

WELFARE ZVIERAT A ZODPOVEDNÉ OBCHODNÉ REŤAZCE V STREDNEJ EURÓPE

Vyšehrádsky prieskum predaja a produkcie vajec

Sloboda zvierat





Túto správu pripravila organizácia Klub Gaja v spolupráci s organizáciami Fauna Egyesület, Nadace na ochranu zvirat, Sloboda zvierat, Ogólnopolskie Towarzystwo Ochrony Zwierząt Animals, Eurogroup for Animals a Compassion in World Farming.

Táto správa bola spolufinancovaná Medzinárodným vyšehrádskym fondom a organizáciami Eurogroup for Animals a Compassion in World Farming.



OBSAH

Úvod	4
Welfare nosníc	5
Zmena iniciovaná priemyslom a spotrebiteľmi	6-7
Výhody prechodu na neklietkový chov	8-9
Výroba vajec v krajinách Vyšehradskej štvorky	10-11
Výroba vajec v Českej republike	
Výroba vajec v Maďarsku	
Výroba vajec v Poľsku	
Výroba vajec na Slovensku	
Prieskum v supermarketoch v krajinách Vyšehradskej štvorky	12
Prieskum v Českej republike	13-14
Prieskum v Maďarsku	15-16
Prieskum v Poľsku	17-18
Prieskum na Slovensku	19-20
Značenie vajec ovplyvňuje nákupné návyky spotrebiteľov	21
Záver	22
Zdroje	23

Fotografie Klubu Gaja, Eurogroup for Animals, Fauna Egyesület, Sloboda zvierat

Vydalo KLUB GAJA, 2008.
© Klub Gaja 2008

DTP Compal – Bielsko-Biala

ISBN 978-83-924587-6-0



VYTLAČENÉ NA ARCTIC VOLUME WHITE

www.arcticpaper.com

Publikácia vytlačená na papieri s certifikátom **FSC** a pochádzajúceho z lesov obhospodarovaných trvalo udržateľným spôsobom.

www.klubgaja.pl





Je nám potešením, že vám môžeme predstaviť túto správu, ktorá vznikla za finančnej pomoci Medzinárodného vyšehradského fondu a podpory organizácie Eurogroup for Animals. Ide o prelomovú publikáciu, a to jednak kvôli novým zisteniam, ako aj z toho dôvodu, že ide o prvý projekt takéhoto veľkého rozsahu, ktorý bol spoločne realizovaný organizáciami obhajujúcimi welfare zvierat v Poľsku, Českej republike, Maďarsku a na Slovensku.

Rád by som poďakoval všetkým ľuďom, inštitúciám a organizáciám, ktoré pomáhali realizovať túto publikáciu, predovšetkým koordinátorke projektu Barbare Romanowicz – Klub Gaja (Poľsko) ako aj Levente Penczovi – Fauna Egyesület (Maďarsko), Kamilovi Kandalaftovi – Sloboda zvierat (Slovensko), Josefovi Holejšovskému – Nadace na ochranu zvířat (Česká republika), Ewe Gebert – OTOZ Animals (Poľsko), Rowen West-Henzell – Compassion in World Farming, Sonji Van Tichelen a Iainovi Reddishovi z organizácie Eurogroup for Animals.

Prekročili sme hranice, v doslovnom aj prenesenom zmysle slova, pre celkové blaho ľudí a zvierat.



Jacek Bożek

Jacek Bożek – vedúci a zakladateľ Klubu Gaja, Poľsko.

ÚVOD

Welfare hospodárskych zvierat, sa v Európe považuje za dôležitú politickú a verejnú otázku. Európska Dohoda uznáva, že hospodárske zvieratá sú citiace bytosti, pričom v posledných rokoch boli zavedené nové zákony, ktoré majú zlepšiť životné podmienky hospodárskych zvierat. Napriek tomu sa však väčšina hospodárskych zvierat v Európskej únii chová v intenzívnych chovoch, pričom mimoriadnym problémom je situácia nosníc. V EÚ je 243 miliónov sliepok držaných v konvenčných batériových chovoch, ktoré nespĺňajú požiadavky welfare zvierat¹.

V dôsledku zvýšeného záujmu spotrebiteľov o pôvod potravín, ktoré kupujú a o spôsoby, akými boli vyrobené, nastáva v Európe rozvoj trhu s eticky vyprodukovanými potravinami. Len samotný trh s ekologickými potravinami sa odhaduje na 11 miliárd Euro². Dopyt spotrebiteľov po potravinách produkovaných pri vyšších etických štandardoch rastie aj v krajinách Vyšehradskej štvorky – Česká republika, Maďarsko, Poľsko a Slovensko, ako to ukázal nedávny prieskum Eurobarometer³.

V reakcii na obavy a dopyt zákazníkov začínajú mnohé spoločnosti samé od seba brať do úvahy pri svojej činnosti sociálne a environmentálne aspekty, vytvárajú si tzv. „zásady firemnej zodpovednosti“. Niektoré z nich už začínajú uspokojovať dopyt po potravinách

produkovaných podľa zvýšených etických štandardov. Vajcia z alternatívnych, nekliekových chovov sú prvým z týchto výrobkov, ktoré sa objavujú na pulloch obchodov v krajinách Vyšehradskej štvorky.

Vzhľadom k vysokému podielu supermarketov na trhu s potravinami, tieto majú mimoriadny vplyv na nákupné návyky spotrebiteľov. Supermarkety majú tiež možnosť propagovať vybrané produkty prostredníctvom cenových zvýhodnení, označenia výrobkov a kampaní informujúcich zákazníkov.

Organizácie pre welfare zvierat v krajinách Vyšehradskej štvorky sa rozhodli zrealizovať štúdiu za účelom zistenia dostupnosti vajec z voľných chovov v najväčších sieťach supermarketov v regióne. Táto správa prináša výsledky prieskumov v supermarketoch, uskutočnených v týchto štyroch krajinách, poukazuje na vplyv rôznych metód produkcie vajec na životné blaho zvierat a poukazuje na ekonomické výhody zvyšovania ponuky vajec z voľného chovu.

Ako organizácie pre welfare zvierat máme za cieľ zlepšovať život hospodárskych zvierat prostredníctvom podpory zvyšovania etických štandardov v rámci celého obchodného sektoru, zvyšovania povedomia spotrebiteľov o tom, ako boli vyprodukované potraviny, ktoré konzumujú, ako aj o dostupných alternatívach.



WELFARE NOSNÍC

243 miliónov nosníc chovaných v Európskej únii v batériových chovoch môže trpieť vážnymi problémami. Sú zatvorené po piatich v kliebkach, v ktorých má každé zviera k dispozícii pre svoj život len plochu vo veľkosti strany A4. Takéto životné podmienky obmedzujú pohyb zvierat a znemožňujú im vykonávať prirodzené životné návyky, ako sú napríklad mávanie krídlami, preťahovanie sa a prachový kúpeľ. V kliebkach, ktoré sú naukladané až v šiestich poschodiach nad sebou sú v jednej budove často chované až desiatky tisíc vtákov.

