



## Egg Track

### Report europeo 2019



## Prefazione

In questi ultimi anni abbiamo assistito a una sorprendente ondata d'impegni ad abbandonare le gabbie per le galline ovaiole, segnale di come sempre più aziende riconoscono questo sistema come obsoleto, non accettato dai consumatori e inadatto a garantire una qualità di vita sufficientemente buona per le galline.

Anche se questa tendenza è incoraggiante, le galline ne trarranno reale beneficio solo quando questi impegni verranno rispettati, quando, cioè, saranno tutte allevate in veri e propri sistemi alternativi che siano adatti allo scopo e, al tempo stesso, adatti al futuro. Il passaggio a sistemi non in gabbia, che si tratti di allevamenti a terra, all'aperto o biologici, deve essere avviato il prima possibile e non può attendere la scadenza finale dell'impegno.

Comunicare pubblicamente i progressi fatti verso il raggiungimento dei propri impegni deve essere considerato parte integrante delle strategie di responsabilità aziendale. Mentre questo secondo report europeo EggTrack indica che la percentuale di aziende che comunicano i progressi compiuti è aumentata, i dati mostrano anche che il 28% non ha ancora fornito alcuna prova del lavoro svolto per raggiungere gli obiettivi e la maggior parte delle aziende (58%) non ha ancora comunicato in maniera completa lo stato di avanzamento.

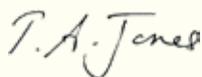
Una delle principali preoccupazioni di Compassion è stata la diffusione di una varietà di sistemi multipiano troppo intensivi per garantire una qualità di vita sufficiente alle galline. Un esempio sono le cosiddette "gabbie combi" o "sistemi combinati" su cui hanno investito alcuni produttori, in particolare negli Stati Uniti e in Italia. Nel corso dell'ultimo anno, abbiamo quindi visitato alcuni di questi sistemi per indirizzare meglio la nostra posizione e abbiamo concluso che questo tipo di strutture non offre alle galline i miglioramenti di benessere che ci si aspetta da un sistema non in gabbia: le partizioni interne o i cancelletti esterni limitano i movimenti delle galline all'interno e tra i diversi piani e possono permettere il confinamento per lunghi periodi di tempo, le cassette nido spesso non sono isolate e non sono dotate di materiali confortevoli, e la distanza tra i piani è ridotta. Questi sistemi non possono garantire un livello di benessere accettabile per le galline e non devono essere considerati come investimenti "adatti al futuro".

Nel tentativo di guidare le aziende a investire in sistemi alternativi alle gabbie che siano accettabili, abbiamo visitato e valutato diverse strutture multipiano vere e proprie. Con le informazioni raccolte dalle visite agli allevamenti, dagli standard degli schemi di certificazione esistenti e dalle lunghe discussioni con i produttori di strutture e i rappresentanti del mondo accademico, abbiamo sviluppato una guida dettagliata sulle caratteristiche chiave da tenere in considerazione per l'installazione di sistemi multipiano che possano realmente garantire un buon livello di benessere.

Il mio team continua a lavorare a stretto contatto con le aziende sui loro impegni ad abbandonare le gabbie, fornendo consulenza, incoraggiando i progressi e sostenendo la necessità di prendere impegni che coprano tutte le categorie di uova, in guscio, ovoprodotti e usate come ingrediente.

Sono stata estremamente contenta di vedere realtà leader come Carrefour Francia, Franprix, Chef Express e Aldi Italia ricevere i Premi Good Egg in occasione della nostra ultima cerimonia dei Premi Benessere Animale a Bruxelles. Queste aziende, infatti, non solo si sono impegnate a utilizzare uova non in gabbia su tutta la filiera, ma anche a vietare l'uso di sistemi combinati.

Il mercato si sta innegabilmente muovendo verso una nuova era senza gabbie e spero sinceramente che le aziende che non hanno ancora introdotto politiche di questo tipo seguano presto l'esempio e che le gabbie per le ovaiole possano finalmente essere consegnate ai libri di storia.



Dr Tracey Jones  
Direttrice del Settore Alimentare

## Introduzione a EggTrack

EggTrack traccia i progressi fatti dalle aziende verso l'abbandono delle gabbie per le galline ovaiole nelle proprie filiere di uova. Nonostante sia stato pensato con l'obiettivo di stimolare le aziende a comunicare i progressi graduali verso la realizzazione degli obiettivi presi in tema di benessere animale, il report serve anche per celebrare quelle realtà virtuose che hanno già preso un impegno, stimolare l'abbandono dei sistemi in gabbia e incoraggiare i produttori a investire in sistemi migliori, adatti allo scopo e al futuro. Mostrando di anno in anno lo stato di avanzamento delle aziende verso il raggiungimento degli obiettivi a lungo termine, speriamo di innescare ulteriori cambiamenti e di dare ai produttori la fiducia necessaria per investire in sistemi alternativi che possano rispondere alle esigenze delle galline e alle richieste future.

Tutte le aziende elencate nel report hanno già preso un impegno pubblico a eliminare le uova provenienti da sistemi in gabbia entro il 2025 o prima. Quest'anno, il numero di gruppi aziendali analizzati nel report è salito a 106 (da 83 dello scorso anno) e, non potendo includere tutte quelle realtà con un impegno pubblico, le abbiamo selezionate in base a dimensioni, volumi di uova utilizzate e influenza sul mercato.

Il report mostra i progressi che le aziende stanno facendo nelle loro filiere di uova in guscio e ovoprodotti/uova usate come ingrediente. Mentre molti degli impegni analizzati coprono solamente le filiere di uova in guscio, le uova "nascoste" usate come ingrediente sono altrettanto importanti ed è incoraggiante vedere che il 91% delle aziende del settore della ristorazione e il 57% dei supermercati hanno preso impegni che coprono entrambe le categorie.

I dati presentati in questo report sono stati raccolti analizzando le informazioni pubbliche disponibili sui siti web aziendali durante le prime due settimane di agosto. Le differenze riscontrate nelle comunicazioni sui progressi delle aziende sono state riportate nel report.

Come l'anno scorso, alcuni impegni sono risultati non chiari. In alcuni casi non viene specificato se l'impegno copre tutte filiere di uova dell'azienda (ad esempio sia uova in guscio che ovoprodotti/uova usate come ingrediente), mentre in altri non è chiaro se riguardi tutte le aree geografiche o i marchi del gruppo. Incoraggiamo le aziende a

chiarire questi elementi nelle proprie comunicazioni e a estendere l'impegno a tutte le tipologie di uova.

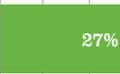
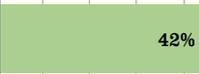
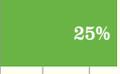
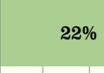
Comunicare lo stato di avanzamento rispetto ai propri impegni è un indicatore importante di come l'azienda stia attivamente lavorando sulle proprie filiere per permettere un cambiamento sostenibile e responsabile. L'industria alimentare deve iniziare ad avviare le transizioni a sistemi alternativi il prima possibile per riuscire a rispettare gli impegni presi con scadenza nel 2025, motivo per cui, fino a questa scadenza, continueremo a pubblicare annualmente il report EggTrack. Le aziende che ancora non hanno sviluppato un piano di azione per rispettare i propri impegni possono trovare una serie di risorse utili nella sezione finale di questo report, soprattutto in relazione al tipo di sistemi su cui raccomandiamo di investire per il futuro. Vi preghiamo di contattare i nostri responsabili del Settore Alimentare per ulteriori informazioni e supporto.

### Compassion incoraggia tutte le aziende a:

- Chiarire il campo di applicazione dei propri impegni;
- Comunicare lo stato di avanzamento rispetto ai propri impegni;
- Estendere l'impegno a tutte le tipologie di uova, es. uova in guscio e ovoprodotti/uova usate come ingrediente;
- Lavorare con i propri fornitori per assicurarsi che i termini degli impegni possano essere rispettati e che possa essere effettuata una transizione graduale;
- Investire in sistemi alternativi che siano adatti allo scopo (garantire una migliore qualità di vita alle galline ovaiole) e adatti al futuro (con standard che continuino a essere accettati dal mercato per tutta la durata dell'investimento e che possano rispondere alle questioni emergenti, es. l'eliminazione del taglio del becco).

