливу на навколишнє середовище, глобальні зв'язки з громадськістю, Nestlé



Кури-несучки в клітках



Вільно-вигульне утримання

КУРИ-НЕСУЧКИ

Поточний стан справ

В ЄС (дані за 2022 рік) налічується 390 мільйонів курей-несучок, яких вирощують для виробництва яєць. У той час як кліткові батареї для утримання курей-несучок були заборонені у 2012 році, збагачені клітки (які наразі використовуються для 40% курей-несучок в Європі) забезпечують лише трохи більше простору і мінімальне збагачення, що обмежує природну поведінку курей.

У клітках підвищеної комфортності, в яких зазвичай утримується 40-80 курей, на одну курку припадає лише 750 см², що обмежує її рух. «Комбіновані клітки» і «системи з обмеженим доступом», які зараз використовуються і продаються як «безкліткові», не є придатними альтернативами клітковому утриманню, оскільки вони мають двері і внутрішні перегородки, тому, хоча птахи можуть вільно пересуватися, коли двері відчинені, система перетворюється на кліткову, коли двері зачиняються. Крім того, закон не захищає мільйони молодих курчат, молодняка та племінних птахів, деякі з яких утримуються в клітках.

Наукові дослідження підкреслюють, що лише справжні системи безкліткового утримання можуть задовольнити поведінкові потреби курей.

Альтернативи без кліток

Альтернативні варіанти утримання курей-несучок у приміщенні без кліток, так звані пташники, широко поширені в багатьох країнах-членах ЄС, на них припадає 37,7% від загального обсягу виробництва яєць в ЄС⁷. Ці системи, включаючи однаюрські плоскі настили та багояюрські вольєри, успішно впроваджуються у великих масштабах. Для того, щоб забезпечити хороший добробут, вольєри повинні бути добре спроектовані і пропонувати достатньо простору, необхідні ресурси та основні характеристики, що сприяють вільному пересуванню в системі, забезпечують важливу поведінку і знижують ймовірність травм. Безкліткові системи з доступом назовні (вільного вигулу і органічні), що становлять 22,5% від загального обсягу виробництва в ЄС⁷, пропонують більше можливостей для поведінки, характерної для конкретного виду.

У відповідь на докази, що висвітлюють вплив кліток, і реагуючи на споживчий попит, деякі європейські країни ввели національні заборони на збагачені клітки, включаючи Австрію, Німеччину (з 2025 року або 2028 року у виняткових випадках), Чехію (з 2027 року), Францію (з 2027 року), Франція (набуває чинності для нових систем кліткового утримання) та Валлонія в Бельгії (з 2028 року).

Лідери в переході на безкліткове утримання

У країнах, де немає національної заборони на кліткове утримання курей-несучок, численні ініціативні виробники та харчові компанії добровільно відмовляються від кліткового утримання, причому більшість з них планують завершити перехід до 2025 року. У всьому світі понад 2500 підприємств роздрібною торгівлі, виробників і компаній громадського харчування взяли на себе зобов'язання постачати лише яйця та яєчні продукти без кліткового утримання, причому 1200 з них вже виконано.

В Європі існує понад 1400 зобов'язань, з яких 800 вже виконано¹, включаючи такі великі компанії, як **Albert Heijn Aldi Nord, Lidl, Auchan, Carrefour, Biedronka, Netto, REWE Group, Kaufland, KFC, Subway, Barilla, Ferrero, Danone, Mars, Nestlé, Unilever**. На сторінці 12 ви знайдете більше про перехід компаній до своїх цілей щодо відмови від кліткового утримання та подальші приклади компаній, які вже на 100% відмовилися від кліткового утримання в ЄС.