Batériové kliebky a obohatené kliebky

Batériová kliebka má zvyčajne rozmer 50 × 50 cm a chová sa v nej päť až sedem vtákov. Kliebky majú zvažujúcu sa podlahu z drôteného pletiva so zariadením na kŕmenie, napájanie a zber vajec. Kliebky môžu byť poukladané na sebe v troch až ôsmich poschodiach. Jedným z najväčších problémov je miera obmedzovania



pohybu. Ak použijeme ako definíciu utrpenia strach, frustráciu a bolesť, je vedecky dokázané, že nosnice chované v batériových chovoch trpia a že s batériovými chovmi sú nevyhnutne spojené problémy z hľadiska welfare zvierat¹.

Konvenčný kliebkový chov bude v EÚ zakázaný od roku 2012 a bude nahradený upravenými, tzv. „obohatenými kliebkami“, ktoré pre každú sliepku poskytnú len o 50 cm² viac priestoru, hniezdny box, bidlo a obmedzené možnosti prachového kúpeľa.

ALTERNATÍVY

Podstielkový chov

V EÚ je možné v interiéri chovať nosnice pri maximálnej hustote 25 vtákov na m². Smernica 1999/74/ES umožňuje maximálnu hustotu 9 vtákov na m² úžitkovej plochy, maximálne na 4 poschodiach. Nosnice tu majú prístup k hniezdnym boxom, a k potrave a vode na všetkých poschodiach. Na podlahe je podstielka. Každá nosnica má aspoň 15 cm bidlového priestoru. Vtáky majú prístup k priestoru pre prachový kúpeľ,



preťahovanie sa a hniezdiská, a môžu sa pohybovať a sedieť na bidle. Zvýšená aktivita zlepšuje silu kostí.

Voľný a ekologický chov

Sliepky majú stály denný prístup k vonkajším výbehom, zvyčajne porasteným vegetáciou. Vnútorne priestory musia vyhovovať podmienkam podstielkového chovu s maximálnym počtom vtákov 2500 na hektár (4 m² na sliepku). Vtáky sa môžu pohybovať rôznymi spôsobmi, čím sa im zosilňujú kosti. Majú k dispozícii viac priestoru ako v iných chovoch a môžu sedieť na bidle, vyberať si hniezdne miesta a vykonávať mnohé z prirodzených vzorcov správania.

Organizácie obhajujúce welfare zvierat v krajinách Vyšehradskej štvorky sú presvedčené, že držanie sliepok v batériových chovoch je eticky neakceptovateľné, keďže neumožňujú sliepkam vykonávať ich prirodzené vzorce správania. Tento názor podporuje aj Vedecký panel



pre zdravie a welfare zvierat pri Európskej komisii (AHAW)¹. Preto vyzývame všetky supermarkety, aby prijali opatrenia pre zvýšenie predaja vajec z nekliebkových chovov.

ZMENA INICOVANÁ PRIEMYSLOM A SPOTREBITEĽMI

Mnohí výrobcovia potravín nečakajú na legislatívne zmeny. V reakcii na dopyt zákazníkov zavádzajú svoje vlastné prísne normy. Najväčší európski predajcovia

sa rozhodli odpovedať na obavy zákazníkov o životné blaho nosníc tým, že vo svojich predajniach nepredávajú vajcia sliepok chovaných v klietkach.

Tabuľka 1
Niektoré z európskych supermarketov, ktoré prestali predávať vajcia sliepok chovaných v klietkach.
Zdroj: Eurogroup for Animals, CIWF a RSPCA (údaje poskytli predajcovia).

Supermarket	
Marks & Spencer (VB)	100% vajec je z voľného chovu (voľný chov a ekologický chov). Všetky ostatné výrobky obsahujúce vajcia sú vyrobené z vajec pochádzajúcich z voľného chovu
Waitrose (VB)	100% vajec je z neklietkového chovu (podstielkový, voľný a ekologický chov). Takmer všetky ostatné výrobky obsahujúce vajcia sú vyrobené z vajec pochádzajúcich z neklietkového chovu. Do roku 2009 to budú všetky výrobky z vajec
Makro (Belgicko)	100% vajec je od sliepok z neklietkového chovu
Colruyt (Belgicko)	100% vajec je od sliepok z neklietkového chovu
Rewe Group Rakúsko (Billa, Penny Markt, Merkur)	100% vajec je od sliepok z neklietkového chovu
Sainsbury's (VB)	Spoločnosť sa zaviazala, že prestane predávať vajcia z klietkového chovu do roku 2010. Do roku 2012 budú všetky vlastné výrobky obsahovať vajcia z neklietkového chovu
Co-op (VB)	Spoločnosť sa zaviazala, že do roku 2010 prestane predávať vajcia a výrobky obsahujúce vajcia z klietkového chovu
Morrisons (VB)	Spoločnosť sa zaviazala, že do roku 2010 prestane pod vlastnou značkou predávať vajcia z klietkového chovu



Spoločnosti sú odmeňované za prechod k vajciam z nekľetkového chovu

Rastúce povedomie zákazníkov o otázkach welfare zvierat a zvýšený dopyt po výrobkoch vyrobených podľa zvýšených etických noriem presviedčajú firmy, aby zahrnuli welfare zvierat do svojich etických zásad. Takéto rozhodnutia chvália organizácie bojujúce za ochranu zvierat, pričom zaviedli ocenenia pre spoločnosti, ktoré zlepšujú svoje zásady týkajúce sa welfare zvierat. Vo Veľkej Británii zaviedli veľmi populárne programy ocenení Kráľovská spoločnosť pre ochranu zvierat (Royal Society for the Protection of Animals – RSPCA) ako aj organizácia Súcit vo svetovom poľnohospodárstve (Compassion in World Farming – CIWF).

