**Amerykańskie farmy zwiększają sprzedaż jaj z chowu na wolnym wybiegu**

**Amerykański rynek jaj przechodzi zmiany strukturalne. Przedsiębiorstwa szybko zastępują kury z chowu klatkowego alternatywnymi rozwiązaniami - chowem ściółkowym, na wolnym wybiegu i ekologicznym. Jedna z firm stojących na czele ruchu producentów jaj z chowu na wolnym wybiegu opowiada Poultry World o tym, jak prowadzi swoją działalność.**

Raport z farmy

Jake Davies

W 2016 roku dwaj najwięksi nabywcy jaj z amerykańskich ferm ogłosili, że wycofają się ze sprzedaży jaj z chowu klatkowego: największy na świecie detalista Walmart i gigant fast-foodów McDonald's. Ich ogłoszenie zapoczątkowało poważne zmiany na amerykańskim rynku jaj i od tego czasu firmy wydają podobne oświadczenia i odchodzą od jaj z chowu klatkowego w swoich łańcuchach dostaw. Podczas gdy jaja z chowu wolierowego lub ściółkowego będą najprawdopodobniej stanowiły największy segment rynku, wzrasta zapotrzebowanie na jaja z chowu na wolnym wybiegu, jaja ekologiczne i inne specjalne kategorie.

**Ferma Niebieskie Niebo**

Jedną z firm, która może wykorzystać rosnące zainteresowanie Amerykanów chowem bezklatkowym jest Egg Innovations, która wraz ze swoją marką konsumencką Blue Sky Family Farms od pewnego czasu kontynuuje produkcję na wolnym wybiegu. Jej rolnicze korzenie sięgają ponad 100 lat wstecz, jak twierdzi dyrektor naczelny John Brunnquell, który pochodzi z posiadłości położonej w pobliżu Port Washington w stanie Wisconsin. Gospodarstwo i firma sprzedaje wyłącznie jaja z chowu na wolnym wybiegu lub z chowu pastwiskowego. Mówi on, że chów na wolnym wybiegu staje się coraz bardziej popularny wśród amerykańskich nabywców coraz bardziej zainteresowanych dobrostanem zwierząt, które produkują ich żywność.

**Dobrostan zwierząt**

"Kupujący popierają ją, ponieważ coraz większa część populacji przywiązuje dużą wagę do dobrostanu zwierząt. Zwłaszcza osoby z pokolenia millenialsów są już dorosłe i podejmują więcej decyzji za siebie i swoje rodziny, a także dysponują większą swobodą w wydawaniu pieniędzy na marki, które są zgodne z ich wartościami." John uchwycił ten trend i zbudował firmę, która jest głównym graczem w amerykańskim ruchu jaj z wolnego wybiegu i chowu pastwiskowego. "Widzimy, że rynek chowu bezklatkowego przekracza 60% produkcji, a chów na wolnym wybiegu przekracza 25%. Przegranymi pozostaną nadal jaja towarowe lub klatkowe" - mówi.

**Produkcja jaj**

Firma współpracuje z ponad 50 rodzinnymi farmami, na których hoduje się 1,4 miliona kur utrzymywanych zgodnie z wysokimi standardami dobrostanu. Producenci znajdują się na Środkowym Zachodzie w Indianie, Illinois, Wisconsin, Ohio i Kentucky. John mówi, że standardy dobrostanu na ich fermach są: "Najwyższe w kraju". Ptaki są trzymane w pomieszczeniach o powierzchni 22ft2 (2m2) na kurę na wolnym wybiegu i 108ft2 (10m2) w przypadku ptaków hodowanych na pastwiskach.

"Praktykujemy techniki rolnictwa regeneracyjnego, ponieważ są one dobre dla gleby, powietrza, ziemi i oczywiście dla naszych kurcząt" - stwierdza John. "Nasze podstawowe tezy i badania koncentrują się na pięciu zachowaniach kurcząt (grzęda, drapanie, kąpiele piaskowe, socjalizacja, wypas) oraz na tym, do czego kurczęta są zaprogramowane. Kiedy kurczakom pozwala się robić te rzeczy, tak jak na naszych fermach, osiągają one wysokie wyniki."

