



Freedom and Respect
for Every Earthling (F.R.E.E.)

Raport comunicare cage-free

2019 - 2021

Introducere

Prin intermediul acestui raport asociația FREE își propune să expună o parte esențială privind eforturile desfășurate în colaborarea cu companiile din sectorul alimentar pentru publicarea unui angajament cage-free. La bază stă dorința de a fi transparentă față de toate părțile interesate de activitatea proiectului România Fără Cuști.

Raportul cuprinde discuțiile care au ajuns la o finalitate (angajament ori lipsă clară de interes), nu și detalii privind companiile contactate care nu au oferit niciun răspuns.

Încă din 2019, prin proiectul România Fără Cuști, asociația FREE colaborează cu firme de toate dimensiunile din sectorul alimentar pentru a ridica standardele ce privesc vânzarea și folosirea ouălor în coajă, sub formă lichidă ori praf.

Tot mai multe companii opresc aprovizionarea cu aceste tipuri de ouă care provin de la găini ținute în cuști, unde spațiul alocat fiecăreia este similar dimensiunii unei foi A4. De asemenea, găinile nu au acces la lumină naturală sau la aer curat.

Angajamentul cage-free (de renunțare la ouăle marcate cu cifra 3 și folosirea alternativelor din sisteme fără cuști) este un nou standard în ceea ce privește aprovizionarea cu ouă pentru vânzare sau producție. Toate angajamentele din România sau care se aplică și în România sunt aici:

<https://romaniafaracusti.ro/companii-cage-free/>

Această activitate se desfășoară cu scopul de a crește nivelul de conștientizare al publicului dar și asumarea publică a companiilor legată de politicile de bunăstare a animalelor și direcțiile de sustenabilitate. Activitatea proiectului România Fără Cuști este posibilă cu sprijinul Alianței Internaționale Open Wing, o coaliție formată din 80 de organizații din toată lumea, ce are ca scop eliminarea celor mai cumplite forme de exploatare a păsărilor.

Există firme care operează global ce au angajamente cu aplicabilitate și în România. Deoarece acestea au fost obținute înainte de lansarea proiectului România Fără Cuști ori fără intervenția semnificativă a Asociației FREE, acestea nu vor fi menționate în prezentul raport, dar pot fi găsite pe website-ul proiectului.

Cuprins

- 1** Companii care au publicat
angajamente cage-free
- 2** Companii mari care nu au publicat
angajamente cage-free
- 3** Companii mici care nu au publicat
angajamente cage-free

Companii care au publicat angajamente cage-free

În această secțiune sunt detaliate dialogurile cu firmele care au fost contactate de către reprezentanți ai asociației F.R.E.E. și care au conștientizat importanța publicării unui angajament cage-free pentru a-și formaliza intențiile de a avea practici tot mai bune de aprovizionare. O parte dintre dialoguri au fost inițiate în trecut de către alți membri ai alianței Open Wing.

Fornetti (lanț de patiserii)

Dialogul a fost purtat în intervalul Iunie - Noiembrie 2020. În urma unor apeluri, a câtorva neînțelegeri dar și expuneri publice, conducerea Fornetti a înțeles importanța unui angajament public despre proveniența ouălor, publicând pe site următoarele: „Obiectivul nostru este ca până în 2023 să folosim la fabricarea produselor noastre exclusiv produse directe ce provin din creșterea la sol.”, pe [website-ul oficial Fornetti](#).

Cora (retailer)

Dialogul a fost purtat în intervalul februarie 2020 - aprilie 2021

Prima întâlnire s-a concretizat într-o discuție despre acest trend și despre posibilitatea ca societatea Cora să publice un angajament cage-free, similar locațiilor Cora din celelalte țări europene.

A existat deschidere pentru colaborare, însă a fost resimțită situația pandemică. Au fost trimise remindere pentru a stabili un nou dialog în urma discuției interne Cora, dar, din păcate pandemia a blocat majoritatea colaborărilor, existând alte priorități la acel moment pentru majoritatea companiilor.

În martie 2021 dialogul a fost reluat, iar după câteva clarificări și update-uri privind posibilitatea lansării unei campanii de conștientizare din partea FREE s-a stabilit o nouă întâlnire unde au fost confirmate demersurile Cora de a deveni cage-free până în anul 2024.

Pe 6 aprilie 2021, angajamentul cage-free a fost publicat [aici](#).

„Angajamentul Cora Romania este acela de a delista total ouale cu cifra 3, din anul 2024, angajament care de altfel se inscrie in politica grupului la nivel european.”

Boromir (producător produse de panificație)

Dialogul a fost purtat în intervalul mai - octombrie 2021, în urma numeroaselor încercări ale asociației FREE de a discuta subiectul politicii cage-free în anul 2020.