Každoročne udeľované ocenenie RSPCA Good Business Awards umožňuje firmám spropagovať svoje pozitívne praktiky v oblasti welfare zvierat a získať si tak uznanie spotrebiteľov za svoju prácu v tejto oblasti. Spoločnosti sú posudzované a ohodnocované vo viacerých kľúčových oblastiach týkajúcich sa životného blaha zvierat, od výrobkov, ktoré predávajú, až po ich zásady týkajúce sa prepravy zvierat. Víťazi získavajú ocenenie a možnosť používať logo, podľa ktorého zákazníci môžu rozoznať firmy, ktoré berú do úvahy blaho zvierat.
www.rspcagoodbusinessawards.com/

Organizácia Compassion in World Farming organizuje každoročné ocenenie „Good Egg Awards“, ktorého cieľom je oceniť firmy, ktoré ponúkajú vajcia z ekologického, voľného, alebo podstielkového chovu namiesto kľetkového chovu.
www.thegoodeggawards.com/

Alfred Matousek, REWE Group Rakúsko: „Sme hrdí, že sme získali toto ocenenie, keďže potvrdzuje naše zaangažovanie sa ako prvej firmy v Rakúsku, ktorá sa rozhodla pre trvalo-udržateľnú stratégiu a rozvoj. Už pred 13 rokmi sme začali ako prvá sieť supermarketov v Rakúsku v našich obchodoch BILLA predávať vajcia z nekľetkových chovov. Od konca roku 2006 sme túto našu zásadu zaviedli už vo všetkých našich obchodných sieťach – t.j. aj v hypermarketoch MERKUR a v diskontných obchodoch PENNY”



VÝHODY PRECHODU NA NEKLIETKOVÝ CHOV

Zákazníci sú ochotní zaplatiť viac za neklietkové vajcia

Je dokázané, že zákazníci sú ochotní zaplatiť viac za vajcia pochádzajúce z neklietkového chovu. Eurobarometer, systém rozsiahlych prieskumov, ktorý organizuje Európska komisia vo všetkých členských štátoch EÚ ukázal, že spôsob, akým sa zaobchádza s hospodárskymi zvieratami je vážnym kritériom pre mnohých občanov a spotrebiteľov.

Podľa prieskumov Eurobarometer je väčšina občanov krajín Vyšehrádskej štvorky ochotná vynaložiť dodatočné úsilie na to, aby si kúpila vajcia pochádzajúce od sliepok, ktoré sú chované v lepších podmienkach. V roku 2005, 55 % poľských občanov uviedlo,

že „sú ochotní zaplatiť viac za vajcia pochádzajúce z chovov ohľaduplných pre zvieratá“ (Eurobarometer, 2005)³. V roku 2007 uviedlo 59% občanov všetkých štyroch krajín, že „by boli ochotní zmeniť zvyčajné miesto nákupu, aby mali možnosť kupovať potraviny vyprodukované za podmienok lepších pre zvieratá“ (Eurobarometer, 2007)⁴.

Priemysel produkcie vajec sa obáva, že výroba vajec v neklietkových systémoch so sebou prináša vyššie náklady, pričom tieto náklady bude musieť znášať výrobca. Táto správa ukazuje, že skutočnosť je iná. Výskum uskutočnený organizáciou Compassion in World Farming ukázal, že dodatočné náklady spojené s voľným a podstielkovým chovom nosníc sú na jedno vajce len o 1,3 až 2,6 eurocentov vyššie ako pri klietkovom chove⁵.

Tabuľka 2

Náklady na výrobu vajec v rôznych druhoch chovov podľa socio-ekonomickej správy Európskej komisie⁶.

	12 vajec (v eurocentoch)	1 vajce (v eurocentoch)
Náklady na výrobu pri konvenčných batériových klietkach	66	5.5
Náklady pri podstielkovom chove	82	6.8
Náklady pri voľnom chove	98	8.1
Dodatočné náklady pri voľnom chove v porovnaní s batériovým	32	2.6
Dodatočné náklady pri podstielkovom chove v porovnaní s batériovým	16	1.3



Tieto náklady nemusi znášať výrobca. Spoločná poľnohospodárska politika EÚ (CAP) umožňuje kompenzovať dodatočné náklady výrobcu spojené s uplatňovaním prísnejších noriem pre welfare zvierat, než vyžaduje zákon. V skutočnosti môžu členské štáty zahrnúť do svojich národných programov rozvoja vidieka pre roky 2007–2013 viaceré opatrenia umožňujúce zúčastneným poľnohospodárom získať dotácie. Tieto opatrenia zahŕňajú aj možnosť získať podporu pre zavedenie nových prísnejších noriem týkajúcich sa welfare zvierat (opatrenie 131), pre účasť v kvalitatívnych programoch (opatrenie 132) alebo získať dotáciu na zvýšenie welfare zvierat (opatrenie 215) v prípade uplatňovania štandardov, ktoré výrazne prekračujú zákonom vyžadované normy⁷.

Vyššie výrobné náklady sú takisto vykompenzované vyššou cenou vajec pochádzajúcich z nekľetkových chovov. V dôsledku toho sú obchodné marže pri vajciach z voľného chovu približne dvojnásobne vyššie ako pri vajciach z kľetkového chovu (viď tabuľka 3).



Tabuľka 3

Hrubá obchodná marža u vajec z batériového, podstielkového a voľného chovu podľa socio-ekonomickej správy Európskej komisie⁶.

	Batériový chov	Podstielkový chov	Voľný chov
Hrubá obchodná marža za 1 kg vajec (i.e. 16 vajec) (v eurocentoch)	19.5	25.0	38.0

VÝROBA VAJEC V KRAJINÁCH VYŠEHRÁDSKEJ ŠTVORKY

V krajinách Vyšehradskej štvorky je približne 83 miliónov nosníc, ktoré ročne znesú približne 15 miliárd vajec⁸.

Väčšina sliepok je chovaná v batériových chovoch, aj keď značný počet je chovaný tiež na malých rodinných farmách vo voľnom chove.

Obr. 1

Výroba vajec v krajinách Vyšehradskej štvorky od roku 1996 do 2006 (v tis. ton)

zdroj: Faostat

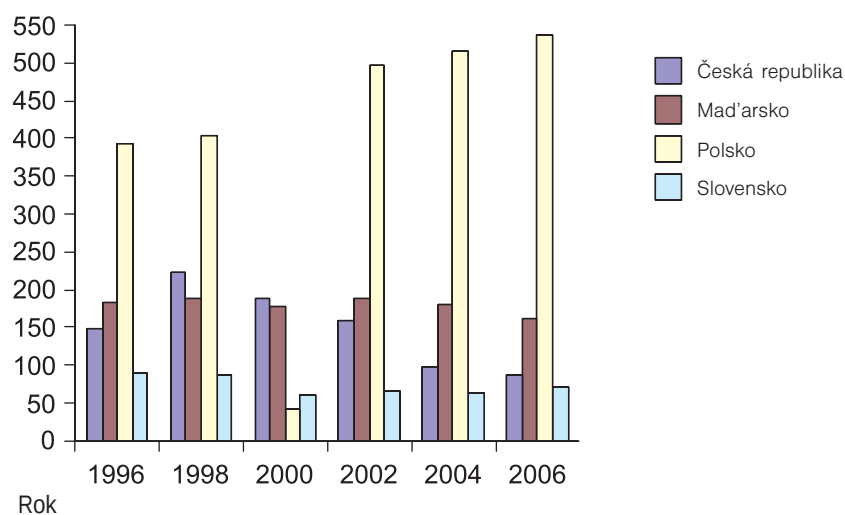
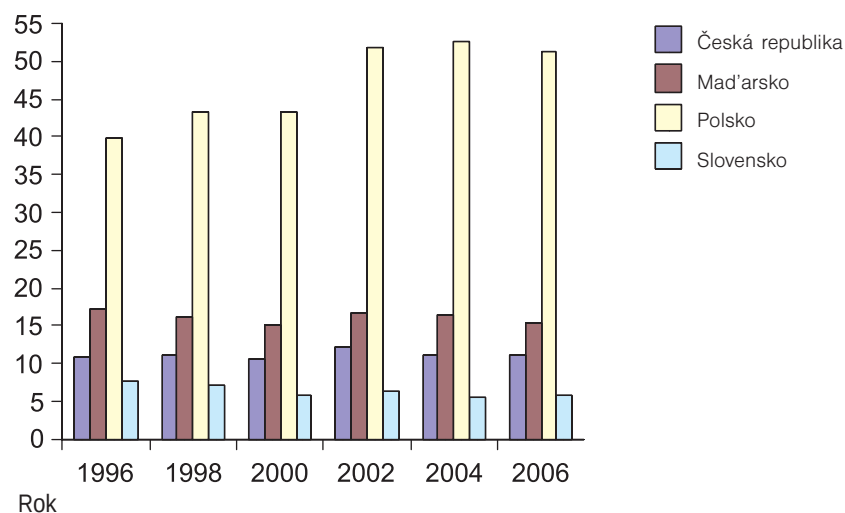