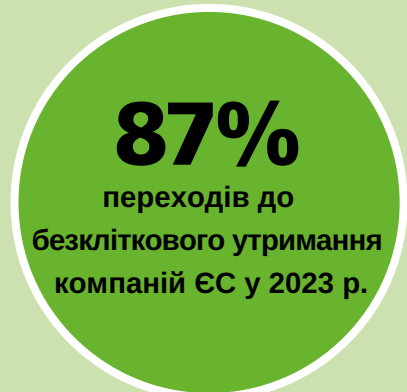
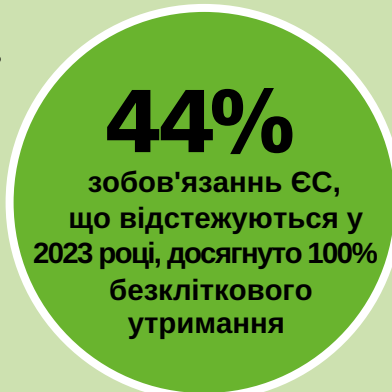
Компанії, які взяли на себе зобов'язання постачати виключно яйця без кліткового утримання, включаючи провідного виробника **Barilla** та роздрібно торгівці **Carrefour Group** і **Biedronka**, представлені нижче в цьому звіті.

Під впливом споживчого попиту добровільний перехід цих лідерів галузі призвів до значного зростання виробництва яєць безкліткового утримання в ЄС за останні роки (з 47% до понад 60% у період з 2017 по 2022 рік).

¹ Для отримання додаткової інформації див. керівництво Compassion по безклітковому утриманню в приміщенні: <https://www.compassioninfoodbusiness.com/media/7436221/additional-guidance-on-multi-tier-systems-for-laying-hens.pdf>

БЕЗКЛІТКОВИЙ ПІДХІД НАБИРАЄ ОБЕРТІВ, КОЛИ КОМПАНІЇ ДОСЯГАЮТЬ ПОСТАВЛЕНИХ ЦІЛЕЙ

У 2016 році Compassion in World Farming запустила EggTrack у відповідь на збільшення кількості зобов'язань харчових компаній щодо переходу на безкліткове утримання курей-несучок. Добровільні зобов'язання та постійний прогрес підприємств у переході на безкліткове утримання чітко демонструють, що харчові компанії зосереджені на забезпеченні майбутнього безкліткового утримання курей-несучок в Європі. EggTrack діє як інструмент для моніторингу прогресу компаній на шляху до їхніх цілей щодо відмови від кліткового утримання, сприяє прозорості та стимулює перехід ринку до безкліткового виробництва.



Ритейлери

81 із 141
Ритейлерів ЄС зобов'язались досягти 100% cage-free ⁱⁱ



Виробники

19 із 22
Виробників ЄС зобов'язались досягти 100% cage-free



Харчовий сервіс

26 із 50
Харчових компаній ЄС зобов'язались досягти 100% cage-free ⁱⁱⁱ



ⁱ EggTrack у 2023 році відстежив прогрес у виконанні 715 зобов'язань щодо виробництва яєць без кліток у 444 компаніях по всьому світу. Для 71% з цих зобов'язань компанії публічно розкривають інформацію про свій прогрес у досягненні мети 100% відмови від кліткового утримання.

ⁱⁱ Key: SE= Shell Eggs; EP= Egg Products

Albert Heijn Europe (SE, EP); Aldi Nord Europe (SE); Auchan France, Poland, Spain (SE); Carrefour Belgium, France, Italy, Spain (SE); Casino France (SE); E.Leclerc France (SE); Lidl 14 EU countries (SE and/or EP depending on countries) Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Italy, Luxembourg, Netherlands, Portugal, Romania, Slovenia, Spain, Sweden; Metro AG Group Poland, Austria, Germany, Italy, Netherlands (SE); Kaufland Germany (SE, EP), Poland (SE); REWE Group Austria, Germany (SE, EP); Netto Poland (SE); Biedronka Poland (SE, EP).

ⁱⁱⁱ KFC Europe; Subway Europe; McDonald's France, Netherlands; Flunch France; Bertrand Franchise France; Sodexo Austria, Belgium, Germany, Luxembourg, Netherlands, Poland, Sweden; CIRFOOD Italy.

БЕЗ КЛІТОК, БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ: ГЛОБАЛЬНА ПІДТРИМКА БЕЗКЛІТКОВОГО УТРИМАННЯ

«Барілла прагне, щоб усі постачальники сировини тваринного походження відповідали не лише законодавчим вимогам, а й найвищим стандартам і критеріям добробуту тварин, і ми з гордістю досягли нашої глобальної мети - відмовитися від кліткового утримання у 2019 році.