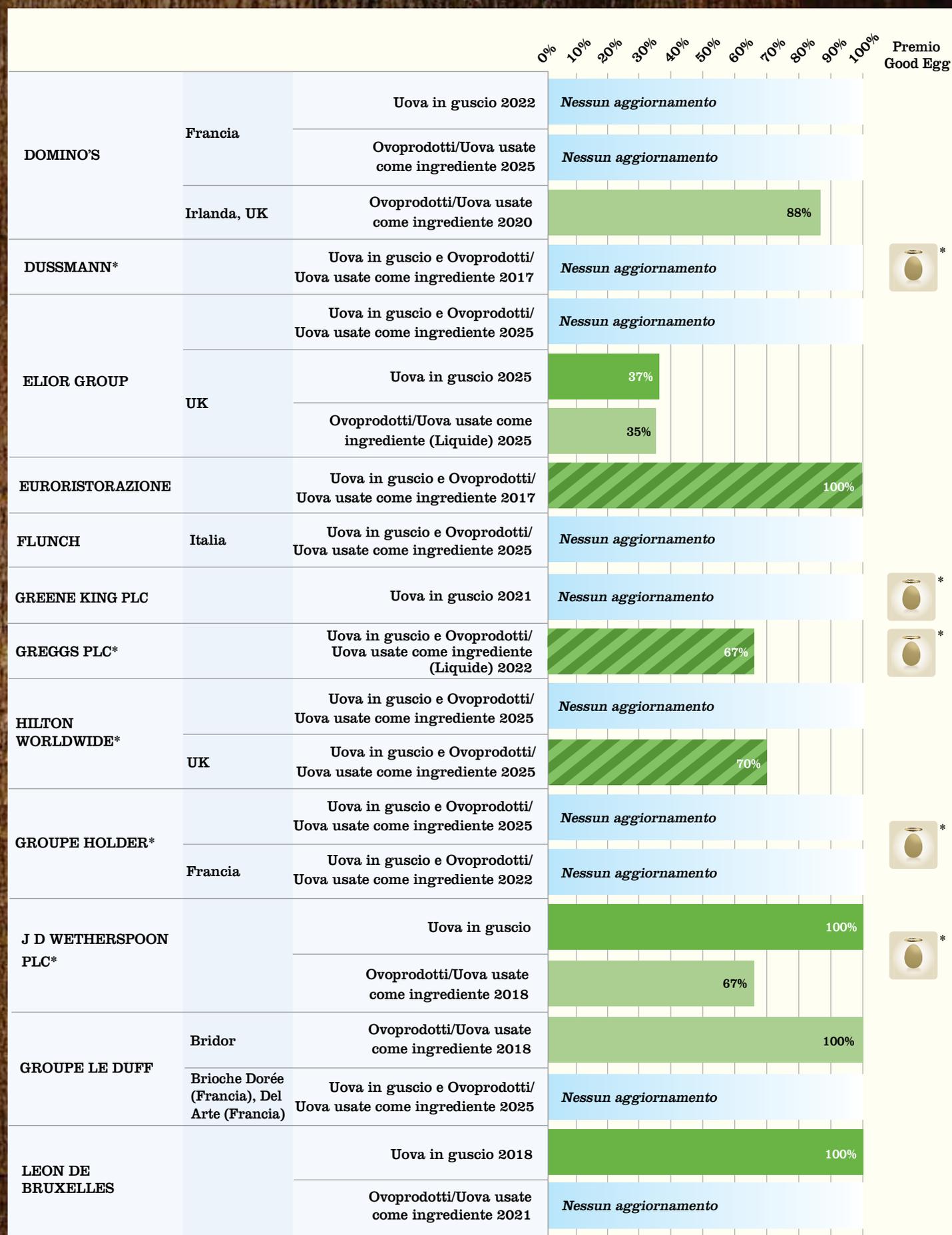


# Progressi: Ristorazione

			0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	Premio Good Egg
ACCOR*		Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente (Liquide) 2020												
API RESTAURATION		Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2025	Nessun aggiornamento											
ARAMARK		Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente (Liquide) 2025												 *
AUTOGRILL*		Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2025	Nessun aggiornamento											
AZZURRI GROUP	ASK Italian, Zizzi	Uova in guscio 2020	100%											
		Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2020	Nessun aggiornamento											
GROUPE BERTRAND	Groupe Flo	Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2025	Nessun aggiornamento											
CAFFÈ NERO*		Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2021	Nessun aggiornamento											
CAMST*		Uova in guscio 2022												
		Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2025												
CASUAL DINING GROUP		Uova in guscio 2025	100%											
		Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2025	Nessun aggiornamento											
		Café Rouge, Las Iguanas	Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2022	Nessun aggiornamento										
CIR FOOD*		Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2018												
COLUMBUS CAFÉ*		Non specificato 2020	Nessun aggiornamento											
COMPASS GROUP	UK	Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente (Liquide) 2025	Nessun aggiornamento											
		Uova in guscio 2025												
		Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente (Liquide) 2025												
COURTEPAILLE		Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2025	Nessun aggiornamento											
GRUPPO CREMONINI	Marr	Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2025	Nessun aggiornamento											
	Chef Express	Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2024	Nessun aggiornamento											

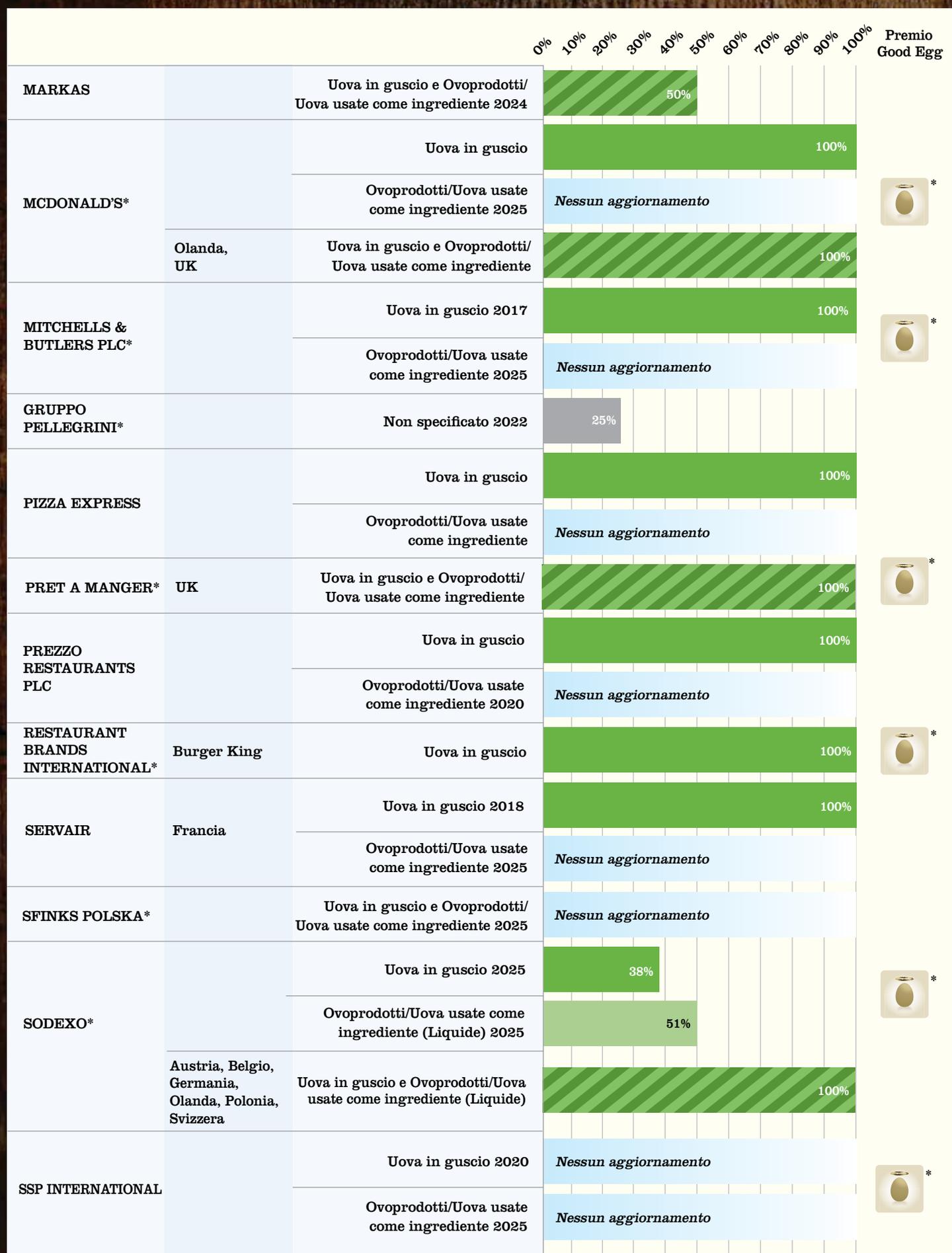
\*Vedere la sezione note a pag. 15.