Fermy są certyfikowane przez szereg organizacji skupionych wokół dobrostanu ptaków, w tym American Humane Association, Humane Farm Animal Care, United Egg Producers, Kosher, USDA Organic i Non-GMO product verified.

**Rolnicy**

Egg Innovations twierdzi, że zawiera długoterminowe umowy ze swoimi dostawcami-rolnikami. "Wspieranie silnej gospodarki wiejskiej dla przyszłych pokoleń rolników rodzinnych jest częścią naszego DNA od samego początku. Realizujemy to zobowiązanie poprzez współpracę z rolnikami, aby sprawiedliwie ponosić ryzyko, jednocześnie reinwestując w sieć gospodarstw", mówi John.

Podobnie jak w wielu zintegrowanych przedsiębiorstwach drobiarskich, ryzyko jest dzielone, a marże ustalane pomiędzy firmę pakującą jaja i dostawcę rolnego. "Aby budować zrównoważoną przyszłość, zapewniamy naszym partnerom z ferm najdłuższe kontrakty w branży i płacimy ponadprzeciętne ceny rynkowe, aby zapewnić ich rodzinom stabilną pensję.

Rolnicy zapewniają budynki inwentarskie, media i siłę roboczą, podczas gdy Egg Innovations dostarcza młode nioski i "bogate w składniki odżywcze organiczne ziarno bez GMO po uczciwej, stałej cenie, na którą nie mają wpływu wahania rynkowe" - wyjaśnia. "Egg Innovations wspiera swoich partnerów rolnych poprzez całoroczny dostęp do zasobów takich jak weterynarze i dietetycy. Rolnicy korzystają z usprawnień w transporcie i pomocy ekspertów w zakresie działalności rolniczej".

**Fakty z farmy: Egg Innovations**

* Założona w 1999 r.
* Marka konsumencka Blue Sky Farms założona w 2013 r.
* PECKISH Peck Packs - przekąska na twardo - wprowadzona w 2020 r.
* 50 rodzinnych gospodarstw zaopatrujących firmę w 1,1 miliona jaj dziennie (400 milionów rocznie) zniesionych przez 1,4 miliona kur

**Amerykański Rynek Jaj**

* Amerykanie spożywają 287,1 jaj na głowę mieszkańca, co czyni ten kraj jednym z największych konsumentów jaj na świecie.
* Oprócz wiodącej na świecie konsumpcji, USA jest głównym eksporterem jaj i produktów jajecznych
* Iowa, Indiana, Ohio i Pensylwania to cztery największe stany produkujące jaja.
* Liczba kur hodowanych w systemie bezklatkowym szybko rośnie - według danych American Egg Board obecnie w takich systemach hoduje się blisko 70 milionów ptaków

**Marketing dobrostanu ma kluczowe znaczenie**

Według Lauren Egan, wiceprezes ds. marki i innowacji w Egg Innovations, kluczowe znaczenie ma upewnienie się, że klienci rozumieją różnicę pomiędzy produktami o wyższym poziomie dobrostanu. "Strategia marki i przekaz informacji są niezwykle ważne w budowaniu zaufania w umysłach konsumentów, nie tylko po to, aby pomóc im zrozumieć różnice pomiędzy produktami chowanymi na wolnym wybiegu, bezklatkowymi, hodowanymi na pastwiskach, organicznymi i niemodyfikowanymi genetycznie" - mówi. "Ale także o różnicy między certyfikatami, które widzą na naszych opakowaniach, a tym, czym różnimy się od innych marek w tej kategorii".

"Konsumenci są zdecydowanie bardziej zainteresowani dobrostanem zwierząt niż kiedykolwiek wcześniej, co widzimy wraz ze wzrostem kategorii jaj specjalnych, napędzanym przede wszystkim przez Free-Range i Pasture-Raised. Nasza strategia będzie ewoluować, aby zaprosić konsumenta nie tylko do podejmowania bardziej świadomych decyzji dotyczących dobrostanu zwierząt, ale także poprowadzić go w kierunku bardziej holistycznego zrozumienia, dlaczego i jak dobrostan kurcząt i rolnictwo regeneracyjne muszą działać w harmonii, abyśmy mogli zostawić planetę w lepszym stanie niż ten, w którym zaczęliśmy."

**Tłumaczenie PZZHiPD**

***FINANSOWANE Z FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA DROBIOWEGO***