**Lisner rezygnuje z jaj z chowu klatkowego – kolejny krok firmy w kierunku zrównoważonego rozwoju**

**Firma Lisner ogłosiła wycofanie jaj pochodzących od kur utrzymywanych w klatkach ze wszystkich swoich produktów. Decyzja ta wpisuje się**

**w ogólnoeuropejski trend ograniczania stosowania tego typu jaj i odpowiada na rosnące oczekiwania konsumentów oraz wymogi zrównoważonego rozwoju.**

**Firma Lisner ogłosiła wycofanie jaj pochodzących od kur utrzymywanych w klatkach ze wszystkich swoich produktów. Decyzja ta wpisuje się**

**w ogólnoeuropejski trend ograniczania stosowania tego typu jaj i odpowiada na rosnące oczekiwania konsumentów oraz wymogi zrównoważonego rozwoju.**

**Europejski trend i wpływ na środowisko**

Badania przeprowadzone przez Compassion in World Farming oraz Food Ethics Council\* wskazują, że chów klatkowy ma niekorzystny wpływ na dobrostan zwierząt,

a także generuje większy ślad węglowy w porównaniu do bardziej etycznych metod, takich jak chów ściółkowy czy wolnowybiegowy. Wprowadzanie zmian przez producentów żywności jest zgodne z celami Europejskiego Zielonego Ładu, który zakłada bardziej zrównoważone praktyki rolnicze.

„*Decyzja o wycofaniu jaj z chowu klatkowego przez firmę Lisner z produktów to krok, który odzwierciedla zmieniające się oczekiwania konsumentów i ewolucję rynku. Jest to zmiana, która dotyczy wartości generacyjnych. Pokolenie Z, które stanowi rosnący odsetek konsumentów podejmujących decyzje o swoich codziennych zakupach, przywiązuje ogromną wagę do etyki produkcji, zrównoważonego rozwoju*

*i dobrostanu zwierząt.*” – mówi Krzysztof Badowski, Partner Zarządzający Strategy& (część sieci PwC), doradca strategiczny, operacyjny i transakcyjny w branży FMCG

i retail, stojący na czele centrum kompetencyjnego dóbr konsumenckich

i handlu detalicznego w regionie Europy Centralno-Wschodniej.

Z kolei prof. dr hab. Piotr Szeleszczuk, profesor zwyczajny SGGW, były kierownik Katedry Patologii Diagnostyki Weterynaryjnej Instytutu Medycyny Weterynaryjnej SGGW w Warszawie i specjalista w zakresie chorób drobiu, zwraca uwagę na kompleksowość aspektów – *„Decyzja Lisner dotycząca zmiany jakości jajwpisuje się w założenia 3E – ekologii, etyki i ekonomii, łącząc je z ideą zrównoważonej produkcji drobiarskiej oraz realizacją koncepcji One Health. Ekologia odgrywa kluczową rolę w minimalizowaniu wpływu środowiskowego poprzez ograniczenie emisji dwutlenku węgla do atmosfery, racjonalne gospodarowanie zasobami naturalnymi i poprawę jakości ekosystemów. Etyka znajduje odzwierciedlenie w dbałości o dobrostan zwierząt, transparentności procesów produkcyjnych oraz odpowiedzialności wobec społeczeństwa. Ekonomia wiąże się z efektywnością produkcji, zapewnieniem wysokiej jakości produktów przy jednoczesnym wspieraniu lokalnych gospodarek i obniżeniu kosztów środowiskowych. Realizacja koncepcji One Health, zakładającej współzależność zdrowia ludzi, zwierząt i środowiska, wzmacnia znaczenie takich działań, podkreślając konieczność zintegrowanego podejścia do globalnych wyzwań”.*

Z raportu Stowarzyszenia Otwarte Klatki i Fundacji Alberta Schweitzera „Wycofanie jaj z chowu klatkowego. Podsumowanie postępów w branży spożywczej, handlowej i HoReCa” wynika, że konsumenci przywiązują dużą wagę do hodowli, z której pochodzą jaja. Przy zakupie jaj warunki chowu mają kluczowe znaczenie dla 68,5 proc. respondentów. Ponad 62 proc. jest gotowych zapłacić wyższą cenę za jaja lub produkty z jajami z hodowli oferujących lepsze warunki życia dla kur.

Zdecydowana większość Polaków (74,4 proc.) negatywnie ocenia chów klatkowy, uważając, że nie zapewnia ona kurom nioskom odpowiednich warunków życia, a 65 proc. chce zakazu chowu klatkowego kur niosek. Znacząca większość konsumentów (60,6 proc.) opowiada się za rezygnacją sklepów, producentów żywności i restauracji z używania jaj z chowu klatkowego. Niemal 70 proc. ocenia pozytywnie działania firm decydujących się na rezygnację z tego typu jaj. Ponad 74 proc. uważa, że firmy powinny publicznie informować o postępach w wycofywaniu jaj klatkowych.

*“Rezygnacja z chowu klatkowego to ważny krok w realizacji strategii ESG, która staje się standardem w branży spożywczej. Firmy, takie jak Lisner, pokazują, że podnoszenie jakości produktów i dbałość o środowisko mogą iść w parze. Takie działania budują zaufanie konsumentów i pozytywnie wpływają na całą branżę.”* – podsumowuje Krzysztof Badowski.

*„Dobrostan kur to wartość nadrzędna jeśli chodzi o jakość jaj w obecnych czasach. Zwykło się mówić, że szczęśliwa kura to szczęśliwe jajo, a szczęśliwe jajo, to szczęśliwy człowiek.”* – dodaje prof. dr hab. Piotr Szeleszczuk.

**Lisner liderem zmian**

Decyzja Lisnera to element długofalowej strategii firmy, która stawia na odpowiedzialną produkcję i poprawę standardów etycznych. Marka dołącza do grona przedsiębiorstw, które podejmują konkretne działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, dając przykład innym graczom na rynku.

*„Wprowadzona zmiana to krok milowy w strategii odpowiedzialności społecznej i środowiskowej naszej marki. Jako firma, której bliskie są wartości zrównoważonego rozwoju, zdajemy sobie sprawę, że nasze decyzje mają wpływ nie tylko na konsumentów, ale również na środowisko i dobrostan zwierząt. Pragniemy oferować produkty, które są zgodne z oczekiwaniami współczesnych konsumentów, a jednocześnie wspierają bardziej etyczne i ekologiczne praktyki w rolnictwie. To zobowiązanie wobec przyszłych pokoleń oraz wyraz naszej troski o jakość i odpowiedzialność na każdym etapie produkcji” -* podkreśla Greta Krzyżek – Malska, Marketing Manager Salads & Spreads Category, Lisner.

W portfolio firmy znajduje się wiele produktów zawierających jaja, m.in. pastella jajeczna ze szczypiorkiem, pastella jajeczna z kurkami jak i sałatki warzywne oraz jajeczne.

Rezygnacja firmy Lisner z jaj z chowu klatkowego to decyzja, która wykracza poza prosty gest wobec konsumentów – to działanie na rzecz lepszego świata, zgodne z nowoczesnymi wartościami, trendami i realiami rynkowymi.