Fig. 2

Počet nosníc na krajinu (v miliónoch sliepok)

zdroj: Faostat



Výroba vajec v Českej republike

V Českej republike je chovaných približne 10,4 milióna sliepok. Z toho približne 5 miliónov je držaných v intenzívnych klieťkových chovoch a zostávajúcich 5 miliónov na malých rodinných farmách⁹.

V Českej republike sú len 4 chovatelia sliepok v tzv. podstielkových chovoch s počtom približne 100,000 až 180,000 sliepok v roku 2006¹⁰.

Česká republika exportuje ročne približne 180 miliónov vajec a naopak dováža ich približne 700 miliónov. Väčšina dovozu pochádza z Poľska, Litvy a Rakúska. Priemerná spotreba na obyvateľa v roku 2006 bola 249 vajec⁹.

Výroba vajec v Maďarsku

V Maďarsku je chovaných približne 15 miliónov sliepok u celkovo 2 miliónov chovateľov. Približne 5 miliónov sliepok je držaných v intenzívnych klieťkových chovoch a 8-9 miliónov na rodinných farmách¹¹.

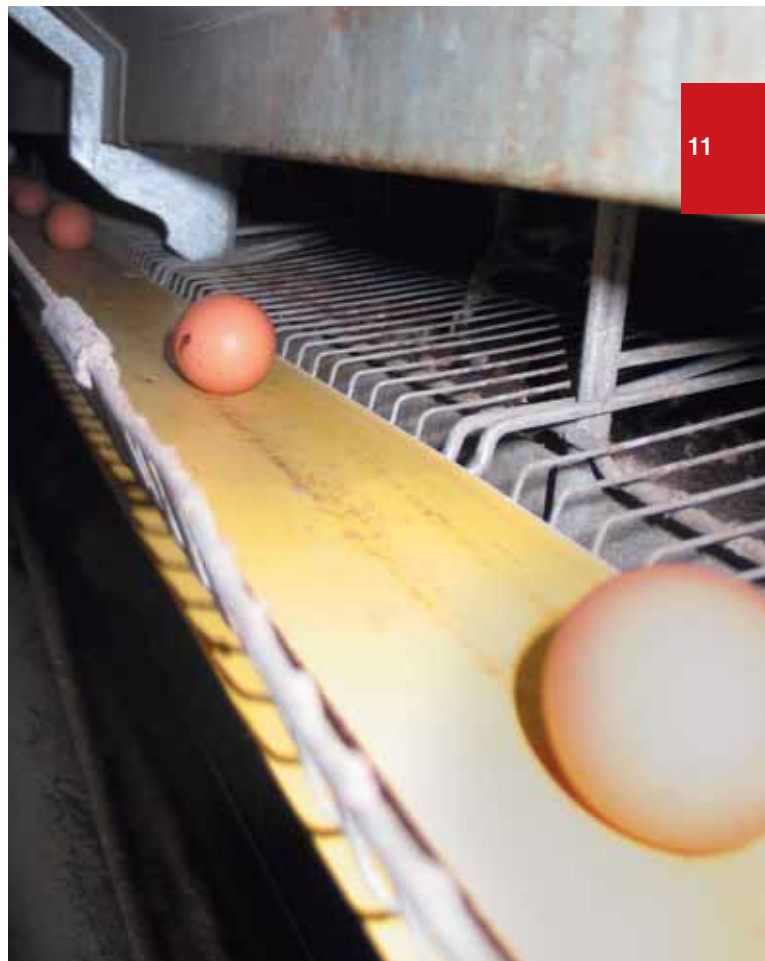
45% produkcie vajec pochádza z rodinných fariem, zatiaľ čo zvyšok dodáva 10–12 veľkých a 20–25 stredne veľkých fariem. Ročná spotreba na obyvateľa je 284–287 vajec, čo je viac ako celoeurópsky priemer 220 vajec¹². Maďarská asociácia chovateľov hydiny¹³ uvádza, že po vstupe do EÚ klesol počet nosníc chovaných v intenzívnych chovoch o 20 percent. Zatiaľ čo ročná produkcia vajec bola 1,5 miliardy pred vstupom, v roku 2007 klesla na 1,17 miliardy. V dôsledku toho vzrástol dovoz. Po vstupe krajiny do EÚ sa znížil aj počet výrobcov, a to o 35%. Ďalšou hrozbou pre sektor bude povinné zníženie výskytu salmonely o 40 % ďalší rok a zákaz konvenčného klieťkového chovu od roku 2012.

Výroba vajec v Poľsku

Poľsko má najvyššiu produkciu vajec zo všetkých krajín Vyšehradskej štvorky s približne 51 miliónmi nosníc. Veľké intenzívne farmy s viac ako 3000 sliepkami dodávajú 60% celkovej produkcie vajec. V Poľsku existuje tiež veľký počet malých fariem s menej ako tisíčkami sliepkami, pričom ich podiel na produkcii vajec je približne 40%¹⁴. V dôsledku narastajúcej koncentrácie výroby je zaznamenávaný ročný nárast počtu sliepok chovaných v intenzívnych klieťkových chovoch¹⁵. Ročná spotreba na obyvateľa v roku 2005 bola 214 vajec¹⁶. Poľsko vyváža 11% svojej celkovej produkcie, zatiaľ čo dovoz vajec predstavuje len menej ako 2% celkovej produkcie¹⁷.