# Progressi: Ristorazione



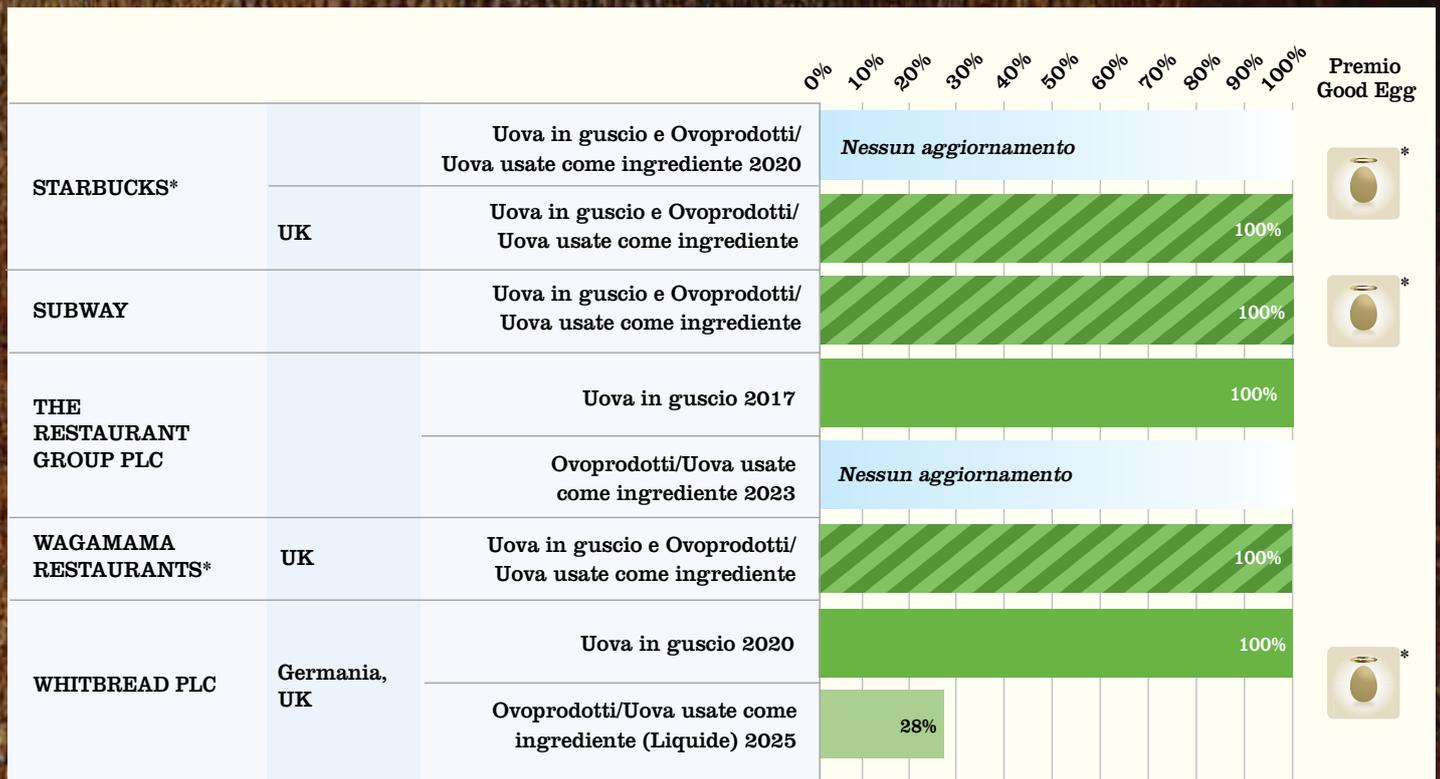
\*Vedere la sezione note a pag. 15.

# Progressi: Ristorazione



\*Vedere la sezione note a pag. 15.

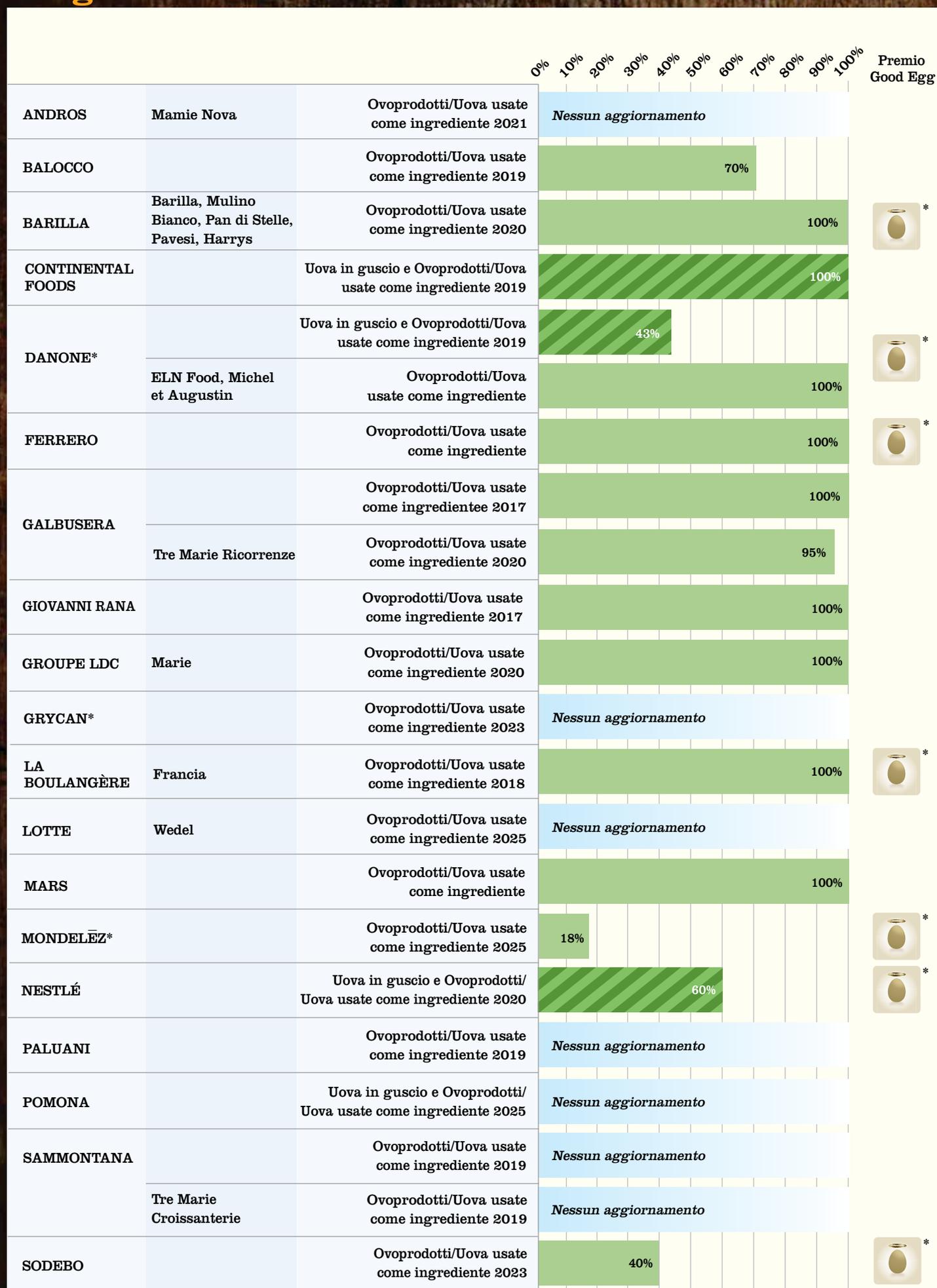
# Progressi: Ristorazione



\*Vedere la sezione note a pag. 15.



# Progressi: Produttori



\*Vedere la sezione note a pag. 15.

## Progressi: Produttori



## Progressi: Produttori



© CIWF

# Progressi: Supermercati



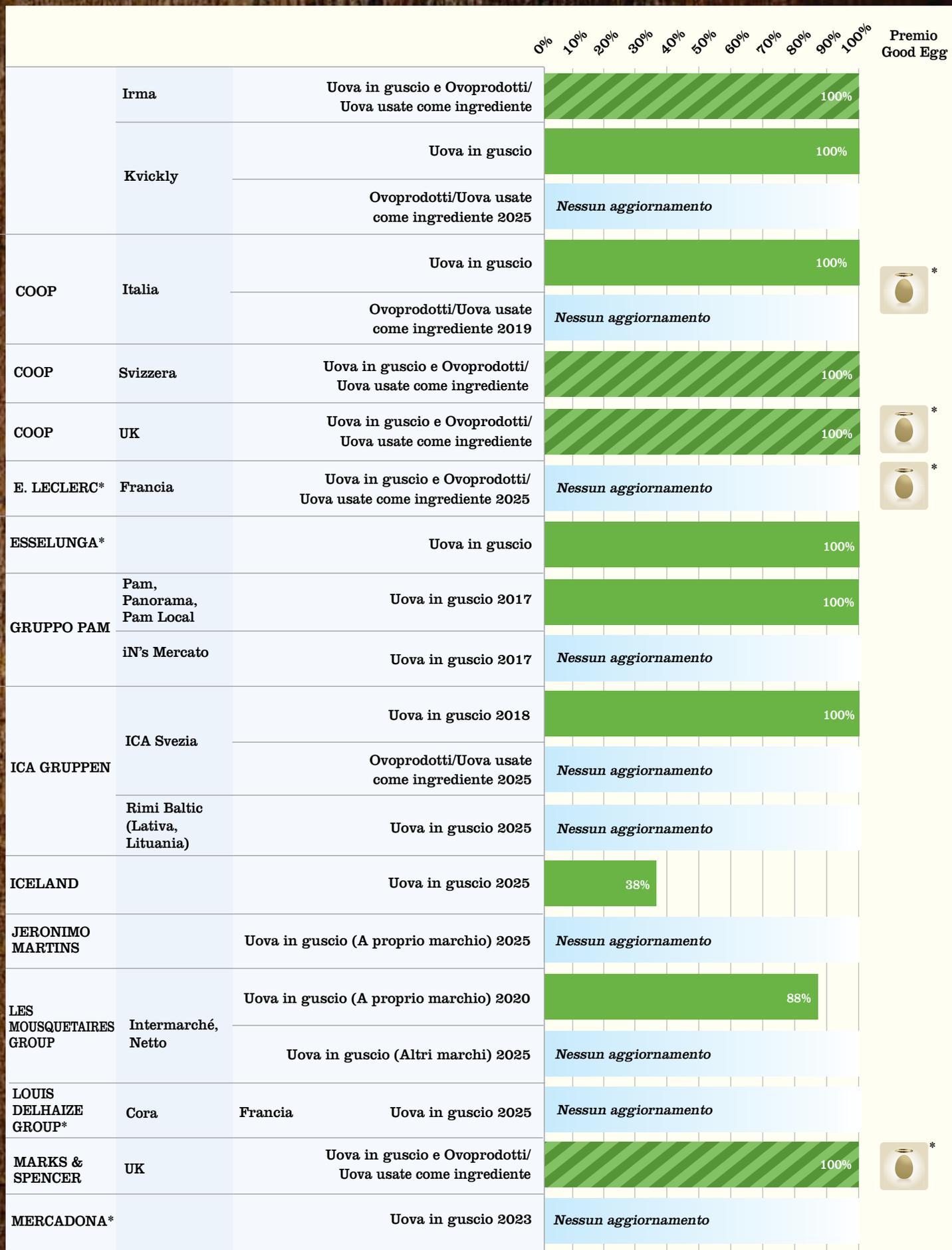
\*Vedere la sezione note a pag. 15.