Deși inițial tăcuți responsabilii PR și aprovizionare de la Boromir, în urma unor e-mail-uri și apeluri cu diferiți reprezentanți, s-a putut observa faptul că subiectul capătă interes pentru conducerea Boromir.

După alte discuții, alături de noul context al deciziei Comisiei Europene de a interzice, printre altele, și aceste tipuri de sisteme de creștere de unde provin ouăle marcate cu cifra 3, angajamentul cage-free a ajuns pe lista de priorități a firmei Boromir.

La jumătatea lunii octombrie, angajamentul Boromir a fost publicat pe website-ul boromir.ro.

„Ne luăm angajamentul ca cel târziu până în anul 2025, să folosim numai ouă provenite de la găini crescute la sol și în aer liber.”

Vel Pitar (producător produse de panificație)

Dialogul a fost purtat în intervalul martie - noiembrie 2021. Încă din mai 2020 a fost trimis un e-mail din partea FREE, dar pandemia a făcut ca aceea să fie singura interacțiune din acel an, orice insistență fiind contraproductivă în acele momente.

Noi mesaje au fost trimise în martie 2021 și august. În octombrie reprezentanții Vel Pitar au intrat în dialog telefonic cu reprezentanții FREE. S-a putut observa interesul pentru publicarea unui angajament cage-free, la scurtă vreme fiind cerute detalii despre forma pe care o va lua acesta.

În noiembrie apare angajamentul cage-free [aici](#).

„Obiectivul nostru asumat este ca până în anul 2025 să facem integral tranziția către folosirea de ouă provenite din sisteme fără cuști (cage-free) pentru toate produsele noastre!”

City Grill (lanț de restaurante)

Dialogul a debutat între organizația Animals International și conducerea City Grill în anul 2018, fiind preluat de către asociația FREE în anul 2019.

Angajamentul a fost publicat la sfârșit de 2019, în meniurile CityGrill. Acesta este [aici](#).

„Grupul City Grill folosește în rețete doar ouă cage-free”

Am aflat, în anul 2021 printr-un dialog online, că toate firmele deținute de grupul City Grill (Trattoria Bon Giorno, Pescăruș, Carul cu Bere, Hanul Berarilor, Hanul lui Manuc, City Cafe) sunt, de asemenea cage-free.

Wyndham (lanț hotelier ce deține Ramada și Howard Johnson)

Întreaga rețea globală de hoteluri Wyndham a decis să publice un angajament cage-free în urma unei campanii publice inițiată de Alianța Open Wing la nivel internațional în septembrie 2019 (au participat peste 60 de ONG-uri din întreaga lume, inclusiv asociația FREE). Lanțul hotelier a înțeles importanța acestei cauze exprimată de consumatori și de clienții lor.

„La Wyndham Hotels & Resorts, ne-am angajat să încurajăm responsabilitatea socială și luăm măsuri în fiecare zi pentru a minimiza impactul pe care operațiunile noastre îl au asupra lumii. Ca parte a acestor eforturi, ne angajăm să aprovizionăm hotelurilor noastre deținute, gestionate și francizate, exclusiv de la furnizori de ouă cu proveniență de la păsări crescute în sisteme fără cuști, pentru ca până în 2025 să furnizăm 100% din ouăle noastre (produse din coajă, lichide și din ouă întregi) provenite de la păsări crescute fără cuști la nivel global.”

Angajamentul [aici](#).

Hilton (lanț hotelier ce deține și DoubleTree)

Rețeaua globală de hoteluri Hilton a publicat un angajament cage-free la 24 de ore după inițierea unei campanii publice de către Alianța Open Wing (au participat peste 60 de ong-uri din întreaga lume, inclusiv asociația FREE).

Angajamentul [aici](#).

„Astăzi suntem încântați să ne alăturăm altora din industria noastră și să ne oficializăm angajamentul de a ne aproviziona 100% din ouăle noastre (produse din coajă, lichide și din ouă) la nivel global din surse fără cuști pentru întregul portofoliu Hilton * până la sfârșitul anului 2025. De asemenea, vom facem disponibilă politica noastră privind ouăle cage-free în limbile materne cheie și continuăm să ne publicăm progresele anual.”

Best Western (lanț hotelier)

Întreaga rețea globală de hoteluri Best Western a decis să publice un angajament cage-free în urma unei campanii publice inițiată de Alianța Open Wing la nivel internațional (au participat peste 60 de ong-uri din întreaga lume, inclusiv asociația FREE).

Angajamentul [aici](#).

„Suntem încântați să ne alăturăm altora din industria noastră și să ne oficializăm angajamentul de a ne aproviziona 100% din ouă (produse din coajă, lichide și ouă) la nivel global din surse fără cuști pentru întregul portofoliu al Best Western Hotels & Resorts până la sfârșitul anului 2025. De asemenea, vom pune la dispoziție politica noastră privind ouăle cage-free în limbile materne cheie și vom continua să publicăm progresele noastre anual.”