Výroba vajec na Slovensku

Slovensko je najmenším producentom vajec spomedzi krajín Vyšehradskej štvorky s približne 5 miliónmi nosníc. Aj keď väčšina výroby vajec na Slovensku pochádza z intenzívnych batériových fariem, v krajine je tiež desať registrovaných podstielkových chovov (z ktorých dva najväčšie zásobujú väčšinu supermarketov), dva chovy s voľným výbehom a od novembra 2007 aj jeden ekologický chov. Niekoľko ďalších ekologických fariem produkuje vajcia iba vo veľmi malom množstve. Pre nedostatok vajec z ekologických chovov v roku 2007, supermarkety, ktoré plánujú v budúcnosti zaviesť predaj ekologických vajec uviedli, že ich budú pravdepodobne dovážať z Maďarska¹⁸. Priemerná spotreba na obyvateľa v roku 2006 bola 217 vajec.



PRIESKUM V SUPERMARKETOCH V KRAJINÁCH VYŠEHRÁDSKEJ ŠTVORKY

V každej krajine bol najväčším sieťam supermarketov rozoslaný krátky dotazník so sprievodným listom s cieľom zmapovať dostupnosť vajec z neklieťkových chovov v týchto supermarketoch. Na nasledujúcich stranách sú zhrnuté výsledky prieskumu uskutočneného v jednotlivých krajinách.

Závery z krajín V4

- Pozitívnym znakom z krajín Vyšehradskej štvorky je odozva na dopyt zákazníkov. Niektoré siete supermarketov začínajú predávať vajcia z neklieťkových chovov a niekoľko ďalších sietí tvrdí, že plánuje zaviesť predaj vajec z neklieťkových chovov v blízkej budúcnosti.
- Takmer žiadny z opýtaných predajcov nemal zavedené zásady spoločenskej zodpovednosti firiem (CSR – Corporate Social Responsibility) alebo zásady zohľadňujúce welfare zvierat.
- Znalosť systémov výroby vajec a znalosť povinného značenia vajec u pracovníkov oddelení pre komunikáciu, manažérov kvality a obchodníkov bola veľmi nízka, čo naznačuje, že tieto informácie sa nedostávajú ani k zákazníkom.
- Zdá sa, že nedostatok dodávateľov je najväčšou prekážkou predaja vajec z neklieťkových chovov. Niekoľko slovenských predajcov má plány riešiť tento problém dovozom vajec.
- Nedostatok dopytu zákazníkov po vajciach z neklieťkových chovov bol ďalším dôvodom, ktorý uvádzali siete lacných supermarketov na otázku, prečo neponúkajú na predaj takéto vajcia. Supermarkety, ktoré už úspešne propagujú ekologické potraviny, ako napr. Jednota SD Bratislava na Slovensku, však toto neuvádzajú ako prekážku.
- Mnohé siete neboli schopné poskytnúť informácie o podiele predávaných vajec podľa jednotlivých druhov chovu, keďže takéto údaje vôbec nevedú. Obchodníci z niektorých firiem pripustili, že spôsob výroby vajec neberú pri výbere dodávateľa do úvahy, keďže najdôležitejším kritériom je cena.

Položené otázky:

- Má vaša firma zavedený systém zásad firemnej spoločenskej zodpovednosti (CSR) s vytýčenými cieľmi?
- Je welfare zvierat zahrnuté vo vašich zásadách firemnej spoločenskej zodpovednosti?
- Aký podiel z vášho celkového objemu predaja pultových vajec na Slovensku (pod vlastnými aj cudzími značkami) je vyrábaných: I. v konvenčnom klieťkovom chove, II. v podstielkovom chove, III. vo voľnom chove, IV. v ekologickom chove?
- Aký bol váš celkový predaj vajec v roku 2006?
- Plánuje vaša firma zaviesť predaj vajec z alternatívnych neklieťkových chovov (podstielkový, voľný, alebo ekologický chov) počas nasledujúcich 5 rokov (do roku 2012)?
- Aké sú podľa vás hlavné prekážky pre zvýšenie podielu predaja vajec z alternatívnych chovov (podstielkový, voľný, ekologický) vo vašich predajniach? (nedostatok dopytu zákazníkov, nedostatok vajec vyrábaných v neklieťkových chovoch, nedostatok dostupných informácií o vajciach z neklieťkových chovov, vysoká cena vajec vyrábaných v neklieťkových chovoch, iné)



Prieskum v Českej republike

Tabuľka 6

Hlavní predajcovia potravín. Zdroj: Z Pekingú do Budapešti. Víťazné značky, víťazné formáty, PricewaterhouseCoopers 2004/2005.

Názov	Názov skupiny	Obrat v krajine (mil. EUR, 2004)	Počet obchodov (2004)
Makro	Makro	1282	11
Albert, Hypernova	Ahold	1161	231
Kaufland, Lidl	Schwarz	1159	153
Billa, Penny Market	Rewe	782	122
Tesco	Tesco stores	705	25
Globus	Globus	638	12
Plus	Tengelmann	634	130
Carrefour	Carrefour	369	10
Interspar, Spar	Spar	369	17

Dotazník bol zaslaný hore uvedeným predajcom. Z jedenástich oslovených predajcov odpovedalo na dotazník len Tesco, Spar a Ahold. Makro, Plus a Globus neposkytli žiadne odpovede, a to ani napriek viacerým pokusom o kontaktovanie.

Ani jedna z firiem nemala zavedené zásady firemnej spoločenskej zodpovednosti, ktoré by zahŕňali aj welfare zvierat, avšak niekoľko firiem zaviedlo predaj vajec z nekliekových chovov, menovite Ahold, Spar a Tesco.

Dôvody uvádzané ako prekážky pre neponúkanie vajec z nekliekových chovov boli najčastejšie vyššia cena, nedostatok informácií o nekliekových vajciach a ich dodávateľoch, nízky dopyt zo strany zákazníkov a nakoniec nedostatok výrobcov.



Tabuľka 7
Reakcie českých predajcov na dotazník o vajciach.

Názov	Reakcia na dotazník	Vyjadrenie spoločnosti	Odpovede na otázky
Ahold	Odpovedali na dotazník	—	• Zásady CSR: áno • Vajcia z klieťkového chovu: 94% • Vajcia z podstielkového a voľného chovu: 6% • Ekologické: 0%
Billa	Billa neodpovedala z dôvodu prebiehajúcej reštrukturalizácie	—	—
Kaufland	Odmietli odpovedať	„Požadované údaje nemôžeme zverejniť“.	—
Lidl	Bez odpovede	—	—
Penny Market	Bez odpovede	„Keďže Penny Market je diskontným obchodom, nie je ziskové predávať vajcia z voľného chovu, predávame výrobky, po ktorých je najvyšší dopyt... ak uvidíme záujem zo strany zákazníkov, zmeníme aj ponuku výrobkov“.	—
Spar	Odpovedali na dotazník	—	• Vajcia z klieťkového chovu: 90% • Podstielkový chov: 10% • Voľný chov: 0% • Ekologický chov: 0%
Tesco	Odpovedali na dotazník	—	• Zásady CSR: áno, • Welfare zvierat v CSR: nie • Vajcia z klieťkového chovu: 97,5% • Podstielkový chov: 2,5% • Voľný chov: 0% • Ekologický chov: 0%

Průzkum v Maďarsku

Tabulka 8

Klíčoví maďarští prodejci potravin. Zdroj: From Beijing to Budapest. Winning brands winning formats, PricewaterhouseCoopers 2004/2005.

