

Wycofanie jaj z chowu klatkowego

Podsumowanie postępów w branży
spożywczej, handlowej i HoReCa





Spis treści

Raport w pigułce	6
Polski rynek jaj	10
Wycofywanie jaj klatkowych przez firmy w Polsce	18
Jakie kroki wiążą się z wycofaniem jaj klatkowych?	20
Sieci handlowe	22
Status wycofywania jaj klatkowych przez sieci – tabela	23
Netto: „wycofanie trójek wzmocniło naszą pozycję”	26
Jaja świeże	28
Firmy – Lidl, Polomarket – o swoich działaniach	28
Jaja w składzie produktów	29
Firmy – Stokrotka, Intermarché – o swoich działaniach	30
Publiczne aktualizacje deklaracji (Dino, Topaz)	31
Produkcja żywności	32
Producenci majonezu	32
Status wycofywania jaj klatkowych przez producentów majonezu – tabela	32
Firmy – Develey, FBH – o swoich działaniach	33
Producenci żywności	36
Status wycofywania jaj klatkowych przez producentów żywności – tabela	37
Producenci – Wedel, Jawo, Fabryka Cukiernicza Kopernik, Wawel – o swoich działaniach	39
Piekarnie i cukiernie	42
Status wycofywania jaj klatkowych przez piekarnie i cukiernie – tabela	43
Branża HoReCa	44
Status wycofywania jaj klatkowych przez firmy HoReCa Aktualności – tabela	44
Firmy – Sfinks, North Food, Compass Group – o swoich działaniach	48
Opinie konsumentów: chów klatkowy nie spełnia oczekiwań	50
Aktualności ze świata	52
Unia Europejska	52
Europa, Świat	53
Podsumowanie	55



LIST PREZESA OTWARTYCH KLATEK

Szanowni Państwo,

z ogromną przyjemnością oddajemy w Państwa ręce raport Stowarzyszenia Otwarte Klatki podsumowujący postępy biznesu w wycofywaniu jaj klatkowych w Polsce w 2024 roku.

Publikujemy ten raport już po raz siódmy. Z roku na rok kumulują się przemowe zmiany, których dokonują sieci handlowe, firmy z branży HoReCa czy producenci żywności. Efekt kuli śnieżnej powoduje, że decyzje pojedynczych firm prowadzą ostatecznie do niezwykłych zmian dla zwierząt w Polsce.

Ich skalę i znaczenie łatwo jest przeoczyć. Dlatego ten raport ma według mnie tak ogromną wartość – pozwala raz w roku zrobić krok w tył i dostrzec, jak wiele się zmieniło. W ciągu ostatniego roku udział chowu klatkowego spadł o niemal 5 punktów procentowych. Choć może się wydawać, że to niewielka zmiana, w kontekście skali produkcji oznacza to, że kilka milionów kur niosek uniknęło życia w klatkach.

Weszliśmy w rok 2025 – dla wielu firm to, wedle założeń, ostatni rok korzystania z jaj klatkowych i/lub ich sprzedaży. Pisząc wstęp do tegorocznego raportu, myślę już o raporcie, który opublikujemy za rok i który, mam nadzieję, będzie pełen relacji firm o sukcesach w wycofywaniu jaj klatkowych. Zmiana, niegdyś uznawana za niemożliwą, dzieje się na naszych oczach. Zapraszam do lektury raportu, aby ta ważna dla zwierząt transformacja nie umknęła Państwa uwadze.

Paweł Rawicki

Paweł Rawicki

Prezes Stowarzyszenia Otwarte Klatki



Raport w pigułce

Kolejne przełomowe kroki firm na rzecz poprawy dobrostanu kur niosek

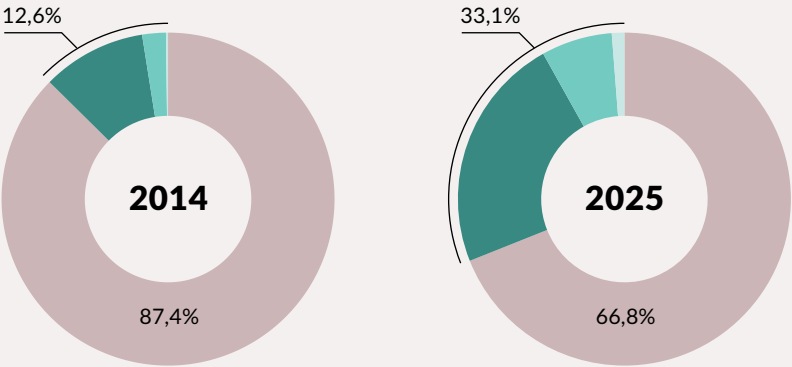


- ✓ **Carrefour** dołączył do grona sklepów, które całkowicie wycofały świeże jaja klatkowe ze swoich półek. W poprzednich latach spośród największych sieci dokonały tego Biedronka, Kaufland, Netto, Makro i Żabka.
- ✓ **Kaufland, Auchan, Lidl i Żabka** zrealizowały już deklaracje wycofania jaj klatkowych z produktów gotowych marek własnych.
- ✓ Sieć polskich sklepów spożywczych **Frac** od 2025 roku nie sprzedaje jaj klatkowych.
- ✓ **Dino** potwierdziło w komunikacie prasowym wycofanie jaj klatkowych z półek do końca 2025 roku i zadeklarowało ich eliminację ze składu produktów marki własnej.
- ✓ Sieć sklepów **Topaz** opublikowała oświadczenie, w którym podtrzymuje zobowiązanie wobec konsumentów z 2018 roku o wycofaniu jaj klatkowych do końca 2025 roku.
- ✓ **Majonez Kielecki** od października 2024 roku jest produkowany jedynie w oparciu o jaja z alternatywnych systemów chowu.
- ✓ Producent majonezu i sosów **Ocetix** od września 2024 roku stosuje wyłącznie surowce jajeczne pochodzące z chowu ściółkowego.
- ✓ Wszystkie produkty producenta majonezu i sosów **Mosso Kewpie** z końcem stycznia 2025 roku stały się wolne od jaj klatkowych.
- ✓ **Fabryka Cukiernicza Kopernik** zakończyła proces wycofania jaj klatkowych w 2024 roku.
- ✓ **Wedel** ogłosił całkowite odejście od jaj klatkowych od początku 2025 roku.
- ✓ Od stycznia 2025 roku **Wawel** nie kupuje już nowych partii surowca jajecznego z chowu klatkowego na potrzeby produkcji.
- ✓ **Lisner** zrezygnował z jaj klatkowych we wszystkich swoich produktach w styczniu 2025 roku.



33%

Już prawie 1/3 kur w Polsce, 33,12%, utrzymywana jest w systemach chowu alternatywnych do klatkowego.



system chowu	2014	2025
klatkowy	87,39%	66,88%
ściółkowy	10,10%	25,25%
wolnowybiegowy	2,29%	6,69%
ekologiczny	0,22%	1,18%

Źródło: Główny Inspektorat Weterynarii, Wykaz podmiotów zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 852/2004


20 p.p.

Kiedy Otwarte Klatki rozpoczynały działania na rzecz kur niosek w 2014 roku, udział chowu klatkowego wynosił 87,39%, od tego czasu **spadł o 20,51 punktów procentowych**, do 66,88%.

Proporcja chowu klatkowego do systemów alternatywnych **spada systematycznie** z roku na rok i najczęściej także z miesiąca na miesiąc.


38%

W 2024 roku spośród jaj pakowanych **38,62% pochodziło z chowu bez-klatkowego**.



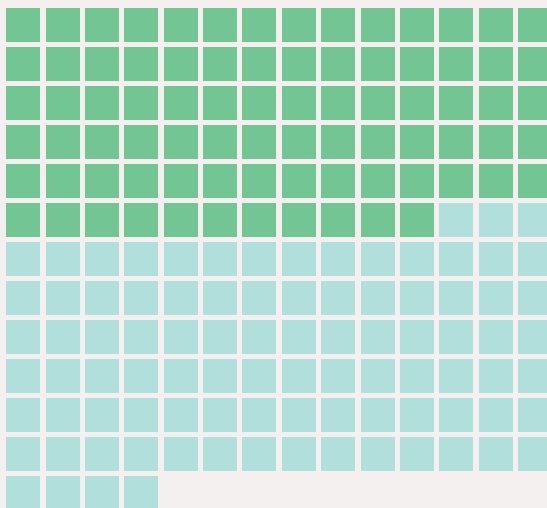
Ze 173 firm, które zadeklarowały wycofanie jaj klatkowych do końca 2025 roku, 81 już wdrożyło swoje polityki. Większość pozostałych firm raportuje swoje postępy i potwierdza, że kontynuuje proces.

47%

Firmy, które
już zrealizowały
deklarację
(81 firm)

53%

Firmy, które
są w trakcie
(89 firm)



80%

80,8% Polek i Polaków uważa, że chów klatkowy nie zapewnia kurom odpowiednich warunków do życia.

Dla 71,8% konsumentów przy zakupie istotne są warunki chowu, z jakich pochodzą jaja.



54 mln
zwierząt

W Polsce na potrzeby produkcji jaj utrzymuje się do 54 mln kur niosek (liczba odnosi się do maksymalnej pojemności ferm).



Polski rynek jaj

Skala produkcji

W Polsce na potrzeby produkcji jaj utrzymywanych może być obecnie do 54 126 547 (ok. 54 mln) kur niosek¹. Liczba ta odnosi się do maksymalnej obsady zakładów znajdujących się w rejestrze Głównego Inspektoratu Weterynarii, tj. utrzymujących powyżej 350 kur. Liczba ferm utrzymujących kury wynosi powyżej 1000 (w marcu 2025 1035 zakładów)².

11
miliardów jaj

W 2023 roku odnotowano w Polsce produkcję niemal 11 miliardów jaj konsumpcyjnych (10 967 704 tys. szt.)³

179
na osobę

Statystyczny Polak konsumuje rocznie 179 jaj⁴

262
nieśność

Średnia nieśność jednej kury nioski wyniosła w 2023 roku 262 jaja⁵

Polska zajmuje piąte miejsce wśród krajów Unii Europejskiej pod względem liczby wyprodukowanych ton jaj, a trzecie pod względem liczby dostępnych stanowisk dla kur niosek⁶. Komisja Europejska, publikując dane na ten temat, nie odnosi się do tej różnicy – może ona wynikać z niższej średniej wydajności produkcyjnej, okresowych przerw w obsadzie ferm, różnic w systemach chowu lub czynników ekonomicznych wpływających na realne wykorzystanie dostępnej infrastruktury.

1 Główny Inspektorat Weterynarii, Wykaz podmiotów zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 852/2004, 17.03.2025

2 Tamże.

3 Główny Urząd Statystyczny, Fizyczne rozmiary produkcji zwierzęcej w 2023 r.

4 Główny Urząd Statystyczny, Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2024

5 Główny Urząd Statystyczny, Fizyczne rozmiary produkcji zwierzęcej w 2023 r.

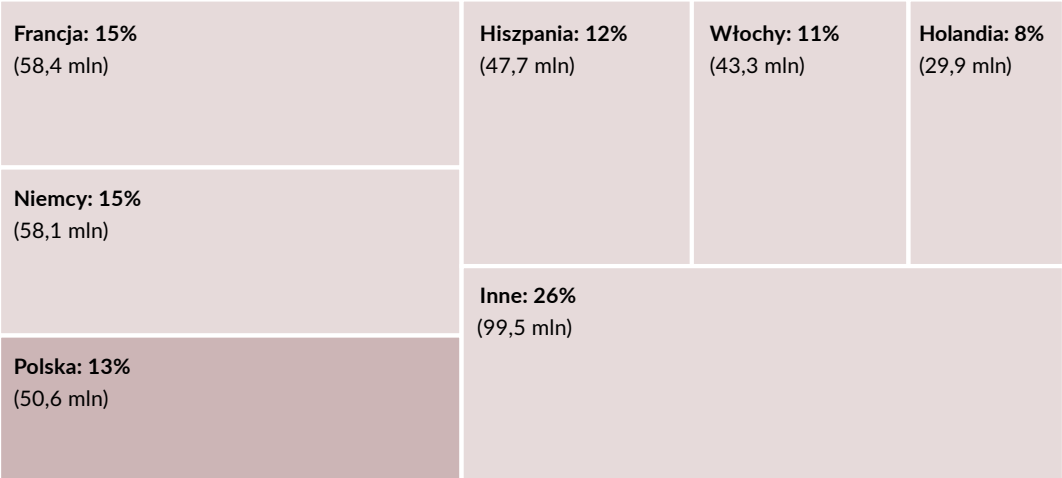
6 Komisja Europejska, Eggs Market Situation Dashboard, 12.03.2025

Główni producenci jaj w UE w 2023 roku



Źródło: Komisja Europejska, Eggs Market Situation Dashboard, 2025⁷

387,5 mln kur niosek hodowanych w UE w 2023 roku z podziałem na kraje



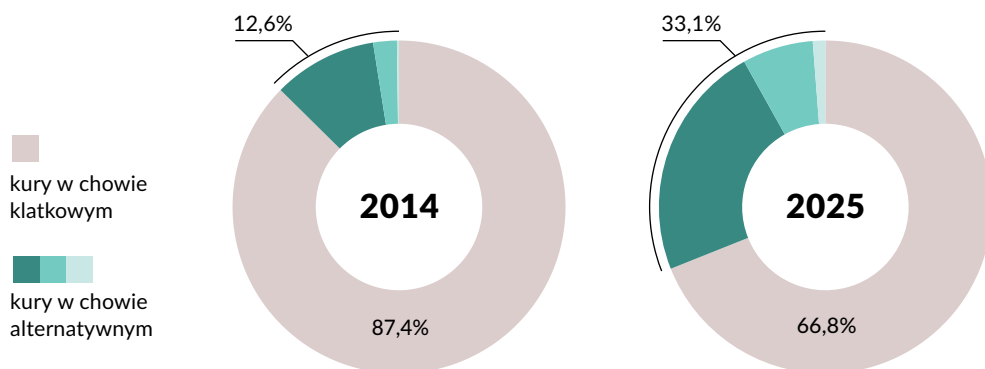
Źródło: Komisja Europejska, Eggs Market Situation Dashboard, 2025

⁷ Produkcja obejmuje jaja konsumpcyjne i wylęgowe.