Compassion був вірним союзником, який заохочував нас підвищувати наші стандарти, прикладом чого є поширення наших зобов'язань щодо відмови від кліткового утримання на комбіновані системи. Вирішальним кроком вперед у підтримці та просуванні загальногалузевої трансформації стало б прийняття Європейською комісією законодавства про заборону кліткового утримання».



Leonardo Mirone,
ESG Leader Sourcing Chains,
Barilla



© Barilla Group

Barilla Group зі штаб-квартирою в Пармі, Італія, є сімейним бізнесом з глобальною присутністю в більш ніж 100 країнах світу. Щороку компанія продає два мільйони тонн макаронних виробів, соусів до них та хлібобулочних виробів. Серед її портфолію такі відомі бренди, як Barilla, Mulino Bianco, Pan di Stello, Pavesi, Harrys та Wasa.

У 2012 році компанія «Барілла» отримала нагороду Compassion in World Farming's Good Egg Award за рішення закуповувати виключно **cage-free яєчні продукти** безкліткового утримання по всій Європі, і почала відмовлятися від кліткового утримання, надаючи перевагу виробникам, які вирощують курей у пташниках. У 2014 році вони поширили це зобов'язання на свої глобальні операції, вирішивши поступово відмовитися від кліткового утримання до 2020 року.

Показово, що цей перехід було **завершено в усьому світі у 2019 році**, на рік раніше запланованого терміну. Компанія «Барілла» також взяла на себе зобов'язання співпрацювати з постачальниками, щоб до 2023 року **виключити комбіновані клітки та системи обмеженого доступу** зі свого ланцюга постачання.

У 2022 році Barilla придбала нові підприємства в Канаді, що тимчасово знизило відсоток безклітинного утримання до 99,9%. Тим не менш, компанія активно перебуває в процесі переходу на ці придбані системи, щоб знову досягти 100% безкліткового вирощування.

Barilla покладається на яєчні продукти як ключовий інгредієнт для своїх хлібобулочних та яєчних макаронних виробів, закуповуючи 20 258 тонн яєць та яєчних продуктів щороку.

2 мільйони курей вже утримуються без кліток

Паралельно з переходом на виробництво яєць безкліткового утримання, компанія Barilla працює над зменшенням вмісту яєць у деяких своїх рецептах. У 2020 році компанія запустила три лінії печива в Італії з меншим вмістом яєць і більшим вмістом рослинних білків. Це зобов'язання призвело до того, що **8% глобального скорочення використання яєць** і на **14% зменшилася кількість вирощуваних курей**.

**ЧИТАТИ БІЛЬШЕ
ПРО BARILLA**

ОБІЦЯНКИ ПРОГРАМИ "ДІЙ ЗАРАДИ ЇЖИ" ЯЙЦЯ БЕЗ КЛІТОК

"Ініціатива Carrefour щодо виробництва яєць без кліток є частиною нашого підходу до захисту добробуту сільськогосподарських тварин, і її мета - допомогти покупцям зробити правильний вибір продуктів харчування.

«Саме тому ми також підтримуємо введення заборони на кліткове утримання курей-несучок на всій території ЄС, слідом за ініціативою ЄСІ «Кінець епохи кліткового утримання»».

Carrefour Польща



© Compassion in World Farming

Carrefour Group - французька компанія, провідна світова мережа роздрібної торгівлі з майже 14 350 магазинами, що працюють у понад 30 країнах світу, включаючи Францію, Іспанію, Італію, Польщу, Бельгію, Румунію, Бразилію та Аргентину.

У 2018 році Carrefour Group взяла на себе зобов'язання до 2025 року постачати виключно яйця без кліток для власного бренду та брендovаних яєць на глобальному рівні (2028 рік для брендovаних яєць в Аргентині та Бразилії). Це рішення було прийнято у відповідь на споживчий попит, а також на занепокоєння щодо добробуту тварин, безпеки харчових продуктів, походження продукції та добробуту фермерів.

Carrefour впевнено рухається до своїх цілей щодо відмови від кліткового утримання, і зараз 66% яєць під власною торговою маркою не мають кліткового утримання в усьому світі.