Název	Název skupiny	Národní obrát (v milionech EUR, 2004)	Počet prodején (2004)
CBA	CBA Kereskedelmi	1967	2836
Tesco	Tesco	1648	69
Coop	Coop Hungary	1422	4963*
Metro	Metro	1049	13
Reál Hungária	Real Elelmiszer	954	1840
SPAR	Spar, Interspar, Kaiser's	866	153
Cora, Match, Smatch, Profi	Louis Delhaize	732	9
Auchan	Auchan Group	722	211
Plus	Tengelmann	606	157
Penny Market	Rewe	515	142

*2005

Dotazník bol zaslaný hore uvedeným predajcom. Z 13 oslovených supermarketov poskytlo na dotazník niekoľko odpovedí len Metro a lokálna sieť Plus. CBA, Coop a Real odmietli odpovedať, pričom uvádzame aj ich dôvody pre neodpovedanie. Tesco, Spar, Cora, Auchan, Penny Market a Lidl neposkytli žiadnu odpoveď napriek opakovaným pokusom o kontaktovanie.



Tabuľka 9
 Reakcie maďarských predajcov na dotazník o vajciach.

Názov	Reakcia na dotazník	Vyjadrenie spoločnosti	Odpovede na otázky
CBA	Odmietli odpovedať	„Nie je v našich možnostiach poskytnúť vám odpovede“.	—
Coop	Odmietli odpovedať	„Spolupráca nebola včas oznámená“	—
Reál	Odmietli odpovedať	„Vajcia nenakupujeme centrálnе. Odber vajec je zodpovednosťou regionálnych centier alebo jednotlivých obchodov“.	—
Metro	Odpovedali formou listu	„Skupina METRO zvýšila predaj nekľetkových vajec v Nemecku. Sme presvedčení, že každá firma môže byť dlhodobо úspešná, len ak sa snaží chrániť životné prostredie a zvieratá, a ak presviedča svojich zákazníkov о dôležitosti týchto faktorov. Preto by sme radi rozšírili naše úspešné iniciatívy zo západnej Európy aj na Maďarsko“.	—
Plus	Ústredie odmietlo odpovedať, odpovedal jeden miestny obchod	Ústredie: „Nie je v našich možnostiach spolupracovať s vami“.	• Žiadne zásady týkajúce sa welfare zvierat • Kľetkové vajcia: 100% • Žiadne aktuálne plány zaviesť alternívy



Prieskum v Poľsku

Tabuľka 10

Hlavní predajcovia potravín v Poľsku. Zdroj: Z Pekingu do Budapešti. Víťazné značky, víťazné formáty, PricewaterhouseCoopers 2004/2005.

Názov	Názov skupiny	Obrat v krajine (mil. EUR, 2005)	Počet obchodov (2005)
Makro, Real	Metro	3043	52
Biedronka	Jeronimo Martins	1348	805
Tesco, Savia	Tesco Poland	1329	105
Carrefour, Champion	Carrefour	1127	103
Auchan	Auchan Poland	985	33
Albert	Ahold Poland	760	183
Kaufland, Lidl	Schwarz Group	758	227

Dotazník bol zaslaný hore uvedeným najväčším predajcom, ako aj niektorým obľúbeným menším sieťam: Euro, Bomi, Piotr & Pawel, Marcpol, Spolem a Zabka. Z celkovo 15 oslovených firiem na dotazník odpovedali len Tesco, Spolem a Piotr & Pawel. Ahold (Albert) v súčasnosti prechádza pod Carrefour a preto neodpovedal. Makro, Marcpol, Kaufland, Auchan, Biedronka, Carrefour, Lidl a Zabka neposkytli žiadne odpovede, napriek opakovaným pokusom o kontaktovanie.

Zdá sa, že niekoľko firiem zavádza predaj vajec z podstielkového chovu, aj keď k tomu dochádza len na lokálnej úrovni. Nedostatok dodávateľov sa javí byť hlavnou prekážkou pre predaj vajec z nekliekových chovov. Veľké diskontné siete uviedli ako dôvod tiež nedostatok dopytu zo strany zákazníkov.

Zdá sa, že len niekoľko firiem má zavedené zásady CSR, ktoré zahŕňajú aj welfare zvierat. Tak ako v prípade ostatných krajín, aj v Poľsku mali zástupcovia supermarketov a obchodníci len obmedzené znalosti o otázkach welfare sliepok a o značení vajec.



Tabuľka 11
Reakcie poľských predajcov na dotazník o vajciach.

Názov	Reakcia na dotazník	Vyjadrenie spoločnosti	Odpovede na otázky
Bomi	Odpoveď vo forme listu	„Bomi predáva vajcia zo všetkých uvedených druhov chovu“.	Žiadne konkrétne odpovede
Euro	Odmietli odpovedať	„Nemáme záujem spolupracovať s vami“.	—
Kaufland	Odmietli odpovedať	„Nezhromažďujeme takéto údaje“	—
Makro	Odmietli odpovedať	Bez uvedenia dôvodu	—
Marcpol	Odmietli odpovedať	Bez uvedenia dôvodu	—
Piotr & Pawel	Odpoveď vo forme listu	„Naša sieť pracuje na franchisingovom princípe a preto je ťažké stanoviť, aký je podiel predávaných vajec z nekľetkových chovov. Avšak naša sieť predáva širokú ponuku vajec z nekľetkových chovov“.	—
Spolem	Odpoveď vo forme listu	„Spolem považuje ochranu životného prostredia a zdravia zákazníkov za prioritu, mnohé predajne ponúkajú široký výber ekologických výrobkov. Nemáme však centrálny výkup a preto nemôžeme odpovedať na vašu otázku“.	(odpoveď miestneho obchodu) • Zásady CSR: nie • 100% vajec z kľetkového chovu s plánmi zaviesť ekologické vajcia v budúcnosti
Tesco	Odpovedali na dotazník	—	• Zásady CSR: áno • Welfare zvierat v CSR: nie • Vajcia z kľetkového chovu: 99–100% • Vajcia z podstielkového chovu: predaj vo vybraných obchodoch



Prieskum na Slovensku

Tabuľka 12

Hlavní predajcovia potravín na Slovensku. Zdroj: Z Pekingú do Budapešti. Víťazné značky, víťazné formáty, PricewaterhouseCoopers 2004/2005.