Spadający udział chowu klatkowego

Udział chowu klatkowego kur niosek w Polsce systematycznie zmniejsza się na rzecz systemów alternatywnych. Zmiany w strukturze chowu widać z roku na rok, a nawet z miesiąca na miesiąc. **Obecnie już 33,12% kur utrzymywanych jest w systemach ściółkowym (25,25%), wolnowybiegowym (6,69%) lub ekologicznym (1,18%).**

Stowarzyszenie Otwarte Klatki rozpoczęło działania na rzecz poprawy dobrostanu kur niosek w 2014 roku. Pierwsze deklaracje polskich sieci handlowych pojawiły się w roku 2016⁸. Między początkiem roku 2014 a marcem 2025, **udział chowu klatkowego spadł o ponad 20 punktów procentowych (z 87,39% do 66,88%).**



W klasyfikacji chowu istnieją cztery systemy: klatkowy (oznaczany numerem 3), ściółkowy (2), wolnowybiegowy (1) i ekologiczny (0). W chowie klatkowym na jedną kurę przypada maksymalnie 750 cm². W chowie ściółkowym dopuszcza się maksymalnie 9 kur na 1m², przy czym ściółka musi stanowić co najmniej ⅓ powierzchni kurnika, obecne są także grzędy. W chowie wolnowybiegowym kury mają dodatkowo dostęp do wybiegu o powierzchni 4m² na jedną kurę. W chowie ekologicznym maksymalna obsada w kurniku to 6 kur na 1m², a rozmiary wybiegu pozostają takie same^{9,10}.



8 Polityka Dobrostanu – Monitoring postępu firm, politykadobrostanu.pl

9 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/848 z dnia 30 maja 2018 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych

10 Dyrektywa Rady 1999/74/WE z dnia 19 lipca 1999 r. ustanawiająca minimalne normy ochrony kur niosek

Liczba i procentowy rozkład stanowisk dla kur niosek w poszczególnych systemach chowu w latach 2014–2025

Miesiąc-rok	Liczba stanowisk 0-3	0	1	2	3	Razem 0-2
Sty-2014	38 446 703	0,22%	2,29%	10,10%	87,39%	12,61%
Sty-2019	48 605 833	0,68%	3,55%	11,30%	84,47%	15,53%
Sty-2020	49 301 238	0,80%	3,85%	12,67%	82,67%	17,33%
Sty-2021	50 063 037	0,85%	4,41%	13,67%	81,07%	18,93%
Sty-2022	50 551 499	1,00%	5,03%	16,88%	77,09%	22,91%
Sty-2023	52 106 717	0,99%	5,47%	19,37%	74,16%	25,84%
Sty-2024	52 779 506	1,04%	6,22%	20,94%	71,80%	28,20%
Sty-2025	54 179 536	1,17%	6,51%	22,92%	69,40%	30,60%

Źródło: Główny Inspektorat Weterynarii, Wykaz podmiotów zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 852/2004

Liczba i procentowy rozkład stanowisk dla kur niosek w poszczególnych systemach chowu w latach 2024–2025

Miesiąc-rok	Liczba stanowisk 0-3	0	1	2	3	Razem 0-2
Sty-2024	52 779 506	1,04%	6,22%	20,94%	71,80%	28,20%
Lut-2024	52 681 436	1,04%	6,34%	20,99%	71,63%	28,37%
Mar-2024	52 719 910	1,04%	6,38%	21,03%	71,55%	28,45%
Kwi-2024	52 777 580	1,10%	6,37%	21,06%	71,47%	28,53%
Maj-2024	52 841 739	1,10%	6,37%	21,15%	71,38%	28,62%
Cze-2024	52 834 822	1,10%	6,36%	21,23%	71,31%	28,69%
Lip-2024	53 181 489	1,09%	6,31%	21,84%	70,76%	29,24%
Sier-2024	53 185 881	1,09%	6,30%	21,86%	70,75%	29,25%
Wrz-2024	53 611 501	1,14%	6,42%	21,71%	70,72%	29,28%
Paź-2024	53 193 131	1,15%	6,56%	22,26%	70,03%	29,97%
Lis-2024	53 501 643	1,15%	6,58%	22,15%	70,13%	29,87%
Gru-2024	53 709 113	1,22%	6,65%	22,11%	70,02%	29,98%
Sty-2025	54 179 193	1,17%	6,51%	22,92%	69,40%	30,60%
Lut-2025	54 261 928	1,17%	6,55%	23,16%	69,12%	30,88%
Mar-2025	54 126 547	1,18%	6,69%	25,25%	66,88%	33,12%

Źródło: Główny Inspektorat Weterynarii, Wykaz podmiotów zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 852/2004. Dane za marzec pochodzą z dn. 17.03.2025

Mniej jaj z chowu klatkowego wśród jaj pakowanych

Większość produkowanych w Polsce jaj trafia do zakładów pakowania, gdzie nadawane im są oznaczenia odpowiednie dla danego systemu chowu, kraju pochodzenia i konkretnej fermy*. W 2024 roku w zakładach pakowania odnotowano 7,5 miliarda jaj, **a spośród nich aż 38,2% to jaja od kur chowanych w alternatywnych systemach.**

Poniższe dane obejmują wszystkie zakłady pakowania jaj ujęte w wykazie Głównego Inspektoratu Weterynarii. Jaja, które nie są oznaczane, trafiają do przetwórstwa, przemysłu, samozaopatrzenia oraz sprzedaży bezpośredniej.

Liczba jaj w zakładach pakowania wg systemu chowu w 2024 roku [tys. sztuk]

0	1	2	3	Razem 0-2	Razem 0-3
175 057	891 533	1 850 984	4 637 563	2 917 574	7 555 137
2,32%	11,80%	24,50%	61,38%	38,62%	100%

Źródło: Główny Urząd Statystyczny, Pakowanie jaj kurzych konsumpcyjnych w 2024 roku

* W listopadzie 2023 roku opublikowano Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2023/2464, zgodnie z którym od listopada 2024 roku znakowanie jaj powinno odbywać się w miejscu produkcji, tj. na fermie¹¹. Komisja wskazała na ryzyko fałszywego znakowania, niezamierzonego lub zamierzonego, czy problemy z identyfikowalnością jaj, a także rosnące zapotrzebowanie na jaja i w konsekwencji – konieczność zaostreżenia przepisów. Państwa członkowskie mają jednak możliwość wprowadzania odstępstw.

Eksport i import

Polska produkcja jaj znacząco przekracza krajowe zapotrzebowanie – około 40% jaj trafia na eksport. Zagraniczny handel polskimi jajami jest wart ok. 471 milionów euro i obejmuje ok. 238,5 tys. ton¹². Jesteśmy drugim, po Holandii, największym eksporterem jaj w Unii Europejskiej¹³.

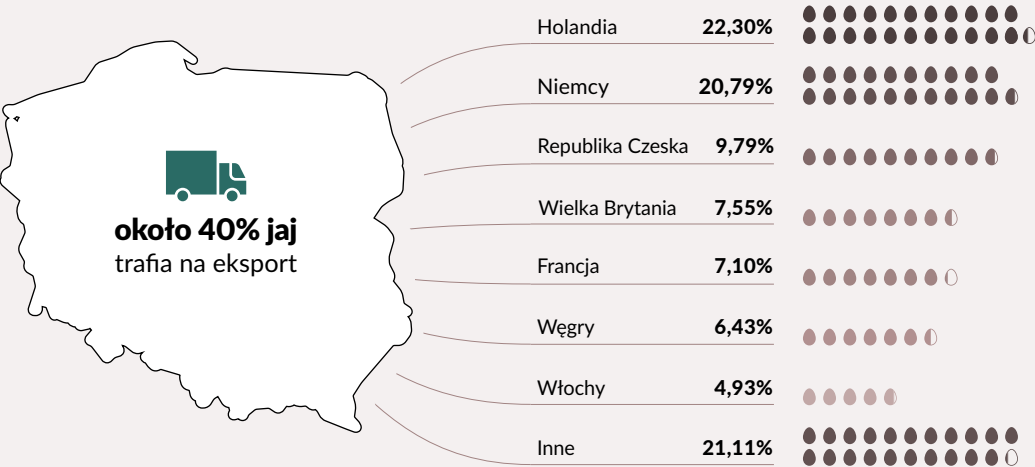
11 Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2023/2464 z dnia 17 sierpnia 2023 r. zmieniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 w odniesieniu do norm handlowych dotyczących jaj

12 Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Biuletyn „Rynek jaj spożywczych”, 6.03.2025

13 Faostat, Trade, Crops and livestock products, 2025

Najwięcej jaj z Polski kierowanych jest do krajów Europy, w których największe sieci handlowe w dużej mierze wyeliminowały już jaja klatkowe w skorupkach ze swoich półek. Biorąc pod uwagę dużą skalę eksportu i wciąż wysoki odsetek chowu klatkowego w Polsce, można przypuszczać, że jaja eksportowane to w dużej mierze jaja klatkowe, wykorzystywane za granicą w postaci przetworzonej.

Polski handel jajami w 2024 roku



Źródło: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Biuletyn „Rynek jaj spożywczych”, 6.03.2025

Import jaj do Polski w porównaniu z eksportem utrzymuje się na stosunkowo niskim poziomie. W 2024 roku jego wartość wyniosła ok. 93 miliony euro, zaimportowano ok. 30 tys. ton jaj, w tym najczęściej z Ukrainy (7,8 tys. ton), Holandii (5,7 tys. ton), Niemiec (4,1 tys. ton) czy Litwy (3,1 tys. ton)¹⁴.

14 MRiRW, „Rynek jaj spożywczych”, 6.03.2025

Grypa ptaków

Rozprzestrzenianie się wirusa ptasiej grypy to problem, którego nie da się przypisać do konkretnego systemu produkcji. Choroba dotyka zarówno stada utrzymywane w systemach klatkowych jak i bezklatkowych, oba typy chowu zwierząt odgrywają

rolę w jej utrzymywaniu i rozprzestrzenianiu się.

W niedawnym oświadczeniu dla WATT Global Media Emily Metz, prezes American Egg Board, wskazuje: „Choć ponad jedna trzecia kur niosek w USA jest hodowana w systemie bezklatkowym, ponad 50% kur niosek dotkniętych przez HPAI pod koniec ubiegłego roku to ptaki z chowu bezklatkowego. Ważne jest, aby wiedzieć, że nie ma to nic wspólnego z warunkami produkcji bezklatkowej; **grypa ptaków nie rozróżnia typu chowu ani wielkości fermy.** Choroba jest przenoszona przez dzikie ptaki.”