RBI (lanț de restaurante ce deține și Burger King)

Întreaga rețea globală de restaurante RBI (Restaurant Brands International) a decis să publice un angajament cage-free în urma unei campanii publice inițiată de Alianța Open Wing la nivel internațional (au participat peste 70 de ong-uri din întreaga lume, inclusiv asociația FREE).

Angajamentul [aici](#).

Yum! Brands (Pizza Hut, KFC, Taco Bell și The Habit Burger)

FREE a susținut campania globală adresată acestui grup prin proteste fizice în fața magazinelor KFC și Pizza Hut, mail-uri și comentarii pe paginile lor de social-media.

Angajamentul [aici](#).

Moritz Eis (gelaterie)

Dialogul a fost purtat în intervalul iulie - octombrie 2021.

A fost prezentat proiectul și intențiile în ceea ce privește Moritz Eis, atât în scris cât și telefonic.

Nu exista o poziție publică în privința provenienței ouălor și am recomandat societății Moritz Eis un model de angajament. S-a putut observa că există interes în acest sens, motiv pentru care ni s-a solicitat o listă cu furnizori de ouă cage-free.

După alte câteva apeluri în care am solicitat update-uri, ni s-a exprimat dorința de a apărea un angajament cage-free din partea Moritz Eis.

12 octombrie - a apărut pe Facebook angajamentul cage-free. Acesta poate fi accesat [aici](#).

„Obiectivul nostru este ca în produsele #MoritzEis să se folosească ouă provenite din surse cage-free începând cu anul 2022. Ouăle pe care le vom folosi vor fi marcate cu cifra 1 (ouă free-range).”

Restaurantele IKEA

În august 2020 asociația FREE a solicitat publicarea angajamentului cage-free și în limba română pe website-ul românesc. Deoarece site-ul era în reconstrucție, informația a fost publicată în luna octombrie.

„Începând cu anul 2016, IKEA România a folosit și folosește numai ouă cu marcajul 0 (de la găini crescute în sistem ecologic) sau 1 (de la găini crescute în aer liber).”

Angajamentul a fost republicat [aici](#).

French Revolution (lanț de cofetării)

Dialogul a fost purtat în intervalul Iunie - octombrie 2020.

Discuțiile, însoțite de e-mail-uri pentru clarificări, s-au finalizat cu publicarea unui angajament cage-free. Website-ul era în construcție, așa că a fost necesar un timp mai mare de așteptare până la postarea informației pe website.

Pe 12 octombrie a apărut [angajamentul cage-free](#):

„Ouăle provin din surse alese cu grijă, de la fermele din jurul Bucureștiului unde găinile cresc în sisteme cage-free (fără cuști)”.

Cofetaria mai Dulce

Dialogul a fost purtat în intervalul noiembrie 2020 - iunie 2021.

Câteva discuții au confirmat că la cofetăria „Mai Dulce” nu se folosesc ouă marcate cu cifra 3. A apărut un [angajament](#) în acest sens în iunie 2021 în urma câtorva apeluri din partea FREE.

„Nu susținem practici de creștere a găinilor în cuști, iar ouăle pe care le folosim în producție, provin de la găini crescute la sol și sunt marcate cu cifra 2.”

Cuptorul Moldovencei (lanț de cofetării)

Discuția s-a purtat între ianuarie 2020 - martie 2021.

Ni s-a comunicat că se dorește postarea unui angajament, dar website-ul era în construcție.

În martie 2021, în urma câtorva remindere, angajamentul a fost publicat.

Angajament postat [aici](#).

„Zilnic folosim 1000 de ouă marcate cu cifra 2, 1 și 0. Folosim ouă provenite de la găini crescute în sisteme cage-free (fără cuști), de la furnizori autorizați.”

Coolinart (restaurant)

Discuția a început încă din 2020 și am putut observa deschiderea restaurantului. Pandemia a amânat, însă, discuția cu reprezentanții Coolinart. După câteva e-mail-uri și apeluri trimise în iulie 2021, angajamentul cage-free a fost postat [aici](#):

”Deoarece nu susținem practicile de creștere a găinilor în cuști, ouăle folosite la #coolinart provin doar din surse cage-free. Ouăle sunt marcate cu cifra 2, deci provin din hale la sol. Această postare vine și în susținerea campaniei de conștientizare a asociației Freedom and Respect for Every Earthling.”

Coolinart folosește în prezent ouă marcate doar cu cifra 2 și-și propune, imediat ce va fi posibil, să migreze către free-range (cifra 1).