Názov	Názov skupiny	Obrat v krajine (mil. EUR, 2004)	Počet obchodov (2004)
Jednota	Coop Jednota	789	Viac ako 2300
Tesco	Tesco	492	25
Billa	REWE	268	65
Kaufland	Schwarz	210	23
Hypernova	Ahold	163	19
Carrefour	Carrefour	158	4
Lidl	Schwarz	N/A	39

Dotazník bol zaslaný siedmym slovenským predajcom uvedeným v tabuľke. Z oslovených firiem odmietli odpovedať iba Billa, Hypernova a Kaufland, aj keď Kaufland prejavil záujem byť informovaný o novom vývoji v tejto oblasti. Hypernova uviedla ako dôvod neodpovedania, že práve opúšťajú slovenský trh. Rozhodnutie odísť však v novembri 2007 stiahli v dôsledku zlepšenia hospodárskeho výsledku.

Niekoľko sietí zaviedlo predaj vajec z neklietkových chovov, pričom najvyšší podiel vajec z podstielkového chovu mala Jednota SD Bratislava. V októbri 2007 sa Tesco stalo prvým reťazcom, ktorý zaviedol predaj ekologických vajec. Jednota-BA plánuje zaviesť predaj ekologických vajec v roku 2008. Carrefour zaviedol predaj vajec z podstielkového chovu na jeseň roku 2007.

Z oslovených firiem len Tesco uviedlo, že má zásady CSR, ktoré zahŕňajú aj welfare zvierat. Väčšina predajcov buď také zásady nemala, alebo nebola schopná na túto otázku odpovedať.

Dôvod pre neponúkanie vajec z neklietkových chovov, ktoré uvádzali niektoré siete ako Tesco a Lidl, boli vysoké ceny a nízky dopyt po takýchto výrobkoch. Jednota-BA, ktorá má zrejme inú cieľovú skupinu, uviedla ako najväčšiu prekážku nedostatok dodávateľov, pričom naopak dopyt zákazníkov je vysoký.





Tabuľka 13
Reakcie slovenských predajcov na dotazník o vajciach.

Názov	Reakcia na dotazník	Vyjadrenie spoločnosti	Odpovede na otázky
Tesco	Odpovedali na dotazník	—	• Zásady CSR: áno • Welfare zvierat v CSR: áno • Vajcia z klieťkového chovu: 86% • Vajcia z podstielkového chovu: 14%
Jednota-BA	Odpovedali na dotazník	—	• Zásady CSR: nie • Vajcia z klieťkového chovu: 65% • Vajcia z podstielkového chovu: 35%
Carrefour	Odpovedali na dotazník	„Predaj vajec z podstielkového chovu sme zaviedli na jeseň 2007, pričom predpokladáme, že ich podiel na celkovom predaji v roku 2008 bude 5%“.	Vajcia z klieťkového chovu: 100%
Lidl	Odpovedali na dotazník	„Musíme uspokojovať dopyt našich zákazníkov, ktorí sú v súčasnosti zameraní na nízke ceny. Keď sa to zmení, zmeníme tiež našu ponuku“.	Vajcia z klieťkového chovu: 100%
Kaufland	Odmietli odpovedať	„Neposkytujeme tento druh informácií, ale budeme radi, ak nás budete o tejto téme informovať“.	—
Ahold	Odmietli odpovedať, pretože Ahold odchádza zo slovenského trhu. (V novembri 2007 toto rozhodnutie stiahli a zostávajú na Slovensku).	„Nie. Rozhodnutie sme učinili a nebudeme ho meniť“.	—
Billa	Odmietli odpovedať	Bez uvedenia dôvodu	—

ZNAČENIE VAJEC OVPLYVŇUJE NÁKUPNÉ NÁVYKY SPOTREBITEĽOV

V januári 2004 vstúpil do platnosti nový európsky zákon*, ktorý nariaďuje na všetkých pultových vajciach a na balení označovať druh chovu (kľetkový, podstielkový, voľný alebo ekologický). Toto značenie nie je povinné pre malé farmy do 50 sliepok, ktoré predávajú vajcia iba lokálne, a musia označiť iba názov a adresu farmy.

Označenie na pultových vajciach obsahuje:
číslo výrobného spôsobu, kde



„0“ značí ekologický chov



„1“ značí voľný chov



„2“ značí podstielkový chov



„3“ značí kľetkový chov

VÝZNAM SPRÁVNEHO ZNAČENIA

Napriek výsledkom Eurobarometra, ktoré ukázali, že zákazníci sú ochotní zaplatiť za vajcia z chovov ohľaduplných k zvieratám, nemajú možnosť takéto vajcia kupovať. Až 82% spotrebiteľov v krajinách Vyšehradskej štvorky nemôže na pultoch predajní ľahko rozoznať eticky vyprodukované výrobky, pričom uvádzali, že zo značenia je ťažké vyčítať, či výrobok pochádza z výrobného systému ohľaduplného k zvieratám³.

Prieskum z roku 1998 z Veľkej Británie, Nemecka, Francúzska, Talianska a Španielska uskutočnený organizáciou Eurogroup for Animals ukázal, že značenie vajec je pre zákazníkov zavádzajúce. Väčšina uviedla, že si myslela, že označenia „čerstvé z farmy“, alebo „vajcia z farmy“ označovali vajčka pochádzajúce z nekľetkových chovov. V skutočnosti sa však takéto označenia často používajú na vajčkách sliepok chovaných v krutých a nevyhovujúcich batériových kľetkách. Takéto zavádzajúce značenie môže viesť k tomu, že zákazníci nebudú kupovať nimi požadované, eticky dopestované výrobky, čo bude mať spätne negatívny dopad na zisk, ktorý by mohli predajcovia získať využitím potenciálu tohto trhu.

Organizácie obhajujúce welfare zvierat v krajinách Vyšehradskej štvorky vyzývajú obchodné reťazce a supermarket, aby zabezpečili jasné značenie vajec, aj výrobkov obsahujúcich vajcia tak, aby sa zákazníci pri nákupe mohli zodpovedne rozhodovať.

* Zákon č. 488/2002 Z. z. o veterinárnej starostlivosti a o zmene niektorých predpisov (doplnený nariadeniami vlády SR č. 736/2002 a č. 326/2003)

ZÁVER

Väčšina nosníc v krajinách Vyšehradskej štvorky je chovaná v intenzívnych klietkových chovoch, s ktorými sú dokázateľne spojené problémy s welfare zvierat. Len alternatívne systémy, ako sú podstielkové, voľné a ekologické chovy, môžu sliepкам poskytnúť primeraný životný štandard.

Väčšina supermarketov v krajinách Vyšehradskej štvorky predáva len vajcia z klietkových chovov. Veľa zástupcov supermarketov nevedelo o rozdieloch medzi rôznymi výrobnými postupmi, alebo o dôležitosti správneho značenia, čo naznačuje, že tieto informácie ani nevedia poskytnúť ďalej svojim zákazníkom.