Okresowo ptasia grypa może mieć wysoki wpływ na podaż, a tym samym ceny jaj w Polsce i na świecie. Za rozprzestrzenianie wirusa odpowiada migrujące, dzikie ptactwo wodne, jednak kolejna droga rozprzestrzeniania się patogenu realizowana jest „w głównej mierze przez człowieka, który przenosi

wirusa w sposób pośredni: na obuwiu, odzieży, sprzęcie czy na środkach lokomocji (koła pojazdów)”¹⁵. **Dlatego kluczowa pozostaje kwestia bioasekuracji**, w tym jak kontrola dostępu do fermy, dezynfekcja sprzętu, stosowanie odzieży ochronnej i wiele innych.

Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności Unii Europejskiej (EFSA) w swoim raporcie z 2022 roku wskazywał, że pierwotne ogniska ptasiej grypy często występowały w gospodarstwach bez dostępu na zewnątrz, również w systemach produkcji drobiu o wysokich standardach bioasekuracji, takich jak fermy reprodukcyjne¹⁶. Z kolei w raporcie za okres wrzesień-grudzień 2024 dla Polski odnotowano 2 ogniska w chowie wolnowybiegowym, podczas gdy wszystkich ognisk było 19¹⁷.

15 Główny Inspektorat Weterynarii, Zasady ochrony biologicznej osób i zwierząt w związku z HPAI, 2023

16 European Food Safety Authority, Avian influenza overview September – December 2022, 2023

17 European Food Safety Authority, Avian influenza overview September – December 2024, 2025





Jarosław Urbański, analityk Zachodniego Ośrodka
Badań Społecznych i Ekonomicznych, podsumowuje:

Wysoce zjadliwa grypa ptaków (HPAI) stanowi w Polsce poważny problem. Pojawiła się ona w naszym kraju w trzech odsłonach. Najpierw w 2007 roku, następnie w latach 2016-2017, a od roku 2019 epizootia¹⁸ ta **przeszła w stan permanentny** i występuje każdego roku z większym lub mniejszym nasileniem. Kwestia dotyczy zarówno ptaków żyjących dziko, jak i też utrzymywanych na jaja (kur niosek), mięso (kurcząt, indyków, kaczek), stad reprodukcyjnych itd.

W omawianym okresie grypa ptaków zaatakowała stada hodowlane liczące łącznie ok. 25 mln osobników. Do tej pory najgroźniejsza sytuacja miała miejsce w 2021 roku, kiedy epizootia dotknęła w sumie 14,3 mln ptaków hodowlanych w 403 ogniskach. Wówczas też pojawił się problem z utylizacją tak dużej liczby padłego i uśmierconego drobiu, a tworzenie tzw. grzebalisk wywoływało protesty społeczne.

Przez cały 2024 rok pojawiło się łącznie 50 ognisk grypy ptaków wśród drobiu, a od stycznia do lutego 2025 roku stwierdzono już 34 ogniska. Oznacza to, że nadszedł kolejny rok występowania tej epizootii na terenie Polski.

Trzeba zaznaczyć, że **choć ognisk grypy ptaków z nioskami jest zdecydowanie mniej niż w przypadku pozostałego drobiu, to choroba dotyka większej liczby osobników**. Na przykład w zeszłym roku na 50 ognisk grypa zaatakowała tylko 6 stad niosek, ale skupiały one aż 54% wszystkich zarażonych w 2024 roku ptaków. Podobnie przez pierwsze dwa miesiące bieżącego roku – na 34 ogniska tylko 4 z nich dotyczą niosek, ale **obejmują aż 55% dotkniętych chorobą ptaków w Polsce**. W związku z koncentracją chowu niosek bywa, że atakowane przez gripę ptaków są stada liczące nawet ponad milion osobników.

Z tytułu odszkodowań, likwidacji i zapobiegania HPAI wydano w Polsce z budżetu państwa od 2006 roku w sumie ok. 1,5 mld zł. Koszty ekonomiczne są jednak większe i trudne do oszacowania, np. związane z utratą części rynku eksportowego czy wahaniami cen produktów pochodzenia drobiowego.

18 Epizootia – masowe wystąpienie choroby zakaźnej zwierząt na określonym terenie i w określonym czasie.

Wycofywanie jaj klatkowych przez firmy w Polsce

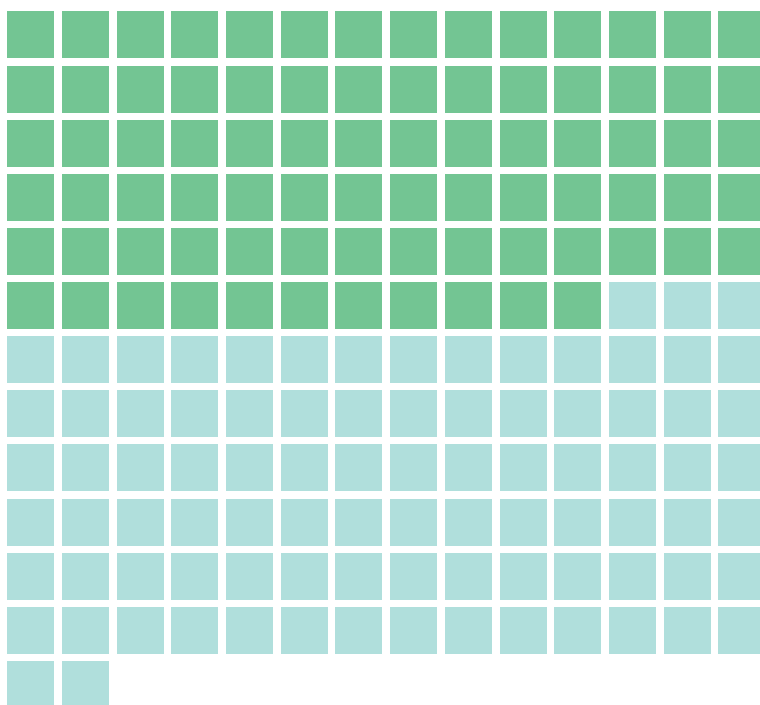
Deklarację rezygnacji z „trójek” wydało w Polsce od 2016 roku ponad 170 przedsiębiorstw. Znaczna część z nich, bo 81 firm, już całkowicie zrealizowała swoje polityki. Wśród pozostałych 57 dostarcza informacji o swoim postępie. Większość zobowiązań wydano z terminem do końca 2025 roku.

47%

Firmy, które
już zrealizowały
deklarację
(81 firm)

53%

Firmy, które
są w trakcie
(89 firm)





To właśnie firmom, które konsekwentnie wdrażają swoje zobowiązania zawdzięczamy spadek udziału chowu klatkowego w Polsce o ponad 20 punktów procentowych w ciągu ostatnich 10 lat. Te działania, w tym wszystkie małe i wielkie kroki, przyczyniają się do realnej poprawy warunków życia milionów zwierząt.

Kampania Otwartych Klatek na rzecz kur niosek trwa już od ponad dekady. W tym czasie przeprowadziliśmy niezliczone spotkania, rozmowy, promocje pozytywnych decyzji marek oraz szereg wspólnych inicjatyw. Jesteśmy wdzięczni każdej osobie, która przyczyniła się do wprowadzenia zmian na rzecz dobrostanu kur w swojej firmie.

Choć wciąż pozostaje wiele do zrobienia, jesteśmy na dobrej drodze. Większość przedsiębiorstw utrzymuje z nami stały kontakt, informując o postępach i implementacji zobowiązań.

Przeważająca część firm zobowiązała się zakończyć proces eliminacji „trójkę” właśnie w tym roku. Mamy nadzieję, że najbliższy czas przyniesie kolejne pozytywne zmiany. Jednocześnie planujemy dalsze działania społeczne, które – wierzymy – będą dodatkowym impulsem dla całej transformacji.

Liczymy na to, że w przyszłości, wspólnie, całkowicie odeślemy chów klatkowy do historii.

Dziękujemy za Państwa zaangażowanie!

Maria Madej,
Menadżerka ds. Zmian Rynkowych
w Stowarzyszeniu Otwarte Klatki



Jakie kroki wiążą się z wycofaniem jaj klatkowych?

Pierwszym krokiem do wycofania jaj klatkowych jest zazwyczaj publicznie dostępna i klarowna deklaracja w duchu odpowiedzialności społecznej biznesu, skierowana do klientów. Kolejne etapy obejmują szereg działań związanych z implementacją zobowiązania. W ramach tegorocznej ankiety Otwartych Klatek polskie przedsiębiorstwa z branży spożywczej, handlowej i HoReCa informowały o podjętych krokach.

Kroki podjęte w ramach wycofywania jaj klatkowych w 2024 roku

Odsetek pozytywnych wskazań

✓ **54%** negocjacje warunków umów z dostawcami



✓ **49%** poszukiwanie nowych dostawców jaj lub surowca jajecznego



✓ **44%** zwiększenie zamówień na jaja lub surowiec z chowu alternatywnego



✓ **31%** zredukowanie zamówień na jaja lub surowiec z chowu klatkowego



✓ **28%** uwzględnienie przejścia na surowiec bezklatkowy w budżecie rocznym



Źródło: Odpowiedzi udzielone przez 39 firm w ramach ankiety Otwartych Klatek

Firmy poinformowały także o dodatkowych strategiach, takich jak:

- ✓ wycofanie promocji na asortyment jaj klatkowych;
- ✓ podjęcie rozmów z dostawcami w zakresie dostosowania składu półproduktów i produktów gotowych;
- ✓ kampanie edukacyjne skierowane do zrzeszonych franczyz i spółdzielni;
- ✓ modyfikacja istniejących receptur produktów, zmiany menu;
- ✓ opieranie nowości produktowych i nowych receptur wyłącznie o jaja z chowu alternatywnego.





Sieci handlowe

Wszystkie największe sieci handlowe w Polsce wydały publiczne deklaracje wycofania świeżych jaj klatkowych ze swoich półek z najpóźniejszym terminem na koniec 2025 roku. Detaliści pracują także nad wyeliminowaniem jaj klatkowych ze składu produktów marek własnych. Poniższa tabela prezentuje status tych prac, wskazując jednocześnie na stopień transparentności poszczególnych przedsiębiorstw w kwestii udziału jaj klatkowych w sprzedaży i planów firmy w tym zakresie.

Dane pochodzą z przeprowadzonej przez Stowarzyszenie Otwarte Klatki corocznej ankiety lub z publicznie dostępnych dokumentów, takich jak raporty odpowiedzialności społecznej firm.

Status wycofywania jaj klatkowych przez sieci handlowe

Poniższa tabela przedstawia status wycofywania jaj klatkowych przez sieci handlowe. Kolumny *Wszystkie jaja świeże* oraz *Marka własna jaja świeże* przedstawiają udział jaj z chowu bezklatkowego w ogólnej liczbie sprzedanych jaj. Kolumna *Marka własna produkty gotowe* odnosi się do gotowych produktów marki własnej danej sieci, zawierających jaja w składzie, i wskazuje, jaki procent z nich zawiera wyłącznie jaja bezklatkowe. Dane za rok 2024 w kilku przypadkach zostały zaktualizowane o status na rok 2025, a zmiany te zostały odpowiednio oznaczone w tabeli.



Sieć sklepów	Wszystkie jaja świeże		Marka własna jaja świeże		Marka własna produkty gotowe		Aktualizacja 2025
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	
Biedronka	100%		100%		100%		Produkty gotowe 100%*
Kaufland	100%		100%		90%	bd	
Netto	100%		100%		bd	51%	Produkty gotowe 79%
Carrefour	82,9%	86%	100%		76%	76%	Wszystkie jaja świeże 100%
Auchan	60%	65%	100%		bd	45%	Produkty gotowe 100%
Frisco	100%		100%		nd		Wszystkie jaja świeże 100%
Żabka	100%		nd		100%*		
Makro	100%		100%		✗		Marka własna jaja świeże 100%
Lidl	58%	51%	56%	50%	99%	100%	
Intermarché	85%	61,6%	39%	40%	5%	65%	Wszystkie jaja świeże 100%
Stokrotka	44%	54,5%	42%	53,8%	23%	59,1%	
Frac	bd		nd		nd		Wszystkie jaja świeże 100%
Chata Polska	bd	✗ (65,14%*)	bd	47,23%	bd	57,14%	Marka własna jaja świeże 100%
Schiever (Bi1)	77%	89,7%	nd		nd		Wszystkie jaja świeże 100%
KZRSS Społem	60%	60%	nd		✗		
Aldi	✗		100%		82,2%	✗	Marka własna jaja świeże 100%
Spar	✗*		100%		✗		
E.Leclerc	✗		100%		✗		

Sieci, które potwierdzają wdrażanie deklaracji, ale nie publikują danych liczbowych	
Dino*	×
POLOmarket*	×
Topaz*	×
Sieci, które nie komunikują transparentnie swoich planów względem deklaracji	
Eurocash (ABC, Arhelan, Delikatesy Centrum, Euro Sklep, Groszek, Lewiatan, Gama)	×
Top Market	×
Prim	×
Wizan	×

- ×
- oznacza, że firma nie informuje o swoich działaniach w danym zakresie

nd

 nie dotyczy: dana kategoria nie dotyczy firmy ze względu na brak oferty marki własnej

bd

 brak danych: firma nie publikowała danych w przeszłości

Wyjaśnienia:

* **Kaufland** wymaga od dostawców produktów gotowych marek własnych, aby od 2025 roku w recepturach, w których udział jaj stanowi powyżej 1%, stosowali jaja z alternatywnych form chowu.

