

# Становище за по-устойчиво закупуване на яйца



Заслужава си!  
Вече знаеш защо.



## Съдържание

<b>1.</b>	<b>Нашата отговорност .....</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Нашата цел.....</b>	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>Нашата позиция.....</b>	<b>4</b>
3.1	Отговорно формиране на асортимента .....	4
3.2	Произход, прозрачност и проследимост .....	4
3.3	Отглеждане на кокошки носачки и производство на яйца .....	4
3.4	Употреба на медикаменти и интервенции върху животните .....	5
3.5	Значимост и комуникиране на темата.....	5

## 1. Нашата отговорност

**„Ние поемаме икономическа, социална и екологична отговорност в ежедневните си дейности.“**

С мисъл „за нашето утре“ Лидл България насочва поглед към по-добри практики в основната си сфера на дейност – търговията с храни и в частност храни от животински произход – по цялата верига на доставки. Отправната ни точка е предлагането на асортимент, който обединява качество, гаранции за произход и отговаря на нарастващите изисквания на потребителите.

С настоящето становище от обвързващ характер за закупуването на пресни яйца от подово отглеждани кокошки искаме да дадем своя принос, заедно с нашите доставчици, за по-хуманното отношение към животните при производството на този основен хранителен продукт. Хуманното отношение към животните е определение, което включва множество аспекти за осигуряване на добро физическо и физиологично състояние на животните - подходяща жизнена среда; съответстващо на биологичните им потребности хранене, ветеринарномедицинска профилактика и лечение; и отговорни грижи. Основното правило, което трябва да се спазва при отглеждане и ползване на животните е “предотвратяване на излишното страдание”.

Документът е прозрачен и свободно достъпен за обществеността. Той касае както пресните яйца, така и продуктите собствена марка от постоянния асортимент на Лидл България, в чиито състав влизат яйца.

## 2. Нашата цел

Лидл България би искала да предложи на своите клиенти продукти собствена марка, които отразяват международните тенденции и са в съответствие с желанията на потребителите.

**С настоящото становище Лидл България декларира своята цел напълно да премахне пресните яйца от кокошки, клетъчно отглеждане, от своя постоянен асортимент, както и от съдържащите ги продукти със собствена марка до края на 2025 финансова година\*.**

Времевият диапазон следва да е подходящ за приспособяването на производството, но във всеки случай е преди края на 2025 финансова година\*. След тази дата в асортимента ни ще присъстват единствено яйца от кокошки, подово и/или свободно отглеждане и/или био такива.

Така ние искаме да насърчим от една страна производителите, да изберат по-устойчиви решения и по-хуманни методи при производството на яйца, а от друга искаме да допринесем за покачване на значимостта на темата сред клиентите ни.

## 3. Нашата позиция

По-долу са изложени пет релевантни за производството на яйца области и нашето отношение към всяка от тези теми.

### 3.1 Отговорно формиране на асортимент

При формиране на асортимента си от яйца и яйчни продукти Лидл България избира стоки, които отговарят на следните изисквания:

- Подлагат се на редовни микробиологични, химични и сензорни анализи, а в допълнение – производствата допускат необявени проверки
- Изпълняват критериите ни за качество и сигурност на храната
- Не са от клетъчно-отглеждани кокошки (след 2025ф.г.\*)

Така ние искаме да допринесем за по-хуманно отглеждане на животните.

### 3.2 Произход, качество и проследимост

Нашата цел е да предоставим на потребителите максимална прозрачност, качество и проследимост по веригата за доставки до източника на производство на продукта.

В съответствие със законовите разпоредби Лидл България етикетира ветеринарен регистрационен номер на центъра за опаковане, качество и тегловна категория на яйцата, срок на годност, указание за съхранение на яйцата на хладно след покупката, метод на отглеждане на кокошките и обяснение на кода на производителя. С предоставената информация се гарантира пълна прозрачност и проследимост на продукцията, а клиентите ни могат да направят осъзнатия си избор относно предпочитания продукт.

### 3.3 Отглеждане на кокошки носачки и производство на яйца

От 01.01.2012 г използването на неуголемени клетки (т.е. такива със свободната площ за всяка кокошка от минимум 550 кв.см) на територията на Европейския съюз е забранено. При разрешените уголемени клетки трябва да е спазено условието за необходимата за всяка кокошка площ от минимум 750 кв.см. Алтернативен метод за отглеждане на кокошки носачки е подовото отглеждане, при който също се следват стриктно разписани правила относно използваемата площ и максималния капацитет от животни за съответната квадратура. Строго регламентирани са и броя на необходимите кацалки, площта, която трябва да бъде застлана с постеля, както и дължината на необходимия хранителен и поителен фронт.

Лидл се застъпва за социално приемливо и съответстващо на биологичните им потребности отглеждане на селскостопански животни. За животните е важно да могат да упражняват специфично за вида си поведение по всяко време. Например подовата постеля при птиците има роля, не само относно удобство и лесно поддържане на хигиена, но и за задоволяване на потребността им от ровене и гнездене. Игнорирането на тези потребности, води и до незадоволителни крайни резултати – засягат се здравето на животните, продуктивност и качество на продукта. Обратно – животните, гледани в подходящи социални групи, са по-доволни, спокойни и с по-добър апетит.

### **3.4 Употреба на медикаменти и интервенции върху животните**

Очакваме от нашите доставчици отговорно отношение при медикаментозното лечение и при извършване на други необходими манипулации. Отглеждането на животните трябва да е устроено по начин, непозволяващ разпространението на зарази и инфекции. Употребата само на разрешени за използване химични препарати е под регулярен строг контрол.

### **3.5 Значимост и комуникиране на темата**

Лидл България се стреми да разпространява добри практики във веригата на доставки чрез внимателно селектиран асортимент и чрез повишаване на осведомеността сред потребителите, използвайки наличните комуникационни канали. Компанията е отворена за конструктивен диалог със своите доставчици и със заинтересованите страни, които допринасят за насърчаване на стандарти за отговорно потребление на продуктите с животински произход.

*\* Немска финансова година март - февруари*