La Mama (lanț de restaurante)

Discuția s-a purtat între ianuarie 2020 - august 2021

După perioada foarte grea pentru sectorul HORECA, am revenit în mai 2021 cu apeluri. Am vorbit despre proiectul și intențiile noastre. A existat deschidere și am înțeles că nu se folosesc astfel de ouă marcate cu cifra 3.

Alte câteva remindere au dus la publicarea [angajamentului](#) pe 20 august 2021.

„La restaurantele „La Mama” se folosesc ouă cage-free, marcate cu cifra 2.”

Senneville (lanț de cofetării/patiserii/brutării)

Iunie 2019 - februarie 2020 a fost intervalul discuției.

Cei de la Senneville s-au alăturat, de asemenea, cauzei prin angajamentul lor cage-free de mai jos, postat în urma discuțiilor cu asociația FREE, dar și prin clipul prin care au răspuns public la întrebări legate de motivele pentru care un astfel de angajament este de încurajat.

„Recent, am fost informați de inițiativa “cage-free”, care descurajează utilizarea ouălor care provin de la găini crescute în cuști, cele marcate cu cifra 3. La Senneville nu susținem aceste practici de creștere, iar ouăle pe care le folosim în toate locațiile noastre, provin de la găini crescute la sol și sunt marcate cu cifra 2.”

Angajament postat [aici](#).

Bistro de l'Arte (restaurant)

Intervalul dialogului a fost decembrie 2019 - ianuarie 2020.

În urma câtorva apeluri telefonice și a unui exemplu de angajament, a apărut angajamentul cage-free pe pagina de Facebook Bistro de l'Arte.

„Poate nu știți dar, noi, la Bistro de l'Arte, am început în urmă cu mulți ani să folosim numai ouă [cage-free], cele marcate cu cifra 1, de la găini crescute în libertate, la sol.

În urma discuțiilor recente cu Asociația Freedom and Respect for Every Earthling, am aflat că tot mai multe restaurante și supermarketuri din țară și din lume elimină din lanțul de aprovizionare ouăle de la găini ținute în baterii.

De aceea, iată că ne formalizăm angajamentul că vom folosi și de acum înainte numai ouă [cage-free], de la ferma vecină, din Ohaba.”

Angajament [aici](#).

Bistro „La noi” (restaurant)

Dialogul s-a purtat între lunile mai și iunie 2019.

După o discuție la localul Bistro „La noi” și câteva apeluri telefonice, a fost publicat angajamentul cage-free [aici](#).

„Folosim un număr relativ mare de ouă în bucătăria noastră, și cu mare bucurie îți transmitem că folosim ouă care provin de la găini care cresc și scurmă în afara cuștilor.”

CUIB (restaurant)

Dialog între mai - august 2019

Cuib este recunoscut în Iași drept unul dintre cele mai eco friendly și responsabile din Iași.

Astfel, angajamentul cage-free a apărut curând pe pagina lor de Facebook [aici](#).

„Una dintre cele mai recente colaborări este cea cu Asociația #FREE - Freedom and Respect for Every Earthling în privința inițiativei „ouă cage-free” (ouă din ferme unde găinile nu sunt ținute în cuști, mai exact în baterii „îmbunătățite” - e vorba de ouăle marcate cu cifra 3). În acest sens, dorim să ne formalizăm angajamentul de a ne aproviziona numai cu ouă din surse „cage-free”.”

Grand Hotel Traian

Interval dialog decembrie 2019 - ianuarie 2020

Angajament [aici](#).

„Ca parte din politicile noastre de responsabilitate pentru mediul înconjurător și animale, suntem încântați să vă anunțăm că, în cadrul Grand Hotel Traian, ne-am luat angajamentul de a ne aproviziona doar cu ouă din surse 100% „cage-free” (de la găini care nu sunt ținute cuști). Prin această decizie ne alăturăm celorlalte lanțuri hoteliere din România și din lume care și-au formalizat politicile de bunăstare a animalelor și care oferă transparență față de preocupările clienților lor.”

Indigo (restaurant)

În urma unui dialog scurt, purtat în intervalul lunilor ianuarie - februarie 2020, ne-a bucurat vestea că restaurantul Indigo a publicat angajamentul cage-free.

„Folosim doar ouă cod 1 din respect pentru produsul pe care îl oferim și vă încurajăm să faceți la fel. Împreună putem realiza o schimbare, trebuie doar să nu mai acceptăm compromisuri când vine vorba despre calitatea produselor cumpărate.”

Angajament [aici](#).

the ARTIST (restaurant)

Interval dialog 21- 31 ianuarie 2020

„Folosind ouă de calitate superioară, din categoria free range și ecologic, susținem inițiativa pentru eliminarea sistemelor de creștere a găinilor în baterii, aceasta reprezentând cea mai cruntă formă de existență (sunt înghesuite în cuști, nu au acces la aer proaspăt, nu au parte de lumină naturală, rezultând și o calitate inferioară a materiei prime provenite de la acestea).”