* **Żabka** w 2024 roku poinformowała o wycofaniu jaj klatkowych z produktów, w których jaja są głównym składnikiem, a z początkiem 2025 roku o całkowitej eliminacji „trójek” ze wszystkich produktów marek własnych.

* **Chata Polska:** dane dotyczące wszystkich jaj świeżych odnoszą się jedynie do dystrybutora – firmy Mar-OL, która jest także właścicielem sklepów centralnych Chaty Polskiej.

* **Spar:** w sklepach sieci Spar zarządzanych centralnie nie są dostępne jaja z chowu klatkowego. Spar wycofał świeże jaja klatkowe marki własnej i nie prowadzi ich obrotu hurtowego.

* **Dino:** z estymacji przeprowadzonej przez Otwarte Klatki w 16 sklepach Dino z 9 województw wynika, że jaja klatkowe mogą stanowić obecnie około 40% sprzedaży. Sieć Dino w grudniu 2024 roku opublikowała oświadczenie, że kontynuuje proces wycofywania jaj klat-

kowych zgodnie z deklaracją i poinformowała, że procesem obejmuje także produkty gotowe marki własnej.

* **Polomarket** poinformował w ankiecie, że w 2024 roku istotnie zwiększył sprzedaż jaj z alternatywnych rodzajów chowu oraz że w stosunku do 2023 roku istotnie podniesiony został także udział produktów marki własnej zawierających w składzie jaja z chowu alternatywnego.

* **Topaz** w marcu 2025 roku opublikował oświadczenie, że kontynuuje proces wycofywania jaj klatkowych zgodnie z deklaracją.



Netto: „wycofanie trójek wzmocniło naszą pozycję”

Sieć Netto jest jednym z pionierów procesu rezygnacji z jaj klatkowych w Polsce. Firma podkreśla pozytywny odbiór tej zmiany wśród swoich klientów, wskazuje na znaczenie bliskiej współpracy z dostawcami i starannego planowania oraz zaznacza, że działania zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju stanowią fundament nowoczesnego biznesu.



O działaniach sieci opowiada
Patrycja Kamińska,
PR Manager w **Netto Polska**:



— Od listopada 2021 r. w sklepach Netto nie sprzedajemy jaj z chowu klatkowego. Jesteśmy z tego dumni, zwłaszcza że jesteśmy pierwszą siecią handlową w Polsce, która zdecydowała się na ten krok. Zależy nam, by rozwijać się w sposób zrównoważony, z poszanowaniem dla otoczenia, a wycofanie ze sprzedaży „trójek” zdecydowanie wpisuje się w ten kierunek. **Zrozumienie dla tej decyzji okazali zarówno współpracujący z nami producenci jaj, jak i nasi klienci, co było dla nas ważne i tylko utwierdziło nas w przekonaniu, że jesteśmy gotowi na takie zmiany w ramach całego łańcucha wartości.**

Jeśli chodzi o najważniejsze doświadczenia w procesie, **kluczowa była ścisła współpraca z dostawcami i przygotowanie się do zmiany.** Rezygnacja z jaj klatkowych wywołała potrzebę zwiększenia dostępności innych rodzajów jaj, oferując rozpiętość cenową dla tej kategorii, którą wspólnie z naszymi partnerami zapewniliśmy klientom. Pozytywny odbiór ze strony klientów sprawił, że zaczęliśmy przygotowywać się do procesu rezygnacji z jaj klatkowych jako składników marek własnych. Już teraz w wielu naszych produktach, takich jak majonez Chestfords, makarony Tradycyjny Smak, część dań gotowych Twoje Bistro, a także słodczy marki Ariante i Chocobella, stosujemy wyłącznie jaja z chowu ściółkowego lub z wolnego wybiegu. Warto podkreślić, że proces ten nie odbywał się – i nie odbywa – z dnia na dzień. Wymaga licznych rozmów, ustaleń i dostosowań w łańcuchu dostaw. Aktualnie cały czas pracujemy

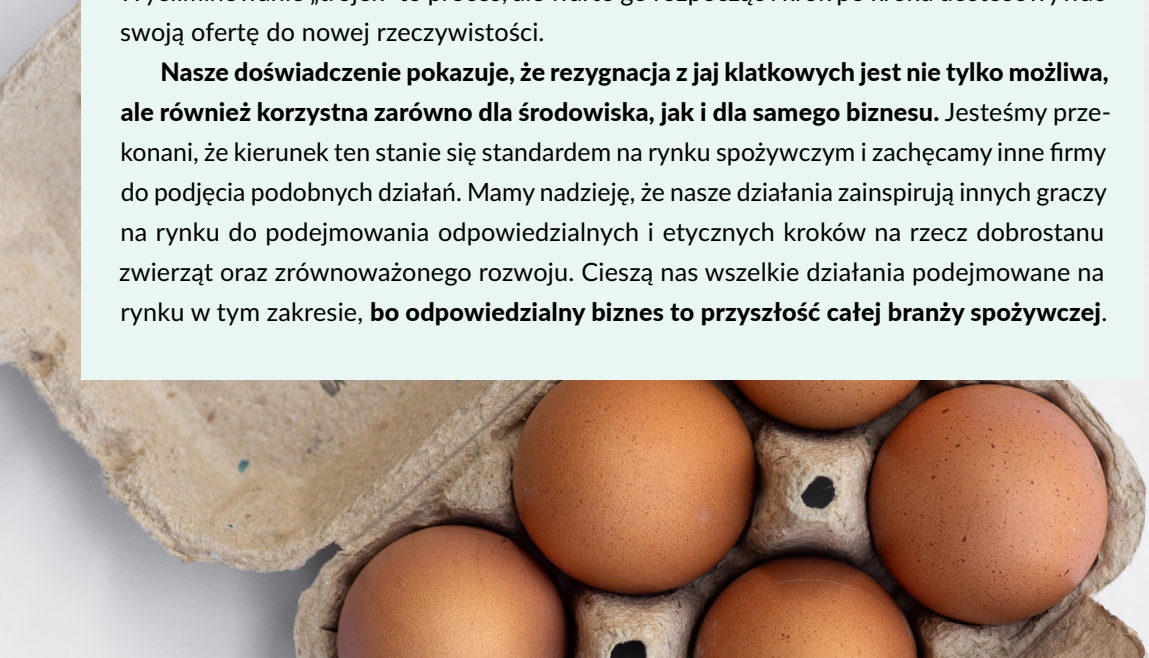
nad realizacją naszego zobowiązania, jakim jest wyeliminowanie jaj klatkowych jako składnika produktów marek własnych do końca 2025 roku.

Obecnie jesteśmy na zaawansowanym etapie realizacji tego celu – już 79% produktów marek własnych Netto zawierających jaja nie posiada w składzie „trójek”. Każdego miesiąca podejmujemy kolejne kroki, by całkowicie wyeliminować je z użycia w produkcji. Proces ten przebiega w ścisłej współpracy z naszymi dostawcami, którzy również dostosowują swoje procesy produkcyjne do nowych wytycznych.

Z perspektywy czasu możemy powiedzieć, że **decyzja o wyeliminowaniu jaj klatkowych ze sprzedaży oraz wycofywaniu ich jako składnika naszych marek własnych wzmocniła naszą pozycję jako odpowiedzialnej firmy stawiającej na zrównoważony rozwój**. Odpowiedzialny handel jest kluczową wartością zarówno dla Netto, jak i dla całej Grupy Salling, do której należymy. Jesteśmy dumni, że udało nam się zrealizować nasz cel – wycofanie „trójek” ze sprzedaży – aż cztery lata wcześniej niż pierwotnie planowaliśmy. Warto zaznaczyć, że **taka decyzja buduje długoterminowe zaufanie naszych klientów**. Nie mamy wątpliwości, że działania proekologiczne stają się fundamentem nowoczesnego biznesu i prowadzą do pozytywnych zmian w całej branży spożywczej.

Firmom, które są jeszcze w trakcie tego procesu, **możemy doradzić przede wszystkim dokładne planowanie i otwartą komunikację z dostawcami oraz konsumentami**. Warto podkreślać korzyści płynące z wycofania jaj klatkowych, zarówno w kontekście dobrostanu zwierząt, jak i oczekiwań rynku. Klienci są coraz bardziej świadomi i doceniają transparentność oraz etyczne podejście do biznesu. **Współpraca z dostawcami powinna opierać się na długofalowych relacjach i wsparciu w dostosowaniu się do nowych standardów**. Wyeliminowanie „trójek” to proces, ale warto go rozpocząć i krok po kroku dostosowywać swoją ofertę do nowej rzeczywistości.

Nasze doświadczenie pokazuje, że rezygnacja z jaj klatkowych jest nie tylko możliwa, ale również korzystna zarówno dla środowiska, jak i dla samego biznesu. Jesteśmy przekonani, że kierunek ten stanie się standardem na rynku spożywczym i zachęcamy inne firmy do podjęcia podobnych działań. Mamy nadzieję, że nasze działania zainspirują innych graczy na rynku do podejmowania odpowiedzialnych i etycznych kroków na rzecz dobrostanu zwierząt oraz zrównoważonego rozwoju. Cieszą nas wszelkie działania podejmowane na rynku w tym zakresie, **bo odpowiedzialny biznes to przyszłość całej branży spożywczej**.





Jaja świeże

Jedną z najważniejszych aktualności tego roku w branży handlowej jest **całkowite wycofanie przez Carrefour świeżych jaj klatkowych z oferty w styczniu 2025 roku.**

Do grona firm, które zakończyły proces rezygnacji ze sprzedaży jaj klatkowych w skorupkach, dołączyła też sieć polskich sklepów spożywczych Frac.

Jaj „trójek” w skorupkach nie oferują już:



Biedronka



Netto



Kaufland



Żabka



Carrefour



Frac



Frisco



Makro

Firmy – Lidl, Polomarket – o swoich działaniach



Działania **Lidla** w 2024 roku przedstawia Mateusz Grzesik z Działu Jakości Zrównoważonego Rozwoju Działania **Lidl Polska**:

— W 2024 rozszerzyliśmy portfolio regionalnych jaj z wolnego wybiegu marki własnej **Złota Nioska** o dwa regiony: Mazowsze oraz Dorzecze Grabi. Wprowadziliśmy nowy produkt akcyjny w marce własnej **Złota Nioska**: **BIO Organic** jaja ekologiczne 20 szt. Naszym największym sukcesem roku 2024 był nowy produkt **Jaja z wolnego wybiegu od kury zielononóżki** w marce własnej **Złota Nioska**.

Sieć **Polomarket** w 2024 roku podniosła udział jaj z chowu alternatywnego w sprzedaży, co stało się przy jednoczesnym zintensyfikowaniu działań promocyjnych.

W 2024 o ponad 50% intensywniej promowaliśmy jaja z chowów alternatywnych w stosunku do 2023 roku.

Jaja w składzie produktów

Jaja, które znajdują się w składzie produktów, nie są objęte obowiązkiem oznaczania rodzaju chowu, z jakiego pochodzą. W związku z tym konsumenci często nie mają możliwości dokonywania w pełni świadomych wyborów podyktowanych troską o dobrostan kur. Dlatego tak ważne są decyzje firm o wycofaniu jaj klatkowych z produktów gotowych marki własnej, takich jak makarony, majonezy czy wypieki.



Całkowitej zmiany w tym zakresie dokonały już:



Biedronka



Kaufland



Lidl



Auchan



Żabka

Pozostałe sieci zobowiązały się zakończyć ten proces do końca roku 2025 (Netto, Aldi, Społem), 2026 (Intermarché i Stokrotka) lub 2027 (Dino)

Firmy – Stokrotka, Intermarché – o swoich działaniach



Daria Raganowicz,
Menadżerka ds. PR i Komunikacji Zewnętrznej,
opowiada o działaniach **Stokrotki**:



— Mając na celu dalszy udział w procesie pozytywnych zmian na rzecz zwierząt i ich propagowaniu, podjęliśmy decyzję o rozszerzeniu naszej dotychczasowej deklaracji dotyczącej wycofania ze sprzedaży świeżych jaj klatkowych. Jako odpowiedzialna organizacja, której celem jest działanie w sposób zrównoważony, zobowiązaliśmy się do usunięcia jaj klatkowych ze składu gotowych produktów marki własnej. Mamy nadzieję, że takie działanie przyczyni się do poprawy dobrostanu kur niosek oraz stanowić będzie element wsparcia klientów w ich zrównoważonych wyborach żywieniowych.