# Progressi: Supermercati



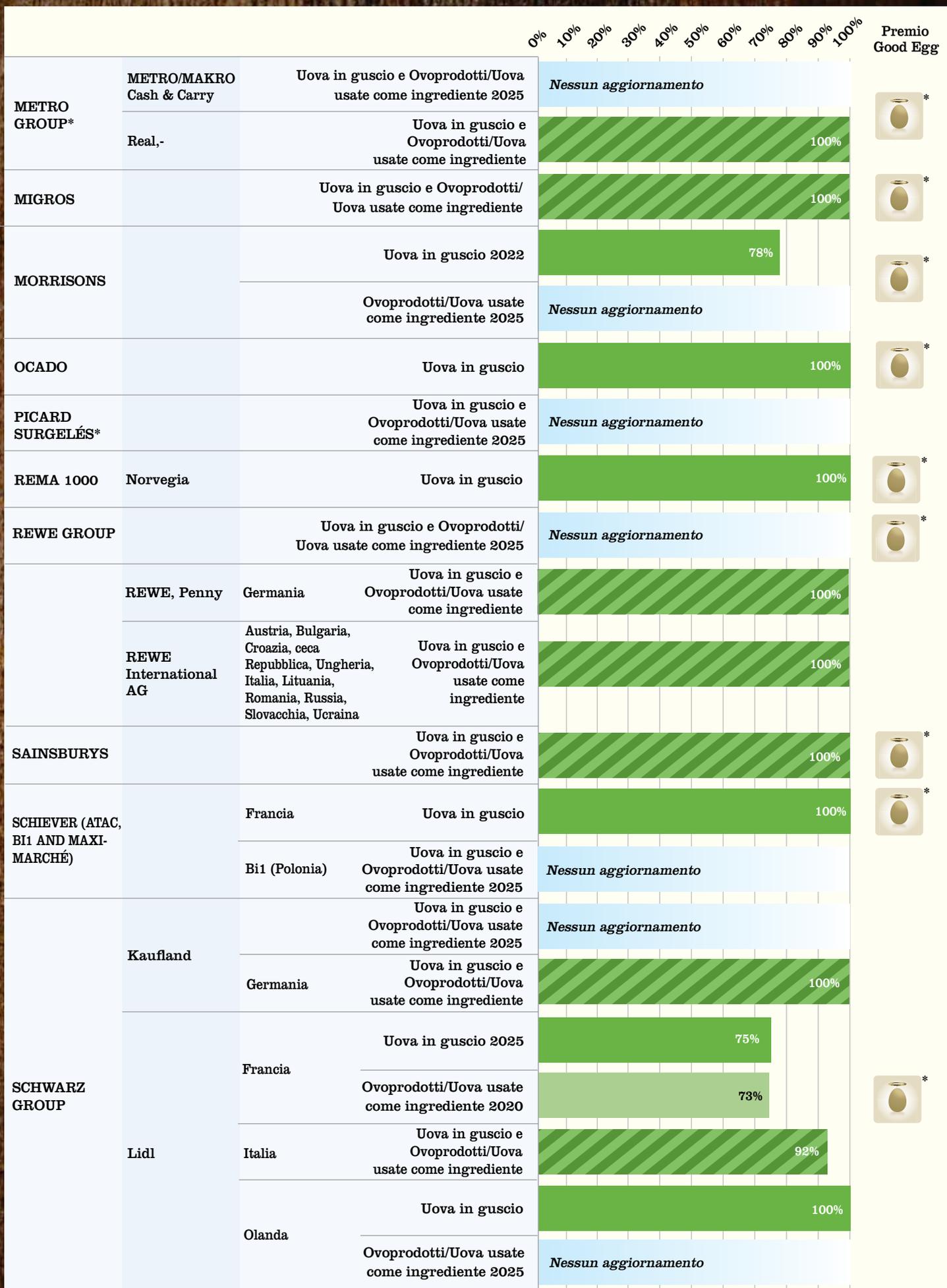
\*Vedere la sezione note a pag. 15.

# Progressi: Supermercati



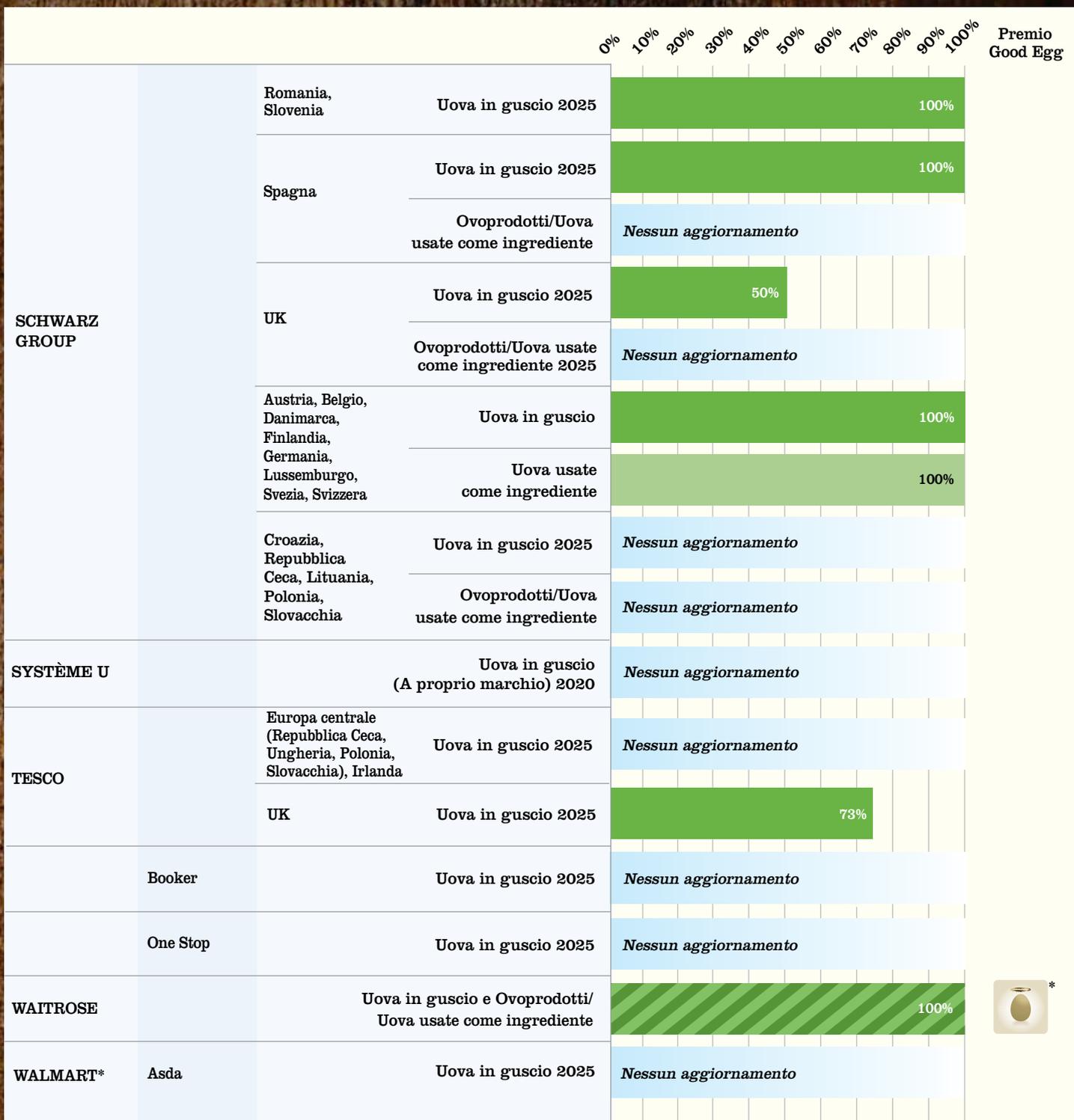
\*Vedere la sezione note a pag. 15.