Angajament [aici](#).

Companii mari care NU au publicat angajamente cage-free

Mai jos sunt detaliate dialogurile cu firmele care au fost contactate de către reprezentanți ai asociației F.R.E.E. și care nu au manifestat interes față de proveniența ouălor folosite sau vândute. În ciuda informării, insistențelor și chiar a expunerii deciziei Comisiei Europene de a interzice, printre altele, sistemele de unde provin ouăle marcate cu cifra 3 până în 2027, aceste firme nu au considerat important să-și exprime solidaritatea față de o cauză atât de importantă.

Profi (retail)

Dialogul cu retailerul Profi a început încă din mai 2019. La începutul anului 2020 a avut loc prima întâlnire la sediul din Timișoara. În urma acesteia s-a putut înțelege destul de clar că tranziția către cage-free nu este o prioritate pentru compania Profi. În data de 20 februarie 2020, asociația FREE a inițiat o campanie de conștientizare privind dezinteresul firmei vizavi de acest bunăstarea găinilor ouătoare. La scurtă vreme pandemia a început să se resimtă și în România, iar orice alt demers a fost pus pe pauză.

În aprilie 2021, dialogul cu reprezentanții Profi a fost reluat chiar după angajamentul publicat de Cora. E-mail-ul trimis pe 20 aprilie din partea reprezentanților asociației FREE exprima dorința de a relua discuția, informa cu privire la angajamentul național recent al Cora și angajamentul Hard Rock Cafe.

Cu întârziere, reprezentanții Profi au răspuns solicitării noastre și a fost stabilită o primă întâlnire pe 27 aprilie. Pe parcursul întâlnirii s-a putut înțelege poziția conducerii Profi care continua să susțină că nu-și poate asuma un astfel de angajament, deși ni s-a spus că există interes pentru bunăstarea animalelor.

Discuția a clarificat principalele îngrijorări ale conducerii Profi:

1. Nu există în prezent furnizori români cu capacitate de producție suficient de mare cât să asigure necesarul de consum pe care îl asigură retailerul Profi.
2. Importul nu este o soluție, Profi dorește să sprijine producătorul român înainte de toate.
3. Această tranziție ar afecta buzunarul consumatorului final, mai ales în contextul actual.

4. Vânzarea de ouă marcate cu cifra 3 constituie o sursă de venit suficient de importantă cât să nu se poată renunța la ele prea curând. Ceilalți retaileri, care au prezență multinațională, pot sprijini magazinele din România când este nevoie. Profi activează doar național, motiv pentru care susțin că riscul ar fi mult mai mare pentru un astfel de angajament.

5. Există companii cu angajamente parțiale.

În baza experienței acumulate din dialogurile dintre diverse firme și FREE/Aliața Open Wing, am sugerat următoarele:

1. Angajamentul se poate întinde pe un orizont de câțiva ani și are scopul de a modifica standardul de producție a ouălor alături de alte angajamente. Ca orice afacere, cel care nu se adaptează pierde. Aproape tot sectorul de retail a declarat că va renunța la ouăle marcate cu cifra 3 de pe rafturi, ceea ce va modifica semnificativ tipul de producție de ouă din România. Profi nu dorește să se alăture acestei schimbări.

2. Abordarea Profi este evidentă aici: mai important este să sprijinim producătorul român care are standarde de bunăstare inferioare, decât să ajutăm, prin import dacă este nevoie, animalele. Totuși, perioada de importuri, dacă ar fi necesară după 2025 (anul sugerat pentru un angajament cage-free), ar fi extrem de scurtă până când și România se va ridica la standardele de producție din restul Europei.

3. Acest angajament, care poate fi împlinit până în 2025, nu are un impact asupra situației din prezent. Luând în calcul decizia Comisiei Europene de a interzice astfel de practici de producție, dar și sutele de angajamente cage-free cu aplicabilitate globală, piața producției de ouă va fi inevitabil influențată în următorii ani, impactul fiind deja vizibil. Profi poate alege să se alăture sau nu acestei schimbări iminente. Poate fi un spectator sau nu.

Acesta va fi noul standard, consumatorul neinteresat de această problemă (care va exista întodeauna) se va acomoda cu noul standard. Totuși, ce este mai important? Să menținem niște standarde inferioare de producție sau să se cumpere cu foarte puțin mai scump consumatorul final? Ne interesează calitatea sau cantitatea? Ce promovează Profi? Mereu este loc de mai ieftin, mai puțin calitativ.