Zawartość jaj z chowu alternatywnego jest jednym z istotnych kryteriów doboru dostawców produktów marki własnej Stokrotki. Obecnie jesteśmy w trakcie wdrażania 11 nowych artykułów zawierających jaja z chowu ściółkowego. Zmiany te będą wpływać na znaczne zwiększenie procentowego udziału produktów zawierających jaja z chowu alternatywnego w produktach marki własnej.

Sieć **Intermarché** poinformowała, że w żadnym nowo wprowadzonym produkcie nie znajdują się już jaja klatkowe.

Nieustannie dążymy do ograniczenia ilości produktów Marki Własnej, posiadających w składzie jaja z chowu klatkowego. Wszystkie nowo wprowadzane produkty do naszej oferty asortymentowej, jeżeli zawierają w swoich składach jaja, to pochodzenia nieklatkowego.

Z produktów posiadających w swoich składach jaja, w czerwcu 2025 powinniśmy posiadać ponad 70% produktów, które nie mają w składzie jaj z chowu klatkowego. Pod koniec roku 2025 udział tych produktów powinien przekroczyć 80-85%.

Publiczne aktualizacje deklaracji (Dino, Topaz)

Część firm ogłosiła swoje decyzje o wycofaniu jaj klatkowych już niemal dekadę temu – pierwsze deklaracje w Polsce pojawiły się w 2016 roku. Z perspektywy transparentności wobec klientów bardzo istotną rolę odgrywają publiczne aktualizacje polityki przyjętej lata wcześniej, szczególnie jeśli firma nie decyduje się na regularne udostępnianie danych o udziale jaj klatkowych w sprzedaży czy produkcji.

Ostatnio na opublikowanie oświadczenia, które potwierdza założenia oryginalnej deklaracji, zdecydowały się sieci takie jak Dino czy Topaz.



dino
myślisz dalej

O DINO POLSKA CENTRUM PRASOWE

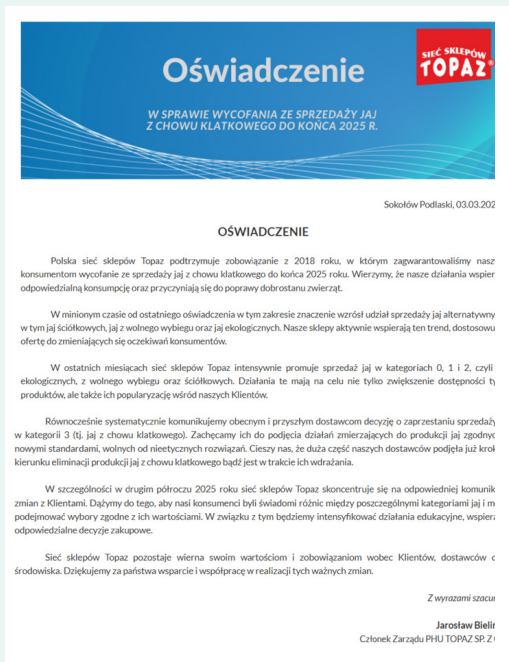
Sieć Dino kontynuuje proces wycofywania ze sprzedaży jaj z chowu klatkowego

Dino Polska kontynuuje proces wycofywania ze sprzedaży jaj pochodzących od kur z chowu klatkowego. Coraz większą część oferty każdego sklepu Dino stanowią jaja z chowu ściółkowego, ekologicznego oraz z wolnego wybiegu.

Uwzględniając oczekiwania konsumentów oraz możliwości producentów w zakresie dostarczania jaj innych niż klatkowe, Spółka będzie kontynuować wycofywanie jaj klatkowych w 2025 roku, z zamiarem całkowitego zakończenia ich sprzedaży do końca tego roku.

Oferta sklepów Dino opiera się głównie na produktach sprzedawanych pod markami producentów. W przypadku produktów marki własnej, które generują niewielką część obrotów, Dino Polska zobowiązała się do całkowitego wyeliminowania jaj z chowu klatkowego z procesów produkcyjnych nie później niż do końca 2027 roku.

Źródło: Zrzut ekranu ze strony Dino Polska,
17.03.2025



Oświadczenie

W SPRAWIE WYCOFANIA ZE SPRZEDAŻY JAJ Z CHOWU KŁATKOWEGO DO KOŃCA 2025 R.

Sokołów Podlaski, 03.03.2025

OŚWIADCZENIE

Polska sieć sklepów Topaz podtrzymuje zobowiązanie z 2018 roku, w którym zagwarantowaliśmy nasz konsumentom wycofanie ze sprzedaży jaj z chowu klatkowego do końca 2025 roku. Wierzymy, że nasze działania wspierają odpowiedzialną konsumpcję oraz przyczyniają się do poprawy dobrostanu zwierząt.

W minionym czasie od ostatniego oświadczenia w tym zakresie znaczenie wzrósł udział sprzedaży jaj alternatywnych w tym jaj ściółkowych, jaj z wolnego wybiegu oraz jaj ekologicznych. Nasze sklepy aktywnie wspierają ten trend, dostosowując ofertę do zmieniających się oczekiwań konsumentów.

W ostatnich miesiącach sieć sklepów Topaz intensywnie promuje sprzedaż jaj w kategoriach 0, 1 i 2, czyli ekologicznych, z wolnego wybiegu oraz ściółkowych. Działania te mają na celu nie tylko zwiększenie dostępności tych produktów, ale także ich popularyzację wśród naszych Klientów.

Równocześnie systematycznie komunikujemy obecnym i przyszłym dostawcom decyzję o zaprzestaniu sprzedaży w kategorii 3 tj. jaj z chowu klatkowego. Zachęcamy ich do podjęcia działań zmierzających do produkcji jaj zgodnych z nowymi standardami, wolnych od nieetycznych rozwiązań. Cieszy nas, że duża część naszych dostawców podjęła już krok kierunku eliminacji produkcji jaj z chowu klatkowego bądź jest w trakcie ich wdrażania.

W szczególności w drugim półroczu 2025 roku sieć sklepów Topaz skoncentruje się na odpowiedniej komunikacji z Klientami. Dajemy do tego, aby nasi konsumenci byli świadomi różnic między poszczególnymi kategoriami jaj i mogli podejmować wybory zgodne z ich wartościami. W związku z tym będziemy intensyfikować działania edukacyjne, wspierając odpowiedzialne decyzje zakupowe.

Sieć sklepów Topaz pozostaje wierna swoim wartościom i zobowiązaniom wobec Klientów, dostawców i środowiska. Dziękujemy za państwa wsparcie i współpracę w realizacji tych ważnych zmian.

Z wyrazami szacunku
Jarosław Bieliński
Członek Zarządu PHU TOPAZ SP. Z o.o.

Źródło: Zrzut ekranu ze strony Topaz,
17.03.2025

- ✓ W styczniu br. do grona firm, które zadeklarowały wycofanie jaj klatkowych do końca 2025 roku, dołączył **Foodcom** – firma handlowa specjalizująca się w transakcjach hurtowych w branży spożywczej, paszowej i chemicznej, w tym w handlu jajami przetworzonymi w różnych formach.

Produkcja żywności



Producenci majonezu

Aktualności

- ✓ **Majonez Kielecki** od października 2024 roku jest produkowany jedynie w oparciu o jaja z alternatywnych systemów chowu.
- ✓ Producent majonezu i sosów **Ocetix** od września 2024 stosuje żółtko w proszku wyłącznie z jaj ściółkowych.
- ✓ Od grudnia 2024 do produkcji majonezów marki **Motyl** stosowane są jedynie żółtka jaj ściółkowych.
- ✓ Firma **Mosso Kewpie** z końcem stycznia 2025 zakończyła wykorzystywanie jaj klatkowych we wszystkich swoich produktach.
- ✓ **Tarsmak** wprowadził w 2024 nową linię produktów z wykorzystaniem jaj tylko z wolnego wybiegu.

Status wycofywania jaj klatkowych przez producentów majonezu

Firma (marka)	Udział jaj z chowu bezklatkowego w produkcji
Develey (marka detaliczna Develey)	100%
ELMA	100%
Heinz Polska	100%
Mosso Kewpie Poland	100%
Nestle (Winiary)	100%
Ocetix Grudziądz	100%
Princes Foods (Wielkopolski)	100% wolny wybieg

Firma (marka)	Udział jaj z chowu bezklatkowego w produkcji
Unilever (Hellman's)	100%
WSP Społem (Majonez Kielecki)	100%
Zakład Przetwórstwa Owoców i Warzyw Warzyw MOTYL (marka Motyl)	100%
Białuty	60,5% wolny wybieg
FBH (Folwark)	43,6%
Tarsmak	40%
Fanex	38%
Poznańska Wytwórnia Wyrobów Spożywczych PEGAZ	17,2%
Mars-Waldi	0%

Firmy – Develey, FBH – o swoich działaniach

Firma **Develey** nie tylko zrezygnowała z jaj z chowu klatkowego w produktach marki Develey, ale pracuje także nad całkowitą eliminacją surowca jajecznego w części produktów.

W ramach realizowanej strategii już w 2020 roku wycofaliśmy jaja z chowu klatkowego z receptur produktów marki Develey oferowanych na polskim rynku detalicznym i stosujemy do produkcji jaja pochodzące od kur z chowu na wolnym wybiegu (stan na 2024 rok).

Podjęliśmy ponadto zobowiązanie, by do końca 2025 roku wyeliminować surowiec jajeczny z produktów, w których jest to możliwe ze względu na ich specyfikę i oczekiwania konsumentów. Wszystkie nasze nowe produkty w linii sosów Develey już w 2024 roku były produkowane bez użycia surowców jajecznych w recepturach i planujemy kontynuację tej polityki w kolejnych latach.

FBH – producent majonezu Folwark – poinformował o osiągnięciu z 2024 roku.

Realizacja 2-krotnego celu w kwestii ograniczenia zużycia jaj z chowu klatkowego.

Majonez Kielecki – historia sukcesu. Wywiad z WSP „Społem”

Majonez Kielecki, od lat jeden z najpopularniejszych majonezów na polskim rynku, w październiku 2024 roku stał się całkowicie wolny od jaj klatkowych. Obecnie jest wytwarzany wyłącznie na bazie żółtek jajek od kur z chowu ściółkowego. Ogłaszając tę zmianę, firma wyprzedziła swój oryginalny plan o 15 miesięcy.

Na pytania o przebieg tego procesu odpowiada Grzegorz Feliksiak, Zastępca Prezesa ds. Handlowych w Wytwórczej Spółdzielni Pracy „Społem”.

Jak wyglądał proces eliminowania jaj klatkowych z Państwa produktów? Jakie były główne wyzwania logistyczne i operacyjne związane z tym procesem?

Proces eliminacji żółtek jaj pochodzących od kur z chowu klatkowego w naszych produktach wiązał się z wyzwaniami dotyczącymi dostępności surowca. Zapewnienie odpowiednich ilości jaj spełniających nasze standardy wymagało czasu i koordynacji, jednak udało się to osiągnąć, a aktualna dostępność tego typu surowca jest w pełni wystarczająca dla potrzeb produkcji.

W jaki sposób informują Państwo konsumentów o zmianie źródła jaj w Majonezie Kieleckim?

O zmianie źródła jaj w Majonezie Kieleckim informowaliśmy szeroko poprzez różne kanały komunikacji. Przygotowaliśmy i rozesłaliśmy informację prasową do mediów, zamieściliśmy szczegóły na etykietach Majonezu Kieleckiego, a także na stronie internetowej firmy oraz prowadziliśmy aktywną komunikację w mediach społecznościowych, docierając do szerokiego grona konsumentów.

Jak oceniają Państwo wpływ tej zmiany na wizerunek marki?

Zmiana ta spotkała się z bardzo pozytywnym odzewem ze strony konsumentów i miała korzystny wpływ na wizerunek firmy. Widzieliśmy to zarówno w komentarzach w mediach społecznościowych, jak i w reakcjach ze strony mediów, co potwierdziło, że kierunek, który obraliśmy, jest zgodny z oczekiwaniami rynku.

Jakie są plany WSP Społem na przyszłość w kontekście dalszego rozwoju zrównoważonych praktyk i produktów?