# Progressi: Supermercati



\*Vedere la sezione note a pag. 15.

# Progressi: Supermercati



\*Vedere la sezione note a pag. 15.

## Note sui dati:

### Note generali:

Per 'Non specificato' s'intende che le aziende non hanno specificato se il loro impegno si applica alle uova in guscio o agli ovoprodotti/uova usate come ingrediente. Consigliamo alle aziende di chiarire gli impegni, se necessario.

Nel caso dei produttori, abbiamo riportato gli impegni non specificati come 'Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente'.

Nel caso dei produttori di uova, abbiamo riportato tutti gli impegni come 'Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente', assumendo che gli impegni coprano tutte le uova prodotte.

Quando nel report non è specificata l'area geografica di estensione degli impegni o delle comunicazioni sui progressi, significa che riguardano tutte le operazioni europee dell'azienda.

Per gli impegni da realizzarsi prima del 2017 e che sono stati rispettati non è stata riportata la data finale. Nella maggior parte dei casi le aziende non forniscono questo tipo di informazione per gli impegni raggiunti quindi, per coerenza, le abbiamo omesse per tutti.

### Note specifiche per azienda: Ristorazione

**Accor:** Progresso basato sulla percentuale di hotel del gruppo che usano 100% uova non in gabbia.

**Autogrill:** Dichiarò: "Autogrill Italia, per i punti vendita a gestione diretta e per i marchi di proprietà, utilizza solo uova in guscio e preparati a base uovo provenienti come minimo da galline allevate a terra. [...] In Olanda, HMSHost International ha siglato un accordo con Kipster" (allevamento senza gabbie che assicura alti standard di benessere).

**Caffè Nero:** "Le uova intere utilizzate nella nostra gamma di prodotti salati provengono al 100% da allevamenti all'aperto".

**Camst:** Un errore di calcolo e una diminuzione nella percentuale di uova in guscio provenienti da sistemi senza gabbie hanno portato a una percentuale di uova in guscio non in gabbia inferiore rispetto all'anno scorso (48%). Camst segnala una ripresa nella crescita della percentuale nella prima metà del 2019.

**CIRFood:** La nostra interpretazione è che l'impegno di CIRFood non copra i loro marchi commerciali operanti nel settore dei bar e ristoranti. Incoraggiamo CIRFood a fornire maggiore chiarezza sul campo di applicazione del loro impegno.

**Columbus Café:** Dichiarò che le uova utilizzate nel loro "English Toast" provengono già da allevamenti all'aperto.

**Dussmann:** Impegno non trovato sul sito web dell'azienda.

**Greggs plc:** Il dato sullo stato di avanzamento comprende sia le uova in guscio che gli ovoprodotti/uova usate come ingrediente. Tuttavia, le uova in guscio dal 2014 provengono al 100% da allevamenti alternativi alle gabbie.

**Groupe Holder:** L'impegno relativo alle loro attività in Francia non è stato trovato sul sito web dell'azienda, ma è parte del loro Premio Good Egg.

**Groupe Le Duff:** Le comunicazioni sullo stato di avanzamento per Bridor non sono state trovate sul sito web aziendale, ma sono stati comunicati dalla stampa a febbraio 2019 (<https://www.lechef.com/au-quotidien/2019-03-01-bridor-bannit-les-oeufs-de-poules-en-cage-de-ses-recettes/>).

**Hilton Worldwide:** I progressi riportati per il Regno Unito rappresentano il dato combinato tra Regno Unito e USA.

**J D Wetherspoon plc:** "Circa un terzo dei fornitori che utilizzano uova come ingrediente nei prodotti forniti non utilizza uova da allevamento all'aperto".

**McDonald's, Europe:** Impegno non chiaro: "Negli Stati Uniti e nei nostri mercati di riferimento internazionali, ci siamo impegnati a rifornirci solo di uova provenienti da sistemi non in gabbia al massimo entro il 2025. Dal 2011 usiamo solo uova non in gabbia per il menu della colazione in tutti i mercati europei (a eccezione di Bielorussia, Russia e Ucraina, che rappresentano circa il 6% delle uova intere in Europa)". Informazioni basate sul Premio Good Egg.

**McDonald's, United Kingdom:** Impegno non chiaro: "Il menù della colazione contiene uova da allevamento all'aperto provenienti da aziende agricole inglesi e irlandesi, la maggior parte delle quali sono indipendenti e a conduzione familiare. Tutte le uova sono conformi al Lion Quality Code of Practice, o equivalente, e soddisfano i rigorosi standard RSPCA Assured". Informazioni basate sul Premio Good Egg.

**Mitchells & Butlers plc:** "Il 100% delle uova strapazzate pre-preparate [...] è prodotto con uova da allevamenti all'aperto e il 90% delle uova liquide acquistate proviene da allevamenti all'aperto".

**Gruppo Pellegrini:** Non è chiaro se l'impegno copre tutte le uova delle loro filiere.

**Pret A Manger:** Impegno non trovato sul sito web dell'azienda. Informazioni basate sul Premio Good Egg.

## Note sui dati:

**Restaurant Brands International, Burger King:** Impegno poco chiaro: “Il marchio Burger King e i proprietari dei suoi ristoranti attualmente servono per le colazioni nei punti vendita in Europa uova in guscio e liquide provenienti da sistemi non in gabbia. Gli ovoprodotti provenienti da sistemi alternativi alle gabbie attualmente non includono le uova congelate”. Informazioni basate sul Premio Good Egg.

**Sfinks Polska:** Dichiarata che la maggior parte dei loro ristoranti non utilizza uova di galline in gabbia.

**Sodexo, Europe:** Dato sul progresso a livello globale.

**Starbucks, Europe:** “Ci impegniamo a lavorare con i nostri fornitori per raggiungere l’obiettivo di essere al 100% senza gabbie nei negozi gestiti dall’azienda entro il 2020”. L’impegno di Starbucks per il 2020 nell’ambito del Premio Good Egg include anche i partner licenziatari.

**Wagamama:** Non è chiaro se questo impegno valga solo per Wagamama nel Regno Unito o anche per gli altri Paesi in cui il marchio opera.

### Produttori

**Danone:** Dato sul progresso a livello globale.

**Grycan:** Il 24 maggio 2017, Grycan ha pubblicato una dichiarazione sulla sezione news del suo sito web riguardo la decisione di non utilizzare più uova in gabbia in tutti i loro prodotti entro il 2023. Tuttavia, la dichiarazione non è più disponibile sul sito web.

**Mondelēz:** Dato sul progresso a livello globale. Il sito web dell’azienda dichiara: “Attualmente utilizziamo 100% di uova non in gabbia in tutti i marchi di cioccolato europei e nei nostri biscotti venduti in Belgio e nei Paesi Bassi”.

**Unilever:** Dato sul progresso a livello globale. Il sito web dell’azienda dichiara: “In Europa occidentale, i marchi Hellmann, Amora e Calvé utilizzano dal 2009 il 100% di uova non in gabbia”.

### Produttori di uova

**L’Oeuf de Nos Villages:** Dichiarata: “L’80% dei nostri produttori offre uova provenienti da sistemi alternativi alle gabbie”.

**Noble Foods, Gü:** Impegno non trovato sul sito web dell’azienda. Informazioni basate sul Premio Good Egg.

### Supermercati

**Auchan, France:** Obiettivo intermedio rispetto all’impegno di vendere il 100% di uova a proprio marchio senza gabbie entro il 2022.

**Carrefour, Italy:** Incoraggiamo Carrefour Italia a chiarire meglio i propri impegni, in particolare per quanto riguarda la scadenza dell’impegno

e i progressi compiuti fino a oggi. L’azienda riferisce che tutti i nuovi prodotti di marca aggiunti alla gamma contengono ora uova da allevamento a terra.

**Carrefour, Poland:** Obiettivo intermedio rispetto all’impegno di vendere il 100% di uova a proprio marchio senza gabbie entro il 2020.

**Conad:** Le uova in gabbia rappresentano il 17% in valore della categoria uova in guscio.

**E. Leclerc, France:** Obiettivo intermedio rispetto all’impegno di vendere il 100% di uova a proprio marchio senza gabbie entro il 2020. Il sito dell’azienda riporta anche (traduzione dall’originale): “A oggi il 50% delle uova vendute con il marchio Marque Repère sono da galline non allevate in gabbia”.

**Esselunga:** Il sito web dell’azienda dichiara: “Inoltre, anche per la produzione di paste fresche, prodotti da forno e pasticceria, prodotti di gastronomia, fabbricati nei propri stabilimenti, così come per alcuni prodotti da ricorrenza (es. Panettone, Pandoro e Colomba a marchio Le Grazie), vengono impiegati solo ovoprodotti derivanti da uova fresche da allevamenti a terra italiani”.

**Louis Delhaize Group, Cora, France:** Obiettivo intermedio rispetto all’impegno di vendere il 100% di uova a proprio marchio senza gabbie entro il 2020.

**Mercadona:** I progressi non sono stati segnalati, ma hanno anticipato la data dell’impegno di due anni, al 2023 invece che al 2025.