4. În lipsa acestui angajament, în 2025 Profi va fi unul dintre puținele magazine din România care va vinde aceste tipuri de ouă. Poate eliminarea ouălor provenite de la găini chinuite în cuști (în timp de 3 sau 4 ani), care oricum nu vor mai exista curând, să pună în pericol un retailer precum Profi? Să nu uităm de posibila colaborare cu furnizorii actuali pentru a face această tranziție împreună, de varianta importului pe termen scurt și chiar de posibila extindere către 2026 a angajamentului în cazul foarte puțin probabil în care nu va exista suficientă ofertă de ouă provenite din surse cage-free în România.

5. Faptul că există retaileri cu angajamente parțiale nu justifică lipsa unui angajament public din partea Profi. Privind în direcția opusă, Lidl, Auchan, Mega Image, Metro, Penny, Selgros, Cora, Lagardere au publicat angajamente cage-free cu menționarea unui obiectiv clar de delistare totală a ouălor marcate cu cifra 3, până în 2025 sau mai devreme. Angajamentele [aici](#).

De asemenea, acești retaileri nu fac obiectul prezentului raport întrucât angajamentele lor au apărut în urma discuțiilor cu alți membri ai alianței, nu cu reprezentanții FREE, așa cum se menționează și în introducere.

La următoarea întâlnire au fost prezentate inițiative precum informarea la raft despre tipurile de ouă și lansarea unui brand propriu de ouă care va fi cage-free. În continuare, fără o strategie de renunțare la aceste tipuri de ouă provenite de la găini crescute în cuști, marcat cu cifra 3.

La scurtă vreme după această discuție, a fost publicată decizia comisiei europene de a interzice, până în 2027, sistemele de creștere cu cuști pentru toate animalele din ferme. Reprezentanții asociației FREE au anunțat această decizie istorică pe mail (în a 2-a parte a lui iunie). După mai multe acțiuni precum lansarea unei campanii de awareness, discuții cu autoritățile, multe alte evenimente și acțiuni, o nouă întâlnire a fost programată. A avut loc pe 19 octombrie.

În ciuda tuturor argumentelor aduse, implicit despre schimbările evidente care prevăd un viitor cage-free curând, reprezentanții Profi au continuat să refuze publicarea unui astfel de angajament. Ședința a reluat argumentele de mai sus din care a conchis că:

- Profi nu dorește să publice o politică clară față de această problemă asociată cu bunăstarea animalelor decât sub o formulare ce denotă faptul că Profi se angajează să respecte legea, deci va face această schimbare odată ce ea va veni dinspre autorități, lucru care nu spune nimic în afara faptului că se respectă legea, ceea ce este o obligație oricum.

- Profi nu își asumă rolul de a influența piața în bine. Din păcate pune un egal între legalitate și moralitate, lucru care știm cu toții că este profund neadevărat.

- Profi este atent la posibilitățile consumatorului. Clientul este mai important decât orice problemă asociată cu un produs. Clientul dorește, Profi aduce. Profi susține că este un simplu intermediar, iar prin asta înțelegem că nu dorește să-și educe cu adevărat clienții. Doar răspunde unei cereri.

- Profitul este, de asemenea, mai important decât suferința îngrozitoare prin care trec găinile ouătoare.

Deși aplaudăm toate intervențiile frumoase pe care Profi le-a avut pentru animale și mediu, lucru menționat încă de la începutul dialogului nostru, solicitarea noastră, prin intermediul acestui proiect, ține de extinderea acestor bune practici și de îmbunătățirea vieții găinilor ouătoare. În acest sens am oferit toate argumentele necesare înțelegerii oportunității unei astfel de schimbări, argumente ce au mobilizat și alte sute de firme de pe tot globul, așa cum este menționat mai sus.

Toate aceste intervenții, precum și expunerea repetată a faptului că Profi sunt iubitori de animale, prin clipuri/rapoarte de sustenabilitate, deși necesare pentru a schimba lumea în bine, nu ajută, din păcate, și cauza proiectului România Fără Cuști. Prin urmare, avem responsabilitatea de a prezenta aceste concluzii ca atare, formulate în urma lungii noastre discuții, atât de către membrii asociației FREE cât și de către membrii Alianței Open Wing.

Bella Food (producător produse de patiserie)

Dialogul a avut loc între lunile martie și octombrie 2021.

Prima interacțiune a avut loc pe 3 martie, 2021, când Asociația FREE a prezentat printr-un e-mail proiectul și intențiile de a obține o poziție publică din partea Bella Food în ceea ce privește ouăle marcate cu cifra 3.

Deoarece nu a existat niciun răspuns, reprezentanții FREE au obținut legătura cu un reprezentant Bella Food, prin intermediul unor apeluri telefonice. În urma apelurilor a fost trimisă o prezentare detaliată a proiectului pe email. Trimisă pe 11 martie, aceasta descria atât scopul asociației FREE cât și oportunitatea adoptării unei politici cage-free, luând în considerare și contextul european care favorizează aceste schimbări.