WSP „Społem” planuje dalszy rozwój zrównoważonych praktyk, koncentrując się na obniżeniu emisji gazów cieplarnianych powstających zarówno w wyniku bezpośredniej działalności Spółdzielni, jak i w całym łańcuchu wartości. Osiągniemy to poprzez ograniczenie zużycia paliw kopalnych, rozbudowę odnawialnych źródeł energii oraz optymalizację procesów produkcyjnych. Planowane inwestycje przyczynią się także do zmniejszenia zużycia wody i redukcji ścieków przemysłowych, a dialog z partnerami biznesowymi pozwoli na dalsze zmniejszanie śladu węglowego.

Co radzą Państwo innym firmom w temacie rezygnacji z jaj klatkowych?

Decyzja o wycofaniu jaj z chowu klatkowego była dla WSP „Społem” krokiem w dobrą stronę. Zachęcamy inne firmy do podjęcia podobnych działań, ponieważ warto zrobić coś, co realnie przyczynia się do poprawy dobrostanu zwierząt.



Producenci żywności

Aktualności

- ✓ **Fabryka Cukiernicza Kopernik** wraz z końcem 2024 roku odeszła od jaj klatkowych.
- ✓ **Wedel od stycznia 2025** roku korzysta jedynie z jaj z chowu ściółkowego.
- ✓ **Puratos**, tworzący rozwiązania dla piekarzy, cukierników i producentów pralin, w 2024 roku zmienił swoje procesy i receptury, aby od początku lutego 2025 roku używać już wyłącznie jaj z chowu z wolnego wybiegu.
- ✓ **Credin**, producent komponentów piekarniczo-cukierniczych, od stycznia 2025 roku w recepturach swoich mieszanek stosuje wyłącznie surowce jajeczne (jaja w proszku, żółtko w proszku, białko w proszku) pochodzenia ściółkowego.
- ✓ **Wawel** od stycznia 2025 roku nie dokonuje zakupów nowych partii surowca z jaj klatkowych. Wszystkie wyroby firmy będą wolne od jaj „trójkę” maksymalnie do końca roku 2025.



Status wycofywania jaj klatkowych przez producentów żywności

Firma	Status wycofywania jaj klatkowych
Bahlsen	100%
Biscuit International Poland	100%
Buchcik	100%
Credin	100%
Danone	100%
Dr Oetker	100%
Fabryka Cukiernicza KOPERNIK	100%
Ferrero	100%
FROSTA	100%
Grupa Colian	100%
IGLOTEX	100%
Kühne	100%
Lindt	100%
Lisner	100%
Lubella	100%
Mars	100%
Maspex	100%
Mieszko	100%
Nestle	100%
Puratos Polska	100%
SEKO	100%
Spółdzielnia Pracy CUKRY NYSKIE	100%

Firma	Status wycofywania jaj klatkowych	
U Jędrusia	100%	
Unilever	100%	
Vandemoortele	100%	
Wedel	100%	
Wawel	Od stycznia 2025 nie kupuje nowych partii surowca do celów produkcyjnych zawierających jaja klatkowe	
Dan Cake	79%	
Dr Gerard		15%
JAWO		10%
PGD	2% jaja przetworzone.	15% produkty gotowe
Krakowski Kredens	97% produktów (informacja niejasna, przekazana w odpowiedzi na zapytanie konsumenta)	
Food Garden	Jaja klatkowe w 3 produktach gotowych	
Czanieckie Makarony	0%	
McCain	Raportuje postęp łącznie globalnie: w 2023 91%*	
Mondelez International	Raportuje postęp łącznie globalnie: w 2023 ok. 50%	
PepsiCo	Raportuje postęp łącznie na Europę: w 2023 95%	
Contimax	✗	
Lesaffre Polska SA	✗	
Mamut	✗	
Przedsiębiorstwo Przemysłu Mięsnego „Taurus”	✗	
Świeże i Zielone (Firma Grześkowiak)	✗	
Tiramisu	✗	

 oznacza, że firma nie informuje o swoim statusie

*W przypadku firm operujących na skalę międzynarodową popularną praktyką jest wydanie deklaracji na całą Europę, a nawet na świat. Stąd, w niektórych przypadkach postęp we wdrażaniu zobowiązania publikowany jest łącznie dla całego regionu, na co wskazano w tabeli. Najlepszą formą raportowania postępu pozostaje jednak wyszczególnienie danych krajowych, dzięki czemu klienci w danym państwie otrzymują klarowną informację, skierowaną bezpośrednio do nich.

Producenci – Wedel, Jawo, Fabryka Cukiernicza Kopernik, Wawel – o swoich działaniach



Kierownik Działu Zakupów i Połączonych
Magazynów w **Fabryce Cukierniczej Kopernik**
Piotr Olchawa, wskazuje, że firma z dumą zaprzesta-
ła już stosowania jaj klatkowych:



— Decyzja o zaprzestaniu używania jajek z chowu klatkowego była wynikiem rosnącej świadomości naszych klientów oraz poczucia odpowiedzialności, które mamy jako zespół FC Kopernik. Cieszymy się, że mogliśmy spełnić oczekiwania rynku.

Dzięki wsparciu Zarządu ustaliliśmy jasny cel na 2025 rok, a w 2024 roku zaangażowanie wielu działów firmy pozwoliło nam na współpracę z większą liczbą dostawców niż w przypadku jajek z chowu klatkowego.

Mimo wyzwań, z którymi spotykamy się na rynku (mowa tu głównie o pomorze drobiu), nie wyobrażamy sobie powrotu do wcześniejszych rozwiązań. Z dumą dostosowaliśmy naszą produkcję, korzystając wyłącznie z surowców od kur, które nie są trzymane w klatkach.



Joanna Sztefko, Członek Zarządu Wawel SA, Dyrektor ds. Cyfryzacji, Zarządzania Projektami i Administracji w firmie **Wawel** opowiada o procesie decyzyjnym, który doprowadził do eliminacji jaj klatkowych z nowych zakupów surowca już od początku 2025 roku:



— Najważniejszym osiągnięciem w 2024 roku, w kwestii postępów w wycofywaniu jaj klatkowych, było poddanie wykorzystywania surowców jajecznych z chowu klatkowego analizie podwójnej istotności w związku z formułowaniem celów zrównoważonego rozwoju Wawel SA. W efekcie Zarząd Spółki w listopadzie 2024 roku podjął decyzję o całkowitej rezygnacji z zakupów nowych partii surowca jajecznego klasy klatkowej do celów produkcyjnych już od początku 2025 roku.



Aleksandra Kusz vel Sobczuk, Kierowniczka Komunikacji Korporacyjnej i ESG w firmie **Wedel**, nawiązuje do rosnących oczekiwań konsumentów i społecznej odpowiedzialności biznesu:



— Jednym z wyznaczników działalności firmy Wedel jest społeczna i środowiskowa odpowiedzialność biznesu. Decyzja o rezygnacji z wykorzystania jaj pochodzących z chowu klatkowego to kolejny wyraz tych działań, wpisujący się między innymi w oczekiwania konsumentów, którzy coraz większą wagę przykładają do etycznych i zrównoważonych praktyk produkcyjnych.

Proces przejścia na jaja od kur z chowu ściółkowego był złożony i wymagał dostosowania, a w niektórych sytuacjach wręcz stworzenia odpowiedniej infrastruktury hodowlanej po stronie dostawców firmy Wedel. Przygotowanie do tej zmiany wymagało zaangażowania ze strony naszego zespołu oraz partnerów zewnętrznych. Był to czasochłonny proces, w trakcie którego wykonywaliśmy wiele prób produkcyjnych oraz badań laboratoryjnych, chcąc zapewnić najwyższą jakość jednego z naszych kluczowych surowców.

Cieszymy się, że wspólnie z naszymi dostawcami osiągnęliśmy ten cel, dzięki czemu możemy zaoferować naszym konsumentom produkty zgodne z ich wartościami i poszanowaniem dobrostanu zwierząt i niezmiennie pod kątem smaku oraz sensoryki.



Magdalena Parkitna, Specjalistka ds. Marketingu i PR w **JAWO**, wskazuje na wyzwania i wspomina metodę małych kroków:

— W czerwcu 2018 roku złożyliśmy publiczną deklarację o wycofaniu jaj „trójek” z naszych produktów. Proces ten podzieliliśmy na kilka etapów. Najpierw, tam gdzie było to możliwe i bez wpływu na jakość oraz smak naszych produktów, wyeliminowaliśmy masę jajową. Następnie zastąpiliśmy jaja „trójki” jajami ściółkowymi w produktach bezglutenowych. Ostatni etap, obejmujący produkty glutenowe, zakończymy do końca 2025 roku.

Szczególnie na początku tego procesu wyzwania, takie jak ograniczona dostępność jaj z chowu alternatywnego, wyższe koszty i kwestie logistyczne, wymagały od nas pewnej elastyczności i dostosowania się do zmieniających się warunków rynkowych. Dzięki strategii małych kroczków proces wycofywania jaj „trójek” szczęśliwie zbliża się do końca, a już wkrótce wszystkie produkty JAWO będą całkowicie wolne od tego surowca.



Piekarnie i cukiernie

Aktualności

- ✓ **Piekarnia Pod Strzechą** w marcu 2025 roku wycofała jaja klatkowe. Firma opisuje też sukces w 2024 roku: Naszym największym osiągnięciem związanym z wycofywaniem się z jaj klatkowych w 2024 był fakt, że wszystkie rogałe świętomarcińskie (jako nasz sztandarowy produkt regionalny) były przez nas produkowane wyłącznie przy wykorzystaniu jaj z chowu ściółkowego.
- ✓ Sieć **Gorąco Polecam. Smaki z piekarni** poinformowała, że z końcem 2024 roku wycofała jajka „trójki” z oferty gastronomicznej, tj. wszystkich produktów przygotowywanych na miejscu, jak kanapki czy sałatki. W wypiekach zaś stosowane są albo jajka z wolnego wybiegu, albo ściółkowe. Tylko jeden z marginalnych dostawców – odpowiadający za mniej niż 1% wszystkich dostaw – jest na wniosek marki w procesie przechodzenia na jaja z chowu alternatywnego.
- ✓ **Piekarnia Lubaszka** do produkcji swoich śniadań, kanapek i sałatek używa wyłącznie jaj świeżych z wolnego wybiegu.
- ✓ **Spółdzielnia Piekarsko-Ciastkarska w Warszawie** od stycznia 2025 roku we wszystkich produktach wykorzystuje wyłącznie jaja i masę jajową pochodzące z chowu ściółkowego lub wolnowybiegowego.
- ✓ **Piekarnia Oskroba** wycofała jaja klatkowe już w 2024 roku, ponad rok przed zakładanym terminem.
- ✓ **Grupa Piekuś** w 2024 roku dołączyła do grona firm wycofujących jaja klatkowe, zobowiązując się do całkowitego ich wyeliminowania do sierpnia 2026 roku.