**Metro Group, METRO/MAKRO Cash & Carry:** Obiettivo intermedio rispetto all’impegno di vendere il 100% di uova in guscio e ovoprodotti liquidi non in gabbia entro il 2022 in Europa occidentale e meridionale.

**Picard Surgelés:** Il loro sito web fornisce un elenco di prodotti già realizzati con uova da galline non in gabbia.

**Walmart, Asda:** L’impegno non si trova più sul sito web dell’azienda.

L’anno scorso, Noble Foods era l’unico produttore di uova incluso in EggTrack ed è incoraggiante che ora se ne siano aggiunti altri quattro, che si sono impegnati a convertire tutta la loro produzione verso sistemi alternativi alle gabbie. Invitiamo tutti i principali produttori di uova a impegnarsi in questa direzione, in linea con gli impegni presi dai loro clienti.

## Note sui dati:

### Premi Good Egg

Dettagli sui Premi Good Egg ricevuti dalle aziende incluse in questo report:

### Ristorazione:

**ARAMARK DE 2009 & UK 2011**, Uova in guscio; **Autogrill IT**, Uova in guscio 2009; **CH & ES**, Uova in guscio 2010; **Camst IT**, Uova in guscio 2022; **Casual Dining Group UK**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2022; **Gruppo Cremonini Chef Express, IT**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2024; **Compass Group Restaurant Associates UK**, Uova in guscio 2008, *et al.*; **Dussmann DE**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2012; **Greene King plc UK**, Uova in guscio 2021; **Greggs plc UK**, Uova in guscio 2014 e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2022; **Groupe Holder FR**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2022; **J D Wetherspoon plc UK**, Uova in guscio 2007; **McDonalds EU**, Uova in guscio 2010; **UK & NL**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2015; **Mitchells & Butlers plc UK**, Uova in guscio 2017; **Pret A Manger UK**, Uova in guscio 2008 e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2016; **Restaurant Brands International Burger King EMEA**, Uova in guscio 2012; **Sodexo Sodexo Prestige UK**, Uova in guscio 2010; *et al.*; **BE**, Uova in guscio 2008; **SSP International Rail Gourmet Group UK**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2011; **Starbucks EMEA**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2020; **UK**, Uova in guscio 2009; **Subway EU**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2014; *et al.*; **Whitbread plc UK**, Uova in guscio 2020.

### Produttori:

**Barilla, IT**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2012; **Harry's FR**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2016, *et al.*; **Danone Global**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2019; **Ferrero EU**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2015; **Groupe Holder FR**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2022; **La Boulangère FR**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2018; **Mondelēz: Cadbury Crème Egg, UK**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2011; **Nestlé EU**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2020; **Sodebo FR**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2023; **St Michel FR**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2015; **Unilever Mayonnaises & Dressings, EU**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2012, *et al.*

### Produttori di uova:

**Groupe Avril FR**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2025; **Noble Foods The Happy Egg Co., UK**, Uova in guscio 2011 e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2012; **Gü Puds, Globale**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2014.

### Supermercati:

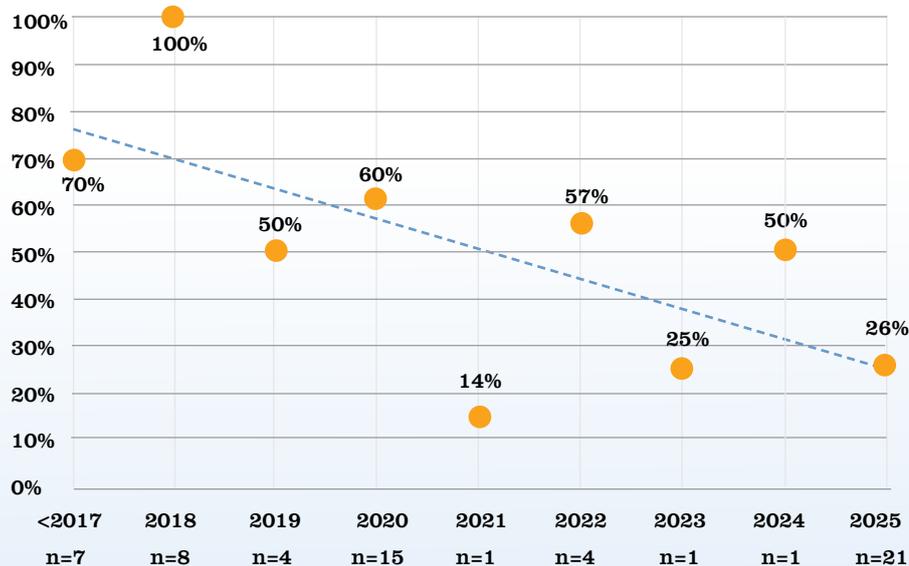
**Aldi Nord DE**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2021; **Aldi Süd Hofer, AT**, Uova in guscio 2009, **IT** Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2022; **Carrefour BE**, Uova in guscio 2009, **FR** Uova in guscio 2025; **Groupe Casino FR**, Uova in guscio 2020; **Franprix** Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2022; **Colruyt BE**, Uova in guscio 2007 e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2020, **FR**, Uova in guscio 2015; **Coop Denmark Group Irma, DK**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2015; **Kvickly, DK**, Uova in guscio 2015; **Coop IT**, Uova in guscio 2010; **The Co-op UK**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2008; **E. Leclere Scamark, FR**, Uova in guscio 2020 e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2023; **Marks & Spencer UK**, Uova in guscio 2007 e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2012; **Metro Group Real DE**, Uova in guscio 2009 e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2016; **Migros CH**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2015; **Morrisons UK**, Uova in guscio 2022; **Ocado UK**, Uova in guscio 2011; **REMA 1000 NO**, Uova in guscio 2016; **REWE Group REWE e Penny, DE**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2016; **REWE International AG, AT**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2007; **Sainsburys UK**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2012; **Schiever FR**, Uova in guscio 2015; **Schwarz Group Kaufland, DE**, Uova in guscio 2010 e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2020, *et al.*; **Lidl FR**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2020, **IT**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2019, **BE**, Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2018, **DE**, Uova in guscio 2009; **Waitrose UK**, Uova in guscio e Ovoprodotti/Uova usate come ingrediente 2008.



## Prospettive per il futuro

In questa seconda edizione del report europeo EggTrack, il 72% delle 106 aziende incluse ha comunicato i progressi fatti rispetto ai propri impegni per almeno una parte della propria filiera e il 42% ha comunicato in maniera completa lo stato di avanzamento dei propri impegni, fornendo informazioni su tutte le categorie di uova nella propria filiera.

### Percentuale di impegni con progressi comunicati:



*Il grafico mostra la percentuale di impegni che includono una comunicazione sui progressi fatti, a seconda della scadenza finale.*

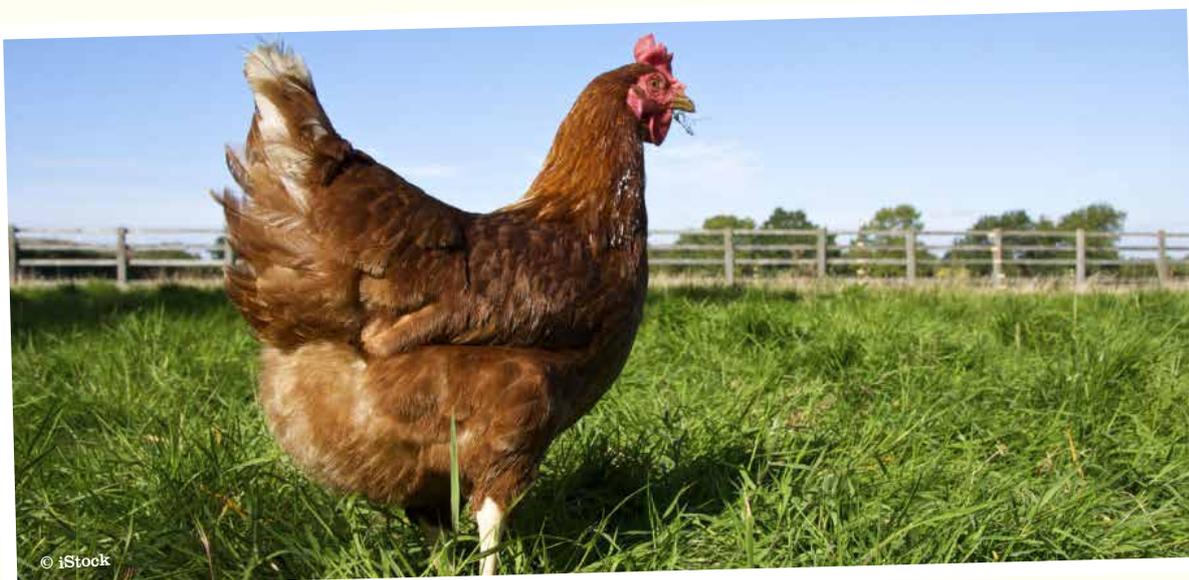
### Trend generale:

Le aziende con impegni che scadono a breve termine tendono a comunicare di più i progressi fatti verso il raggiungimento degli obiettivi.