Asociația FREE a insistat cu continuarea dialogului, după două săptămâni de liniște din partea Bella Food. În final, însă, situația a rămas la fel de incertă.

În luna iulie au fost efectuate noi apeluri. Acestea nu au primit răspuns.

La scurtă vreme a fost făcută publică decizia Comisiei Europene ce a setat drept obiectiv anul 2027 pentru interzicerea tuturor sistemelor cu cuști în care sunt crescute animalele. Pe 12 august FREE a anunțat reprezentanții Bella Food de această schimbare istorică.

În lipsa oricărui răspuns, a fost trimis, pe 25 octombrie, un nou mesaj privind realizarea acestui raport.

Aproape de fiecare dată au fost garantate reveniri cu detalii. Una dintre voluntarele FREE a primit din partea reprezentanților Bella Food informația cum că produsele se fabrică în Bulgaria, iar ouăle folosite provin de la găini ținute în baterii.

Bella Food continuă să nu aibă nicio poziție publică față de această problemă de bunăstare a animalelor.

Pambac (producător produse panificație și morărit)

Dialogul cu reprezentanții Pambac a început în mai 2020. Au fost inițiate apeluri în speranța că va fi clarificat gradul de deschidere pentru postarea unui angajament cage-free. Încă de la început nu părea că este cunoscut acest detaliu al provenienței ouălor sau că ar fi un subiect de interes.

Următoarele apeluri din luna iunie 2020 s-au încheiat cu trimiterea unui model de angajament. Din păcate a urmat o perioadă în care reprezentanții FREE au fost întâmpinați cu un ton ușor agresiv și lipsit de interes în încercarea de a obține actualizări din partea societății.

Septembrie - octombrie 2020 - după multe apeluri în care interesul era evident inexistent, nu s-a ajuns la o înțelegere. Răspunsul din partea furnizorilor în ceea ce privește tipurile de ouă cumpărate de Pambac nu a venit. După toate acestea s-a decis adăugarea societății Pambac pe lista celor care nu au o poziție publică față de această cauză.

Octombrie 2021 - am anunțat realizarea acestui raport. Apelurile au fost, în continuare, zadarnice.

Pambac continuă să nu aibă o poziție publică față de aprovizionare cu aceste tipuri de ouă.

Ana Pan (cofetărie, brutărie și patiserie)

Interval dialog: decembrie 2019 - februarie 2021.

În octombrie 2020 a avut loc o invitație publică la dialog legată de proveniența ouălor. A apărut pe paginile asociației FREE o postare care solicita un răspuns public din partea Ana Pan. Fără vreun răspuns, în aceeași lună a fost trimis un e-mail oficial unde era amintită lista publică ce cuprinde companiile care au sau nu angajamente publice cage-free, existând oportunitatea ca și Ana Pan să apară pe lista firmelor deschise față de acest subiect.

O lună mai târziu reprezentanții Ana Pan au transmis scris că folosesc ouă provenite doar din surse cage-free. Pentru validarea acestei informații, urma ca ea să fie publicată pe website. Din păcate nu au mai apărut vești noi, în ciuda insistențelor.

În lipsa unor răspunsuri, au fost trimise remindere în decembrie, apoi în ianuarie. În februarie notificare despre adăugarea pe lista firmelor care nu au un angajament public cage-free.

În octombrie 2021 am anunțat realizarea acestui raport.

Deși a fost comunicat de multă vreme prin e-mail că Ana Pan folosește doar ouă cage-free, în continuare nu există nici o poziție exprimată public public.

La Lorraine (producător produse panificație)

În data de 3 martie 2021 a fost trimis primul e-mail (legat de proiectul nostru și de intenția de a avea o informație publică din partea La Lorraine cu privire la aprovizionarea cu ouă cage-free), în urma căruia nu am primit niciun răspuns.

Asociația noastră a continuat eforturile de a iniția un dialog, astfel că, la 23 august a recontactat firma la mai multe adrese de e-mail.

Pe 7 octombrie, în urma câtorva apeluri telefonice am obținut o adresă nouă de e-mail, către care ni s-a cerut să retrimitem e-mail-ul din 23 august.

În data de 12 octombrie am primit câteva clarificări care ne-au dus la informația ce demonstrează că La Lorraine este cage-free în toate țările unde operează, inclusiv România, și că această informație va fi inclusă în raportul de sustenabilitate ce va apărea în sfertul al doilea al anului 2022.

Momentan nu există o informație publică care să confirme politica cage-free a firmei.

Trans Agape (producător produse de panificație, patiserie, cofetărie)

Dialogul a fost purtat între martie - octombrie 2021

În martie a fost trimis primul e-mail. Acesta nu a primit răspuns. În august s-au folosit mai multe adrese pentru transmiterea mesajului. De asemenea, nici un răspuns.