Status wycofywania jaj klatkowych przez piekarnie i cukiernie:



Firma	Status wycofywania jaj klatkowych	
Cała w Mące	100%	
Dej Piekarnia	100%	
Dzika Mąka	100%	
Inter Europol S.A.	100%	
La Lorraine Bakery Group	100%	
Lukullus	100%	
Piekarnia Oskroba	100%	
Piekarnia Putka	100%	
Spółdzielnia Piekarsko-Ciastkarska w Warszawie (SPC)	100%	
Unipol (Pod Strzechą)	100%	
Cukiernia Sowa	80% jaja z wolnego wybiegu	
Gorąco Polecam	100% w produktach przygotowywanych na miejscu; jeden dostawca, odpowiadający za 1% dostaw do wypieków wciąż w procesie	
Piekarnia Grzybki	100% jaja świeże. 90% jaja przetworzone. 90% półprodukty i produkty gotowe	
Piekarnia Lubaszka	37% jaja świeże.	0% przetworzone
Piekuś Piekarnia z Cukiernią	Deklaracja wydana w 2024 roku. 0%	
Piekarnia Familijna	✕	

✕ oznacza, że firma nie informuje o swoim statusie

Branża HoReCa

Działające w branży gastronomicznej największe firmy sektora fast-food już od lat nie stosują w swoich recepturach jaj klatkowych. Mowa o sieciach restauracji, a także kawiarni takich jak:

McDonald's

KFC

Burger King

Max Burgers

Pizza Hut

Subway

Starbucks

Status wycofywania jaj klatkowych przez firmy HoReCa

Firma	Status	
Catering		
SODEXO	100%	
Compass Group (Eurest Poland)	Jaja przetworzone: 88,85%	Jaja świeże: brak informacji
ISS World	Raportuje postęp łącznie na Europę: w 2023 roku 64%	
Impel Catering	✗	
OptiDiet	✗	
Hotele		
Airport Hotel Okęcie	100%	
B&B Hotels	100%	

Firma	Status
Hotel Gdańsk Brovarnia	100%
Hotel Manor House SPA	100%
Hotele SPA Dr Irena Eris	100%
IBB Hotel Długi Targ	100%
Motel One	100%
Scandic	100%
Louvre Hotels Group (m.in. Golden Tulip, Campanile, Premiere Classe)	95%
B&D Hotels (Hotele HP Park)	80%
Accor Group	Raportuje postęp łącznie na Europę: w 2023 roku 67% hoteli
Hilton	Raportuje postęp łącznie na Europę: w 2023 roku 47,1% hoteli franczyzowych i 92,2% zarządzanych centralnie
InterContinental Hotels Group	Raportuje postęp łącznie na Europę: w 2024 roku 70,5% hoteli
Wyndham Hotels (m.in. Vienna House)	Raportuje postęp łącznie globalnie: w 2023 roku ok. 70% hoteli
Best Western	×
Marriott International	×
Qubus Hotel	×
Radisson	×
Restauracje i kawiarnie	
BP Polska (Wild Bean)	100%
Burger King	100%
Carte d'Or Cafe	100%
Caffé Nero	100%

Firma	Status	
Domino's Pizza	100%	
Etno Cafe	100%	
Grupa Baltona	100%	
Hevre	100%	
KFC	100%	
Makarun Spaghetti and Salad	100%	
MAX Premium Burgers	100%	
McDonald's	100%	
Meet & Fit	100%	
Mo-ja Cafe & Bistro	100%	
New York Pizza Department	100%	
N31 restaurant&bar	100%	
Pizza Hut	100%	
Pizzeria Presto	100%	
Restauracja Polska Różana	100%	
Restauracja Stolica	100%	
Salad Story	100%	
Starbucks Polska	100%	
Subway	100%	
ŻarWOK	100%	
7 Street Bar & Grill	100%	
Grycan	100% jaja świeże.	10% jaja przetworzone

Firma	Status
MJM Group S.A.	100% jaja świeże. Jaja klatkowe w jednym produkcie gotowym
North Food	100% jaja świeże. Postęp i współpraca z kontrahentami w zakresie półproduktów i produktów gotowych
Polish Hospitality Group	30% jaja świeże
PPHU Wojtex	Jaja klatkowe w jednym produkcie gotowym, producent posiada deklarację
Sfinks Polska	100% jaja świeże. Ok. 10% półprodukty i produkty gotowe
Telepizza (T-pizza)	Jaja klatkowe w jednym produkcie gotowym
Da Grasso	Jaja klatkowe w 3 produktach gotowych
Costa Coffee	Raportuje postęp łącznie globalnie: w 2023 roku 75%
Lagardère Travel Retail	Raportuje postęp łącznie na Europę: w 2024 roku 49%. Do przygotowania produktów w kuchniach kawiarni i restauracji firmy w Polsce używane są jedynie jaja z chowu alternatywnego.
IKEA	Nie raportuje postępu w Polsce, raportuje jedynie dla 45% ze swoich globalnych placówek: 89%
Circle K	✗ (Od września 2024 roku jaja w kanapkach świeżych pochodzą z wolnego wybiegu)
Manekin	✗ (Firma w listopadzie 2024 roku zaktualizowała oświadczenie i potwierdziła wycofanie jaj klatkowych do końca roku 2025)
Bobby Burger	✗
Norwegian Cruise Line	✗
Papa John's Pizza	✗
Picaro	✗

✗ oznacza, że firma nie informuje o swoim statusie

Firmy – Sfinks, North Food, Compass Group – o swoich działaniach

Sfinks negocjuje z dostawcami dostosowanie półproduktów i produktów gotowych do swojej polityki eliminacji jaj „trójek”.

Planujemy utrzymać politykę zamawiania jaj świeżych z alternatywnych chowów.

Do końca roku planujemy zastąpić jaja z chowu klatkowego w półproduktach i produktach gotowych dedykowanych dla nas. W tym celu trwają negocjacje z dostawcami.

North Food, firma prowadząca restauracje North Fish, John Burg i Veggie Hub, zmieniając cyklicznie swoje menu, na bieżąco monitoruje dostawców produktów gotowych pod kątem postępów w eliminacji jaj klatkowych z przetworzonych składników jajecznych, takich jak żółtko i białko w proszku czy pasteryzowana masa jajowa.

Jeden z naszych kontrahentów, producent pieczywa, potwierdził, że zgodnie z jego deklaracją wycofał z używania jaj z chowu klatkowego do produkcji swoich produktów. A zatem nie ma ich również u nas. Z kolejnym producentem w bieżącym roku zmieniamy recepturę gotowego produktu, aby był wolny od jaj pochodzenia klatkowego (producent ma odpowiednie jaja u siebie w produkcji). Kolejny producent jeszcze nie zakończył procesu wymiany, prace trwają, a na odpowiedź ostatniego jeszcze oczekujemy.

Compass Group wskazuje na technologię pozwalającą zabezpieczyć jaja przez Salmonellą.

Rozwijamy i promujemy używanie nowego rodzaju jaj „jedynek” z hodowli wolnowybiegowej, jednocześnie wolnych od Salmonelli dzięki dodatkowej obróbce termicznej (pasteryzacja w skorupce).



Opinie konsumentów:

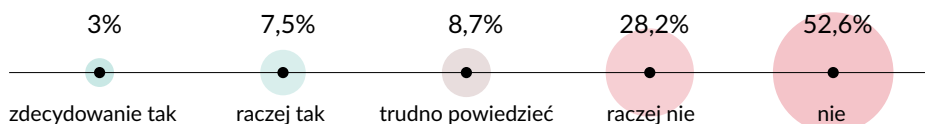
chów klatkowy nie spełnia oczekiwań

Polscy konsumenci są świadomi, że chów klatkowy nie zapewnia kurom odpowiednich warunków do życia i dopingują firmy, które decydują się na zmiany. Potwierdzają to najnowsze rezultaty badań opinii społecznej.

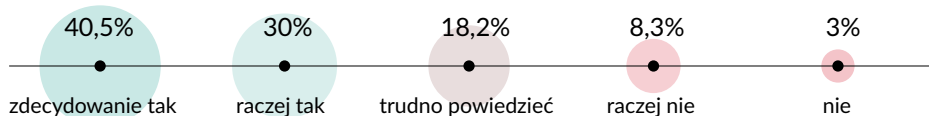
Poniżej wyniki najnowszego badania opinii Polek i Polaków na temat chowu klatkowego, przeprowadzonego w grudniu 2024 roku przez Centrum Badawczo-Rozwojowe Biostat:

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

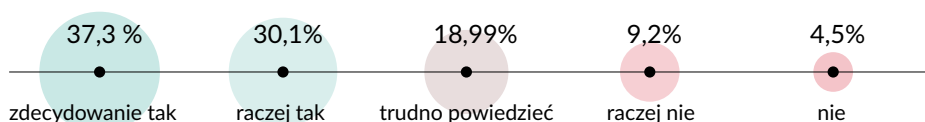
Suma wskazań na odpowiedź „raczej nie” i „zdecydowanie nie”: 80,8%



2. Czy pozytywnie ocenia Pan/i działania firm, które decydują się wycofać jaja klatkowe z użycia lub sprzedaży? **Suma wskazań pozytywnych: 70,5%**

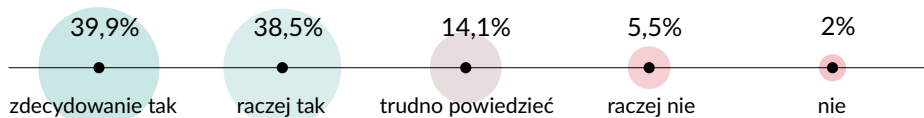


3. Czy Pana/i zdaniem sieci sklepów, producenci żywności i restauracje powinny rezygnować z używania jaj z chowu klatkowego? **Suma wskazań pozytywnych: 67,4%**



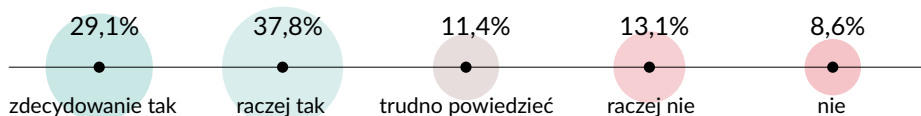
4. Czy uważa Pan/i, że firmy deklarujące rezygnację z jaj z chowu klatkowego powinny publicznie informować o swoim postępie w procesie wycofywania tego rodzaju jaj?

Suma wskazań pozytywnych: 78,4%

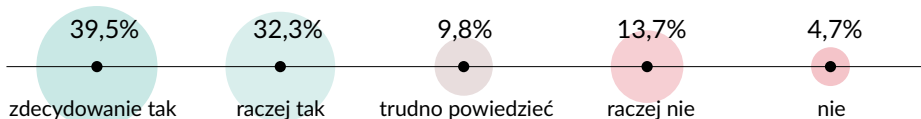


5. Czy zapłacił(a)by Pan/i więcej za jaja lub produkty z jajami z chowu oferującego kurom lepsze warunki (takie jak ściółkowy, wolnowybiegowy, ekologiczny)?

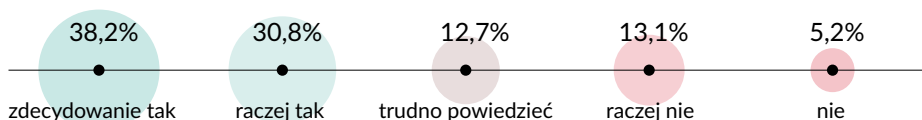
Suma wskazań pozytywnych: 66,9%



6. Czy przy zakupie jaj istotne są dla Pana/i warunki chowu kur, które znoszą te jajka? **Suma wskazań pozytywnych: 71,8%**



7. Czy uważa Pan/i, że w Polsce powinien zostać wprowadzony zakaz hodowli klatkowej kur niosek? **Suma wskazań pozytywnych: 69,0%**



Aktualności ze świata

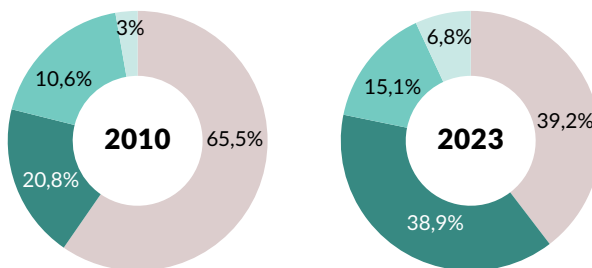
Unia Europejska

W *Wizji rolnictwa i żywności*, opublikowanej w lutym 2025 roku, **Komisja Europejska potwierdziła swoje zobowiązanie** do przedstawienia rewizji przepisów o dobrostanie zwierząt, w tym **zakazu stosowania klatek**¹⁹. Zapowiedziała także, że nowe regulacje obejmą jednakowe standardy dla wszystkich produktów na rynku UE, w tym importowanych²⁰. Wizja powstała w oparciu o wyniki przeprowadzonego w 2024 roku *Dialogu Strategicznego* na temat przyszłości rolnictwa w UE, w którym wzięli udział przedstawiciele sektora rolno-spożywczego, środowisk naukowych i organizacji społecznych²¹.

W Unii Europejskiej od lat zachodzą zmiany w strukturze produkcji jaj i wyrobów jajecznych. Coraz większy procent opiera się na systemie bezklatkowym. Prędkość zmian zależy od danego kraju, ale są one wyraźnie zauważalne w skali europejskiej. 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 klatkowej²². W roku 2023 odsetek kur hodowanych w systemach klatkowych w Unii Europejskiej wynosił 39,2%²³. Tym samym **większość kur w Unii Europejskiej hoduje się w systemach alternatywnych** – według aktualnych danych jest to 60,8%, czyli 235,6 mln kur.