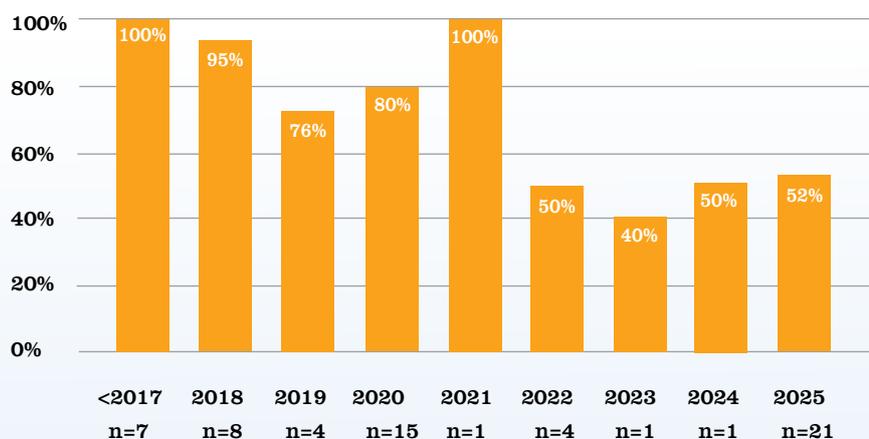
Il 26% delle aziende con impegni con scadenza nel 2025 hanno comunicato lo stato di avanzamento della transizione.

Incoraggiamo le aziende con impegni più a lungo termine a misurare di anno in anno lo stato della transizione e a comunicare pubblicamente i propri progressi.

Per avere condizioni paragonabili, rimuovendo le 23 nuove aziende incluse nel report di quest'anno, si evince che l'81% sta comunicando almeno parzialmente i progressi fatti (rispetto al 75% dello scorso anno), mentre il 46% comunica in maniera completa (rispetto al 43% dell'ultima edizione). È un miglioramento incoraggiante, anche se la maggior parte delle aziende continua a non comunicare in maniera completa.



## Progresso medio a seconda della scadenza finale:



*Il grafico mostra la percentuale media di conversione degli impegni per cui sono stati comunicati i progressi fatti.*

### Trend generale:

Si sono osservati progressi maggiori negli impegni con scadenza a breve termine.

Degli impegni con scadenza nel 2025, 21 includono una comunicazione sui progressi fatti e la percentuale media di uova non in gabbia risulta attualmente al 52%.

Più incoraggianti sono i trend dei progressi compiuti. Lo scorso anno, i progressi medi rispetto agli impegni futuri (con obiettivo finale dal 2018 in poi) sono stati del 56%. Quest'anno, la media dei progressi fatti rispetto agli impegni futuri (con obiettivo finale dal 2019 in poi) è pari al 64%. A parità di condizioni (considerando cioè solo i dati relativi agli impegni con obiettivo finale dal 2019 in poi sia nel report EggTrack 2019 che in EggTrack 2018), i progressi medi sono migliorati dal 54% al 64%.

Durante la compilazione di questa seconda edizione di EggTrack, è emerso che alcuni impegni e comunicazioni sullo stato della transizione non sono ancora chiari in merito a quali parti della filiera siano coperte (ad esempio, quali aree geografiche, marchi e categorie di uova) e cosa le aziende intendano per "ovoprodotti" o "uova usate come ingrediente". Alcune usano entrambi i termini per indicare uova liquide e in polvere, mentre altre includono anche le uova utilizzate per produrre prodotti acquistati da terzi, come i prodotti da forno e le salse. Ci aspettiamo che questi impegni riguardino tutti i tipi di uova presenti nelle filiere, ma incoraggiamo le aziende ad affrontare qualsiasi ambiguità al fine di garantire maggiore trasparenza.



## Sistemi alternativi per le galline ovaiole

Come mostrato in questo report, dal 2016 molte delle aziende alimentari più influenti al mondo si sono impegnate a passare a filiere di uova non in gabbia entro il 2025 o prima. Per rispettare questi impegni, l'industria deve ora decidere come soddisfare la domanda di uova provenienti da sistemi alternativi. Le aziende del settore alimentare devono lavorare con i loro fornitori e assicurarsi che i sistemi di produzione adottati siano adatti allo scopo, che cioè garantiscano agli animali una buona qualità di vita, e adatti al futuro, in previsione dei futuri bisogni dell'industria. È un aspetto fondamentale per la sostenibilità commerciale e richiede una preparazione per i problemi a venire, come la necessità di operare senza taglio del becco mantenendo buone condizioni del piumaggio, e di migliorare le condizioni delle ossa dello sterno.

Le galline ovaiole sono animali gregari e presentano comportamenti sociali complessi, basati sulla struttura gerarchica del gruppo. In natura trascorrono gran parte del tempo alla ricerca di cibo, becchettando e raspando, a tenere buone le condizioni del piumaggio attraverso bagni di polvere e pulizia con il becco, ad appollaiarsi sugli alberi di notte per evitare i predatori. Esprimono anche un accurato comportamento di costruzione del nido: selezione e ispezione accurata del sito, sistemazione e preparazione alla deposizione delle uova, seguita dal tipico chiocciare e dal ricongiungimento con il gruppo.

Attualmente i sistemi alternativi alle gabbie devono soddisfare le preferenze e le esigenze delle galline, in modo da garantire non solo buone condizioni fisiche e di salute, ma anche benessere mentale e possibilità di esprimere un ampio repertorio di comportamenti naturali. I nuovi sistemi devono inoltre essere in grado di operare senza taglio del becco, con pochi o nessun episodio di pica delle piume e bassi livelli di fratture allo sterno.

Compassion ha lavorato a stretto contatto con l'industria per comprendere le sfide commerciali della filiera, garantendo i bisogni delle galline e allo stesso tempo tenendo conto del posizionamento sul mercato delle uova come elemento di apporto proteico a costo contenuto. Riteniamo che le nostre raccomandazioni possano avere un impatto positivo sia per le galline ovaiole che per i consumatori e i produttori.

### Fattori importanti per la progettazione degli allevamenti:

- **Disponibilità di spazio sufficiente per vivere.** La densità massima consentita nell'UE per i sistemi di allevamento a terra e all'aperto è di 9 galline/m<sup>2</sup>, ma la riduzione a 7 galline/m<sup>2</sup> può apportare benefici significativi, dando agli animali più spazio per muoversi.
- **Arricchimenti ambientali sufficienti a tenere le galline occupate,** come lettiera per becchettare in cerca di cibo, beccare e fare bagni di polvere, e spazio a sufficienza per appollaiarsi.
- **Presenza di diverse aree funzionali,** per es. suddividere lo spazio in aree per il giorno e per la notte, con posatoi alti per il riposo, numerose cassette nido e zone di attività separate per fare bagni di polvere, becchettare e raspare; fornire accesso a una veranda e a luce naturale.
- **I sistemi all'aperto devono fornire ombra e ripari** per incoraggiare i comportamenti esplorativi, nonché una varietà di piante erbacee, arbusti e prato per soddisfare le esigenze di foraggiamento delle galline.
- **È importante che le condizioni di allevamento delle pollastre siano simili a quelle di deposizione,** in quanto questo permette alle giovani galline di abituarsi ad appollaiarsi e saltare su e giù, in modo che non si feriscano. Inoltre, quando si trasferiscono nell'allevamento di produzione, avranno meno paura del nuovo ambiente circostante.



Sistema Vencomatic Red-L. Foto per gentile concessione di Vencomatic Group

## Sistemi multipiano

In Europa, all'incirca vent'anni fa, sono stati sviluppati sistemi multipiano o aviari, per consentire ai produttori di massimizzare l'uso dello spazio in allevamenti senza gabbie senza compromettere le esigenze minime di benessere delle galline. Possono essere utilizzati sia in sistemi a terra che all'aperto e sono disponibili in una varietà sempre maggiore di forme e specifiche, in grado di essere adattati alle dimensioni degli edifici esistenti.

Partendo dal principio di allevamenti "adatti allo scopo e adatti al futuro", i sistemi di produzione alternativi alle gabbie che raccomanda Compassion sono prima di tutto sistemi all'aperto o altamente innovativi come Kipster e Rondeel, seguiti da sistemi multipiano con verande.

La conversione da sistemi in gabbia a sistemi multipiano all'interno di edifici esistenti sarà un tassello importante nella transizione ad allevamenti senza gabbie e, poiché si può spaziare da multipiano altamente intensivi ad aviari spaziosi, è importante stabilire standard minimi necessari per garantire un livello accettabile di benessere per le galline. Gli edifici a più piani offrono una soluzione per la conversione di sistemi in gabbia a più piani. Per ridurre al minimo i rischi per la salute degli animali, ogni piano del capannone, inclusi gli spazi di aerazione, deve essere indipendente e con una capacità di ventilazione sufficiente a mantenere una buona qualità dell'aria in rapporto alle dimensioni del gruppo. Per ridurre il rischio di stress, l'accasamento e il depopolamento di ogni piano devono essere regolari e organizzati.

## I sistemi combinati NON sono ammessi. Fra questi figurano tutti i sistemi che:

- Permettono il confinamento permanente delle galline
- Limitano il movimento all'interno dei piani attraverso partizioni interne dello spazio.