Am fost nevoiți să insistăm cu numeroase apeluri, în urma cărora am ajuns la un reprezentant către care a fost retrimis e-mail-ul inițial cu adăugirea că lucrăm la acest raport. (18 octombrie)

Din păcate încă nu ni s-a comunicat o intenție de publicare a unui angajament.

Dobrogea Group (producător produse de panificație și morărit)

Încercarea de a stabili un dialog a început încă din mai 2020 cu un e-mail și continuăm să dialogăm și astăzi.

Un an mai târziu am revenit la dialogurile începute cu companiile. Astfel, în mai 2021 am sunat și am discutat cu un reprezentant Dobrogea Grup despre proiectul și intențiile noastre.

În încercarea de a fi chiar mai clari, a fost trimisă o scrisoare oficială la sediul din Constanța. Din păcate nu am primit un răspuns.

Alte apeluri ne-au direcționat, la sfârșit de iunie, către un reprezentant al departamentului de marketing al Dobrogea Grup. Au fost trimise solicitări privind această cauză către cei responsabili.

Mai multe apeluri efectuate în iulie și august s-au terminat cu „așteptăm răspuns”.

Pentru transparență față de publicul și stakeholderii noștri, am trimis, pe 25 octombrie un e-mail în care anunțăm că lucrăm la acest raport și că, după insistențele care s-au întins pe peste 5 luni, nu putem concluziona decât că această cauză nu este o prioritate pentru Dobrogea Grup. Am primit un răspuns ce dă de înțeles că lucrurile ar sta chiar contrar, motiv pentru care declară în același mesaj că își propun să nu se mai aprovizioneze cu ouă marcate cu cifra 3 până în 2027.

Încă nu există, totuși, un angajament public care să includă un obiectiv clar de renunțare la ouăle marcate cu cifra 3.

Salad Box (lanț de restaurante)

Dialogul a început încă din 2019. Au fost trimise e-mail-uri în lunile decembrie 2020 și ianuarie 2021 prin care am comunicat intențiile noastre de a colabora în vederea publicării unui angajament din partea SaladBox.

Din fiecare răspuns am înțeles că există interes, dar că se află în imposibilitatea de a-și lua un angajament din cauza ofertei restrânse de ouă cage-free accesibile pentru fiecare dintre locațiile Salad Box.

Am anunțat în iulie pe mail decizia istorică de interzicere a sistemelor de unde provin ouăle marcate cu cifra 3 pe teritoriul UE, până în 2027.

După un e-mail trimis în august, de tip reminder, a urmat un apel telefonic în luna septembrie, de pe urma căruia am înțeles de la reprezentanții Salad Box că exista dorința de a clarifica poziția Salad Box. S-au discutat neînțelegerile și soluțiile posibile și am primit confirmarea unui angajament din care va reieși că până la finalul lui 2024 nu se vor mai folosi în produsele Salad Box ouă marcate cu cifra 3, cu mențiunea că își doresc să migreze către cifra 1 imediat ce se poate.

Totuși, această confirmare telefonică și apoi pe mail nu s-a concretizat într-un angajament public nici până în prezent, în ciuda insistențelor.

Companii mici care NU au publicat angajamente cage-free

Mai jos firmele de dimensiuni mici către care au fost trimise e-mail-uri și/sau cu care au fost purtate numeroase discuții telefonice, însă fără a obține o poziție publică față de această problemă.

Apelurile s-au terminat adesea cu „trimiteți mail” sau „sunați și săptămâna următoare”, „nu e nimeni din conducere aici”. Multe dintre firme au încetat să mai răspundă și nu au oferit niciun răspuns, indiferent de insistențe. O parte dintre ele afirmă că ar fi cage-free, dar niciodată nu au publicat această informație, altele că ar fi prea dificilă schimbarea, că nu pot afla proveniența ouălor sau că se vor alinia trendului atunci când vor deveni ilegale.

Pizzeria Maestro

Cofetaria Vera

Collage

Cofetăria Codrina

Christine

Vanilla

Agapitos

Armand

Claus

Sweet Moments

Tuffli

Charlotte

Frișcot

Cofesan

A la Grec

La Dolce Vita

Pralina

Dulce Dor
Irina Sweetshop
4friends
Tortelli
VanGogh
Dana
Chocodor
Nicole
Elidor
Danessa
Vilceanu
Mithrandir
Maripusc
Blanche
Dumy
Giorginio
Arkadia
Aida
RIO
Damarin
Le Premier
Iris
StelaProd
Metrocom
Savana
Truth Sweet & Savoury
DanielaChocolate
Special Sisters
Belpan
Jolie Pan