Struktura chowu kur niosek w Unii Europejskiej

- klatkowy (3)
- ściółkowy (2)
- wolnowybiegowy (2)
- ekologiczny (0)



Źródło: Komisja Europejska, Eggs Market Situation Dashboard, 2025

19 Komisja Europejska, Vision for Agriculture and Food, 19.02.2025

20 Komisja Europejska, Main initiatives: Strategic Dialogue on the future of EU agriculture, 2024

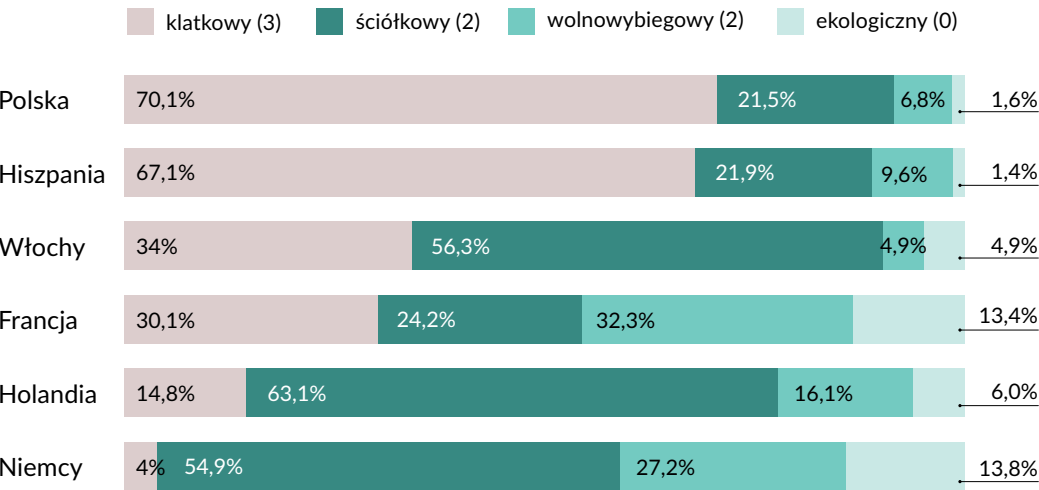
21 Tamże.

22 Hans-Wilhelm Windhorst, Dynamics and patterns of the EU egg industry, 2017

23 Komisja Europejska, Eggs Market Situation Dashboard, 12.03.2025

Wśród sześciu krajów Unii Europejskiej utrzymujących największą liczbę kur niosek (według maksymalnej możliwej obsady) Polska posiada najwyższy udział chowu klatkowego. Zaraz za nią plasuje się Hiszpania. Dla porównania, w sąsiednich Niemczech jedynie 4% kur utrzymywanych jest w chowie klatkowym.

Udział każdego typu chowu u największych producentów jaj w UE w 2023 roku



Źródło: Komisja Europejska, Eggs Market Situation Dashboard, 2025

Europa

- ➔ **Ministerstwo Rolnictwa w Słowenii** wydało oficjalne oświadczenie, w którym ogłosiło **cel zaprzestania chowu kur w klatkach po 2028 roku**. Zakaz nie jest jeszcze odzwierciedlony w prawie, ale w 2024 roku podjęto już konkretne kroki w celu zmiany przepisów. Obecnie trwają rozmowy z interesariuszami o zapewnieniu środków finansowych na transformację²⁴.
- ➔ **Ministerstwo Rolnictwa w Estonii oficjalnie poparło zakaz chowu klatkowego kur niosek**. Ministerstwo opublikowało projekt ustawy zakazującej budowy

24 Ministry of Agriculture, Forestry and Food (Słowenia), Improving the situation of farm animals is a priority for the ministry, 10.01.2025

- nowych klatek od 2026 roku i nakazującej wycofanie istniejących do 2035 roku.²⁵
- **Islandia stała się czwartym krajem na świecie, w którym kury nie są trzymane w klatkach** (choć klatki wzbogacone nie są formalnie zakazane)²⁶. W Europie są teraz cztery kraje bez chowu klatkowego kur: Szwajcaria, Austria, Luksemburg i Islandia.
 - 99% kur niosek w Szwecji jest trzymanych w systemach bezklatkowych²⁷.
 - Holandia i Niemcy zobowiązały się do zakończenia uboju jednodniowych piskląt kur od 2026 roku²⁸.
 - **9 na 10 Europejsek i Europejczyków** uważa za ważne wprowadzenie nowych przepisów poprawiających dobrostan zwierząt hodowlanych, takich jak **zakaz chowu klatkowego** (BEUC 2024)²⁹.

Świat

- Od stycznia 2024 roku **w Kalifornii wdrożony jest zakaz chowu klatkowego**. Przepis obejmuje wszystkie produkty, w tym importowane, co stanowi precedens mogący wyznaczyć kierunek dla UE³⁰.
- **Kewpie**, popularny japoński producent majonezu, zobowiązał się do **100% jaj z chowu bezklatkowego** w swojej działalności w Europie (dotyczy to co najmniej 200 milionów jaj rocznie)³¹.
- Korporacje na całym świecie opublikowały ponad **2700 polityk wycofania jaj pochodzenia klatkowego**, z czego połowa jest już wdrożona w życie.
- W Ghanie, Kenii, Rwandzie, RPA, Tanzanii i Ugandzie wpływowe firmy, w tym Abusol, Soola Chicken Farm i Pricam Cake Center, zobowiązały się do postępów w wycofywaniu jaj klatkowych ze swoich łańcuchów dostaw. Abusol odpowiada za 10% komercyjnej produkcji jaj w Rwandzie.

25 TV3 (Estonia), The right decision? The ministry wants to ban keeping laying hens in cages, 15.08.2024

26 RÚV, All laying hens in Iceland now freed from cages, 22.01.2024

27 Svenska Ägg, 2025

28 FarmingUK, Dutch and German markets to end chick culling from 2026, 13.02.2025

29 BEUC The European Consumer Organisation, Farm Animal Welfare: What Consumers Want, A survey of Europeans' understanding and expectations, 2024

30 Eurogroup for Animals, A ban on cages that applies to imports? California makes it a reality, 8.02.2024

31 Kewpie, Approach and Activities Regarding Animal Welfare, dostęp 17.03.2025

Podsumowanie

Udział chowu klatkowego w strukturze chowu kur niosek w Polsce systematycznie spada. Wycofywanie jaj klatkowych to nie tylko kwestia dobrostanu zwierząt, ale także odpowiedź na ewolucję standardów społecznej odpowiedzialności biznesu oraz rosnące oczekiwania konsumentów. Presja regulacyjna w Unii Europejskiej również kieruje rynek w stronę produkcji zgodnej z podnoszącymi się europejskimi i globalnymi standardami. Dane zawarte w niniejszym raporcie pokazują wyraźny trend – ogrom przedsiębiorstw dostrzegł już konieczność eliminacji jaj pochodzących z chowu klatkowego i podejmuje bardzo konkretne kroki w tym kierunku.

Polscy konsumenci jednoznacznie wyrażają swoje oczekiwania – jak wykazano w raporcie, 80% uważa, że chów klatkowy nie zapewnia kurom odpowiednich warunków do życia. Dodatkowo, klienci oczekują transparentności – 78% osób uznaje, że firmy deklarujące rezygnację z jaj z chowu klatkowego powinny publicznie informować o swoim postępie. Dla 71% Polaków warunki chowu kur są istotne przy zakupie jaj. Te dane to ważne sygnały dla rynku, że działania na rzecz poprawy warunków chowu nie są jedynie etycznym wyborem, ale także istotnym elementem strategii biznesowej.

Chcemy podziękować wszystkim firmom, które podjęły działania, zmierzyły się z wszelkimi trudnościami i zrealizowały swoje deklaracje. Dziękujemy także przedsiębiorcom, którzy są w trakcie procesu transformacji i pozostają transparentni.

Dziękujemy za zapoznanie się z raportem!

Zespół Otwartych Klatek



Odnośniki

- Główny Inspektorat Weterynarii, Wykaz podmiotów zarejestrowanych zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 852/2004, pasje.wetgiw.gov.pl/spi/demorej/index.php?rodzaj=12&lng=0
- Główny Urząd Statystyczny, Fizyczne rozmiary produkcji zwierzęcej w 2023 r., stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/produkcja-zwierzeca-zwierze-ta-gospodarskie/fizyczne-rozmiary-produkcji-zwierzecej-w-2023-r-,2,10.html
- Główny Urząd Statystyczny, Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2024, stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/rocznik-statystyczny-rolnictwa-2024,6,18.html
- Komisja Europejska, Eggs Market Situation Dashboard, 12.03.2025, agriculture.ec.europa.eu/document/download/9bdf9842-1eb6-41a2-8845-49738b812b2b_en
- Polityka Dobrostanu – Monitoring postępu firm, politykadobrostanu.pl/
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/848 z dnia 30 maja 2018 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych, eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0848&from=GA
- Dyrektywa Rady 1999/74/WE z dnia 19 lipca 1999 r. ustanawiająca minimalne normy ochrony kur niosek, eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:01999L0074-20030605
- Główny Urząd Statystyczny, Pakowanie jaj kurzych konsumpcyjnych w 2024 roku, stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwo-lesnictwo/produkcja-zwierzeca-zwierze-ta-gospodarskie/pakowanie-jaj-kurzych-konsumpcyjnych-w-2024-roku,11,4.html
- Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2023/2464 z dnia 17 sierpnia 2023 r. zmieniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 w odniesieniu do norm handlowych dotyczących jaj, eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202302464
- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Biuletyn „Rynek jaj spożywczych”, 6.03.2025, zsrir.minrol.gov.pl/reports/7/files
- Faostat, Trade, Crops and livestock products, 2025, faostat.org/faostat/en/#data
- Główny Inspektorat Weterynarii, Zasady ochrony biologicznej osób i zwierząt w związku z HPAI, 2023, wetgiw.gov.pl/download/ZASADY-OCHRONY-BIOLOGICZNEJ-OSOBI-ZWIERZAT-W-ZWIAZKU_Z_HPAI,4912.pdf

- European Food Safety Authority, Avian influenza overview September – December 2022, 2023, efsa.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.2903/j.efsa.2023.7786
- European Food Safety Authority, Avian influenza overview September – December 2024, 2025, efsa.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.2903/j.efsa.2025.9204
- Zrzut ekranu ze strony Dino Polska, dostęp 17.03.2025, grupadino.pl/dino-polska-podsumowuje-dzialalnosc-w-pierwszych-trzech-kwartalach-2024-r-2/
- Zrzut ekranu ze strony Topaz, dostęp 17.03.2025, topaz24.pl/aktualnosci-oswiad-czenie-w-sprawie-wycofania-ze-sprzedazy-jaj-z-chowu-klatkowego_1473
- Komisja Europejska, Vision for Agriculture and Food, 19.02.2025, agriculture.ec.europa.eu/vision-agriculture-food_en
- Komisja Europejska, Main initiatives: Strategic Dialogue on the future of EU agriculture, 2024, agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/main-initiatives-strategic-dialogue-future-eu-agriculture_en
- Hans-Wilhelm Windhorst, Dynamics and patterns of the EU egg industry, 2017, lohmann-breeders.com/media/2020/08/Windhorst.pdf
- Ministry of Agriculture, Forestry and Food (Słowenia), Improving the situation of farm animals is a priority for the ministry, 10.01.2025, gov.si/novice/2025-01-10-izboljsanje-polozaja-rejnih-zivali-je-prednostna-naloga-ministrstva/
- TV3 (Estonia), The right decision? The ministry wants to ban keeping laying hens in cages, 15.08.2024, tv3.ee/3-portaal/paevakaja/oige-otsus-ministeerium-so-ovib-keelata-munakanade-puurides-pidamine/
- RÚV, All laying hens in Iceland now freed from cages, 22.01.2024, ruv.is/english/2024-01-22-all-laying-hens-in-iceland-now-freed-from-cages-403032
- Svenska Ägg, 2025, svenskaagg.se/
- FarmingUK, Dutch and German markets to end chick culling from 2026, 13.02.2025, farminguk.com/news/dutch-and-german-markets-to-end-chick-culling-from-2026_66111.html
- BEUC The European Consumer Organisation, Farm Animal Welfare:
- What Consumers Want, A survey of Europeans' understanding and expectations, 2024, beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2024-016_Farm_animal_welfare_what_consumers_want_survey.pdf
- Eurogroup for Animals, A ban on cages that applies to imports? California makes it a reality, 8.02.2024, eurogroupforanimals.org/news/ban-cages-applies-imports-california-makes-it-reality
- Kewpie, Approach and Activities Regarding Animal Welfare, dostęp 17.03.2025 kewpie.com/en/sustainability/procurement/promotion/





przyszlascdlazwierzat.pl/wycofanie-jaj-klatkowych

Wycofanie jaj z chowu klatkowego. Podsumowanie
postępów w branży spożywczej, handlowej i HoReCa

politykadobrostanu.pl

Monitoring postępu firm we wdrażaniu zobowiązań
dotyczących rezygnacji z jaj klatkowych

Stowarzyszenie Otwarte Klatki 2025

ul. Wyspiańskiego 14/37, 60-750 Poznań
KRS: 0000444120