66%

безкліткових яєць власного бренду по всьому світу

В ЄС група також продовжила зобов'язання щодо відмови від кліткового утримання до 2025 року на яєчні продукти під власними брендами, а для Іспанії, Італії та Румунії цей термін продовжено до 2028 року. У 2022 році, **60%** продажів яєчних продуктів **під власною торговою маркою** було вироблено з яєць безкліткового утримання в ЄС.

У Франції Carrefour вже на 72% не використовує кліткове утримання для виробництва яєць під власною торговою маркою, причому 53% цих яєць надходять із систем вільного виходу, а 19% - із закритих пташників, що відповідають покращеним стандартам, включаючи наявність зимувальних садів для прояву специфічної для виду поведінки, такої як пошук корму та пилові ванни. Carrefour France була нагороджена

нагородою «Good Egg Award» від організації Compassion in World Farming у 2019 році за ці зобов'язання.

Група Carrefour також має глобальні зобов'язання **заборонити клітки для перепелів і кроликів** (для сирих продуктів) до 2025 року. У Франції всі яйця перепелів під власним брендом вже поставляються з вольєрів без кліток, де перепели можуть вільно літати, із зменшеною щільністю утримання, збагаченням середовища та природним освітленням. Фермери повідомляють про більш позитивне та приємне робоче середовище.

У Польщі Carrefour став першим роздрібним продавцем, який отримав нагороду Good Egg Award у 2023 році за прозорість і постійний прогрес у досягненні мети щодо відмови від кліткового утримання, відмову від комбінованих кліток і систем обмеженого доступу, а також публічну підтримку заборони ЄС на кліткове утримання.

**ЧИТАТИ ДАЛІ
ПРО CARREFOUR**

ЛІДЕРСТВО У ВИРОЩУВАННІ КУРЕЙ БЕЗ КЛІТОК У ПОЛЬЩІ

«Ми прагнемо до постійного вдосконалення, в тому числі в галузі ініціатив щодо добробуту тварин, про що детально йдеться в наших щорічних звітах про сталий розвиток. З цієї причини ми докладаємо значних зусиль, щоб вивести з обігу яйця від курей, що утримуються в клітках, на чотири роки раніше, ніж передбачалося нашим планом».

Кароліна Блонська,
Старший менеджер з питань сталого розвитку,
Biedronka



Jerónimo Martins Polska S. A. є власником Biedronka, найбільшої роздрібною мережі в Польщі, що налічує 3569 магазинів, розташованих у понад 1100 містах. Biedronka співпрацює з понад 1700 постачальниками (93% з яких знаходяться в Польщі) і є найбільшим приватним роботодавцем у Польщі та другою за величиною польською компанією.

У 2018 році компанія Biedronka взяла на себе зобов'язання до 2025 року закуповувати виключно яйця (власної марки та брендів) та яєчні продукти (власної марки), отримані від курей, що утримуються без кліток.

У 2021 році, на чотири роки раніше запланованого терміну, компанія Biedronka досягла 100% відмови від використання яєць, отриманих від курей, що утримуються в клітках, для своїх власних торгових марок та брендів яєць у шкаралупі.

У 2022 році, на три роки раніше запланованого терміну, компанія досягла 100% відмови від використання кліткового утримання для виробництва яєчних продуктів під власним брендом.

100%

Яйця без кліток та яєчні продукти власного бренду

Наразі Biedronka співпрацює з понад десятьма пакувальними підприємствами та понад **160 фермерів, які розводять курей-несучок.**

З цих ферм: 12% постачають органічні яйця, 43% постачають яйця від курей, що утримуються на вільному вигулі, а 45% постачають яйця

з систем утримання в пташниках. Biedronka докладає значних зусиль для забезпечення наявності яєць від курей, що утримуються без кліток, затверджуючи нових постачальників, які відповідають її вимогам щодо утримання без кліток, та ретельно контролюючи конкурентоспроможність своїх цін.

Маркетингові ініціативи Biedronka включають рекламу в соціальних мережах та друкованих ЗМІ, інформування клієнтів про відмову компанії від використання кліток та пояснення причин цього важливого рішення.

**ЧИТАТИ БІЛЬШЕ
ПРО BIEDRONKA**