## Basandosi sulle ricerche scientifiche e sulle buone pratiche, Compassion raccomanda l'adozione di aviari spaziosi che soddisfino questi requisiti:

- 9 galline/m<sup>2</sup> di spazio utilizzabile (l'ideale sarebbe 7 galline/m<sup>2</sup>)
- Massimo 15 galline/m<sup>2</sup> rispetto alla superficie del pavimento
- Altezza minima di 50 cm tra un piano e l'altro
- Almeno 2 m tra una fila di piani e l'altra
- Accessibilità dei livelli e facilità di movimento da una fila all'altra (con strutture come rampe, piattaforme e/o scale)
- Minimo 15 cm di posatoio per gallina (l'ideale sarebbe 22 cm)
- Nidi delimitati con pavimentazione confortevole e morbida; consigliabile l'uso di nidi con pavimento inclinato, che escludano le galline di notte per mantenere buone condizioni igieniche
- Lettieria asciutta e friabile per stimolare comportamenti specie-specifici: fare bagni di polvere, beccare e foraggiare; l'ideale è più di 560 cm<sup>2</sup> di lettiera a gallina
- Più di 4 substrati diversi per becchettare ogni 1000 galline
- Sincronia fra i sistemi per l'allevamento delle pollastre e quelli per la deposizione.



Natura Step System, con ampie corsie centrali. Foto per gentile concessione di Glenrath Farms

## Azienda in evidenza: Barilla

Il Gruppo Barilla ha eliminato da tutte le proprie filiere le uova da sistemi in gabbie tradizionali e arricchite con un anno di anticipo rispetto all'impegno previsto per il 2020.

Le uova usate da Barilla nelle proprie operazioni europee provengono da sistemi alternativi alle gabbie già da diversi anni e, in seguito al completamento della transizione negli Stati Uniti, in Turchia e in Brasile, l'azienda ha ora raggiunto il proprio impegno a utilizzare solo uova da allevamenti a terra in tutte le proprie filiere a livello globale, permettendo a circa 2 milioni di galline di vivere ogni anno una vita migliore.

L'impegno di Barilla ad assicurare standard migliori di benessere per le galline ovaiole continua e il gruppo è ora impegnato in diverse attività per assicurare che gli allevamenti di provenienza delle uova siano adatti allo scopo e al futuro. Parte di queste attività consiste in un'ampia mappatura delle filiere, inclusa l'identificazione di eventuali sistemi combinati oltre che di ulteriori elementi utili per migliorare i risultati di benessere, come le densità di allevamento, la presenza di rampe, i tassi di mortalità e l'incidenza di fratture allo sterno. Per raggiungere questo obiettivo Barilla ha sviluppato una piattaforma online che prevede procedure complementari di controllo e verifica di conformità e permette una migliore tracciabilità dall'allevamento di provenienza all'ovoprodotto finale usato come ingrediente. L'azienda ha inoltre svolto attività di formazione interna in materia di benessere animale per tutti i dipendenti coinvolti nella gestione della filiera.

Barilla ha saputo raggiungere questi risultati grazie al dialogo con i propri fornitori e interlocutori, basandosi sui principi di trasparenza, correttezza, collaborazione e rispetto reciproco. Un modello di lavoro che negli anni è diventato parte integrante del modo di fare impresa del Gruppo.

**Leonardo Mirone, Direttore Acquisti Materie Prime di Barilla, ha commentato:** *“Nel corso degli anni abbiamo lavorato sulle filiere delle nostre materie prime più importanti per dare un contributo positivo agli agricoltori, alle comunità e al pianeta. Oggi ci impegniamo con oltre 5.000 aziende attraverso contratti a lungo termine, assicurando un prezzo equo agli agricoltori e garantendo dei premi per*

*l'alta qualità dei prodotti. Ci assicuriamo che tutti i nostri fornitori di materie prime di origine animale rispettino i più alti standard, nel rispetto delle Linee Guida Barilla sul Benessere Animale, sviluppate in collaborazione con Compassion In World Farming. A tal fine, Barilla si è inoltre pubblicamente impegnata a non testare, direttamente o indirettamente, materie prime o prodotti sugli animali.*

*Per quanto riguarda le uova e gli ovoprodotto, Barilla ritiene che il confinamento delle galline sia una pratica dannosa per il benessere animale e ha quindi deciso di abbandonare questo sistema di allevamento lungo tutta la filiera. Questo viaggio è iniziato in Europa nel 2012 ed è stato completato a livello globale nel 2019, un anno prima del nostro obiettivo iniziale per il 2020”.*

A testimonianza dell'impegno dell'azienda in tema di benessere animale, Barilla ha ricevuto in questi anni quattro Premi Benessere Animale e, nel 2018, si è confermata l'azienda italiana posizionata più in alto nella classifica del benchmark globale sul benessere degli animali BBFAW.

**Elisa Bianco, Responsabile del Settore Alimentare di Compassion in Italia, ha commentato:** *“È un estremo piacere per noi potere collaborare con una realtà leader internazionale come Barilla, che da anni dimostra grande attenzione e impegno al miglioramento del benessere animale nelle proprie filiere. Ci complimentiamo con Barilla per il raggiungimento di questo importante traguardo e non vediamo l'ora di continuare a collaborare insieme lungo questo percorso.”*



# IL TEAM DEL SETTORE ALIMENTARE DI COMPASSION

Le aziende con cui Compassion lavora rappresentano il motore chiave per il raggiungimento di un sistema alimentare più etico e sostenibile. L'industria alimentare sta assistendo a una crescente richiesta da parte di consumatori e investitori di fornire maggiore trasparenza e, in quanto Settore Alimentare, offriamo guida e supporto per lo sviluppo di comunicazioni che ispirino e valorizzino importanti progressi. Possiamo inoltre fornire supporto tecnico alle aziende nel corso della transizione a sistemi alternativi alle gabbie e per il perseguimento di obiettivi più ampi in materia di benessere animale.

## RISORSE

Una selezione delle nostre risorse utili per le aziende che stanno effettuando la transizione a sistemi alternativi alle gabbie:

### SISTEMI NON IN GABBIA – GALLINE:

Sintesi delle caratteristiche necessarie per assicurarsi che i sistemi di allevamento non in gabbia siano 'adatti allo scopo e adatti al futuro'

[Clicca qui](#)

### MIGLIORARE IL BENESSERE DELLE GALLINE OVAIOLE IN ALLEVAMENTO – INDICAZIONI PRATICHE:

Una guida comprensiva sui sistemi non in gabbia

[Clicca qui](#)

### TABELLA COMPARATIVA SUGLI STANDARD DI BENESSERE – GALLINE:

Tabella che confronta i requisiti di Compassion per sistemi maggiormente rispettosi del benessere delle ovaiole con gli standard previsti dai principali schemi di certificazione

[Clicca qui](#)

### INDICAZIONI SUI SISTEMI MULTIPIANO:

Parte delle nostre risorse dedicate a sistemi *Adatti allo Scopo, Adatti al Futuro*

[Clicca qui](#)





## CASO DI STUDIO SULL'ALLEVAMENTO A TERRA DI KIPSTER

[Clicca qui](#)

## SISTEMA DI IDENTIFICAZIONE DEL SESSO DELL'UOVO PRIMA DELLA SCHIUSA DI SELEGGT

Vincitore del nostro Premio Innovazione 2018

[Clicca qui](#)



## PARERE SUI SISTEMI COMBINATI PER LE OVAIOLE:

Sommario del motivo per cui i sistemi combinati (o convertibili) non sono valide alternative ai normali sistemi di allevamento a terra

[Clicca qui](#)



## ULTERIORI INFORMAZIONI SUL PREMIO GOOD EGG

[Clicca qui](#)





## Report europeo 2019



### Compassion in World Farming

Compassion In World Farming è riconosciuta come la principale organizzazione internazionale per il benessere degli animali d'allevamento. CIWF è stata fondata nel 1967 da Peter Roberts, un allevatore di vacche da latte preoccupato per lo sviluppo dei moderni sistemi di allevamento intensivo.

Per maggiori informazioni: [www.ciwf.it](http://www.ciwf.it)

#### Settore Alimentare

Il team del Settore Alimentare di Compassion lavora in partnership con le principali aziende della produzione, ristorazione e grande distribuzione che hanno la capacità di avere un impatto positivo su un elevato numero di animali nelle proprie filiere.

Crediamo nella collaborazione e in un approccio orientato alle soluzioni, sviluppando relazioni basate sulla fiducia, sul beneficio reciproco e sulla ricompensa per i progressi fatti.

Per maggiori informazioni: [www.compassionsettorealimentare.it](http://www.compassionsettorealimentare.it)

#### Contattaci:

#### Settore Alimentare di Compassion In World Farming

River Court  
Mill Lane  
Godalming  
Surrey GU7 1EZ  
UK

Tel: + 39 346 6985430

Email: [compassionsettorealimentare@ciwf.org](mailto:compassionsettorealimentare@ciwf.org)  
[www.compassionsettorealimentare.it](http://www.compassionsettorealimentare.it)

Compassion in World Farming è un'organizzazione senza scopo di lucro registrata in Inghilterra e Galles, numero di registrazione 1095050; e una società a garanzia limitata in Inghilterra e Galles, numero di registrazione 4590804.