Napriek tomu majú spotrebitelia v krajinách Vyšehradskej štvorky výrazný záujem o výrobky zo zvierat chovaných na farmách ohľaduplných k zvieratám. Výsledky Eurobarometra z rokov 2005 a 2007 odhalili, že väčšina spotrebiteľov je ochotná platiť viac za vajcia pochádzajúce z chovov ohľaduplných k zvieratám, alebo dokonca za týmto účelom zmeniť miesto nákupu.

Trh s živočíšnymi výrobkami z chovov ohľaduplných k zvieratám je jednoznačne nedostatočne rozvinutý. Spotrebitelia nemajú možnosť kupovať výrobky, aké chcú – v roku 2007 ich až 80% uviedlo, že pre nich bolo ťažké zo značenia určiť, či výrobok pochádza

z výroby ohľaduplnej k zvieratám. Skutočnosť, že spotrebitelia nemajú možnosť kupovať nimi žiadané, eticky vyprodukované výrobky, môže mať spätne negatívny dopad na zisk, ktorý by mohli predajcovia získať využitím potenciálu tohto trhu.

Organizácie obhajujúce welfare zvierat v krajinách Vyšehradskej štvorky vyzývajú predajcov, aby:

- Zaviedli jasné zásady firemnej spoločenskej zodpovednosti a zahrnuli do nich aj welfare zvierat. Sme presvedčení, že je to dobrým ukazovateľom angažovanosti firmy pre zlepšovanie života zvierat a že to prináša aj výraznú konkurenčnú výhodu.
- Zaviedli a zvýšili predaj vajec a výrobkov obsahujúcich vajcia pochádzajúce od sliepok chovaných v kvalitných alternatívnych chovoch, ako sú podstielkový, voľný a ekologický chov.
- Poskytli jasné značenie na všetkých pultových vajciach a výrobkoch z vajec, aby zákazníci vedeli o životných podmienkach nosníc, od ktorých vajcia pochádzajú.
- Vzdelávali personál o rôznych druhoch chovu a o značení vajec, aby mohol poskytovať tieto informácie ďalej zákazníkom.
- Zaviedli systém, ktorý by umožnil kontrolovať počet predávaných vajec z jednotlivých druhov chovu.

Kľúčovú rolu, ktorú môžu hrať supermarkety potvrdzuje socio-ekonomická správa Európskej komisie¹. Uvádza sa v nej, že „zmena bude výrazne poháňaná trhom“ a že najmä „postoje predajcov a spotrebiteľov môžu byť veľmi dôležité pri prechode od vajec pochádzajúcich z klietkového chovu (na základe rozhodnutia samotných zákazníkov), pričom výrazný vplyv budú nato mať práve obchodné siete s veľkým trhovým podielom“.



ZDROJE

1. AHAW (2005) Posudok Vedeckého panelu pre zdravie a welfare zvierat, vypracovaný na žiadosť Európskej komisie, týkajúci sa vplyvu rôznych spôsobov chovu nosníc.
2. Správa Generálneho direktoriátu Európskej komisie pre poľnohospodárstvo. Ekologické poľnohospodárstvo v Európskej únii, Fakty a čísla.
3. Európska komisia (2005) Postoje spotrebiteľov k welfare hospodárskych zvierat. Špeciálny Eurobarometer
4. Európska komisia (2007) Postoje spotrebiteľov k welfare hospodárskych zvierat. Špeciálny Eurobarometer
5. Pickett, H. CIWF (2006). Cesta vpred pre európsky priemysel výroby vajec: dodržanie zákazu batériového chovu od roku 2012.
6. Európska komisia (2004) štúdia o socio-ekonomických dopadoch rôznych spôsobov chovu nosníc.
7. Measure 5.3.1.3.1. Meeting standards based on Community legislation as laid out in Annex II of Commission Regulation (EC) No 1974/2006 laying down detailed rules for the application of Council Regulation (EC) No 1698/2005 on support for rural development by the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD). Measure 5.3.1.3.2. Participation of farmers in food quality schemes. Measure 5.3.2.1.5. Animal welfare payments
8. Faostat.
9. Ministerstvo poľnohospodárstva Českej republiky (2007). Situační a výhledová zpráva: Drůbež a vejce
10. Ministerstvo poľnohospodárstva Českej republiky (2007).
11. Zdroj: Maďarská asociácia chovateľov hybridných nosníc a producentov vajec
www.agraroldal.hu/dragul-a-tojas-novemberig_cikk.html
12. Zdroj: Nyitott Kert Alapítvány
www.nyitottkert.hu/termekismerteto.shtml?AA_SL_Session=d96585acb28d4cc437ee1dc2510beb4a&x=26901
13. Maďarský hydinársky sektor v roku 2006 v Hydinárskom sektore, 2007/1, periodikum hydinárskeho priemyslu.
14. Poľský štatistický úrad (2006). Charakterystyka gospodarstwa rolnych w 2006 roku
15. Kobuszyńska, M. (2005). Produkcja jaj - informacja dla producentów. Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej
16. Anna Pankiewicz (2007) Miesięczna Analiza sytuacji rynkowej na podstawowych rynkach rolnych w lutym 2007. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.
17. Wezyk, S. (2003). Aktualny stan produkcji jaj w Polsce.
18. Slovenský štatistický úrad (2006).
www.statistics.sk



„Je mi potešením oznámiť, že spoločnosť Sainsbury's je pevne odhodlaná postupne vylúčiť predaj pultových vajec pochádzajúcich z klieťkových chovov ešte pred termínom stanoveným legislatívou EÚ v roku 2012. Úzko spolupracujeme s našimi dodávateľmi na tom, aby sme pre budúcnosť zabezpečili stabilnú dodávateľskú sieť neklieťkových vajec”.

Obchodný riaditeľ Sainsbury's, Mike Coupe

„Spoločnosť Marks & Spencer je hrdá na to, že sa stala prvým predajcom, ktorý zaviedol zásadu predaja 100% vajec z voľného chovu. Odozva našich zákazníkov bola mimoriadne pozitívna. Je zjavné, že naši zákazníci sú spokojní, keď vedia, že pre výrobu akéhokoľvek u nás predávaného výrobku obsahujúceho vajcia, boli použité výhradne vajcia od nosníc držaných vo voľnom chove”.

Guy Farrant, Riaditeľ pre potraviny, Marks & Spencer

„Rozhodnutie prestať predávať vajcia pochádzajúce z klieťkového chovu je premyslenou voľbou spoločnosti Colruyt. Ide pritom o kvalitu. Kvalita poskytovaná výrobcom zákazníkovi je veľmi dôležitá. Kvalita znamená trvalo-udržateľné podnikanie s ohľadom na životné prostredie pre ľudí aj pre zvieratá.

(...) Sme radi, že sme podnikli toto rozhodnutie. Dáva dobrý pocit našim zákazníkom aj nám, keďže vidíme, že sa zvýšil aj náš predaj”.

Jan Prinsen, Colruyt Supermarket

