



LA INDUSTRIA ALIMENTARIA FRANCESA PONE EL VETO A LAS GALLINAS EN JAULA

Según ha anunciado el 9 de enero, el grupo francés "Les Mousquetaires", propietario de las cadenas Intermarché, Netto, etc. dejará de vender huevos de gallinas en batería, lo que ha desatado una competición entre los supermercados a ver quién "está más" por el bienestar de las gallinas.

El detonante de esta decisión ha sido el video "Matines : dans l'enfer des cages", de mayo del 2016, de la organización de protección animal L214. Filmado por una cámara oculta en una explotación de 200.000 gallinas ponedoras de Ain, las imágenes mostraron gallinas en jaulas estrechas, rodeadas de deyecciones, mostrando gusanos, parásitos y aves muertas entre gallinas vivas.

Los Ministros de Agricultura y Medio Ambiente a continuación anunciaron el cierre de la granja, a la vez que la gran distribución, representada por Intermarché, tras haber dejado de comprarles huevos, indicaba en un comunicado que su compromiso es dar respuesta a la creciente demanda de los clientes, cada vez más exigentes respecto las condiciones de bienestar de los animales. "Esta estrategia se está implantando tras habernos reunidos con el sector avícola y creemos que de aquí al 2025 los avicultores tendrán tiempo de buscar alternativas a las jaulas enriquecidas", ha explicado el grupo Intermarché Mousquetaires en su comunicado oficial.

El anuncio es de peso pues el grupo Les Mousquetaires, la tercera enseña de supermercados franceses, representa el 15% de cuota del mercado del huevo, con alrededor de 750 millones de unidades vendidas cada año.

Pero anteriormente, el pasado 20 de diciembre, Carrefour, el distribuidor líder en Francia, que distribuye mil millones de huevos por año, también se había comprometido a desterrar los huevos de batería en el mismo periodo de tiempo. Ambos compromisos han seguido a los muy recientes de Lidl, Aldi, Norma y Super U, mientras que Monoprix ya había realizado el cambio en la totalidad de sus huevos desde abril de 2016, después de Atac y Colruyt - su marca para la gran distribución en Bélgica -.

Por otra parte, en cuanto a la restauración colectiva, Sodexo, Elior y Compass, que representan un total de tres cuartas partes del mercado francés, quieren dejar de comprar huevos de gallinas alojadas en jaulas, a más tardar en 2025, y en todo el mundo. Y mientras, los hoteles no se quedan atrás pues Marriot Internacional y los hoteles Hilton ya se habían pronunciado en contra de los huevos de las gallinas en jaulas, la primera cadena hotelera en Francia, Accor - con Sofitel, Novotel, Mercure e Ibis -, y la cadena InterContinental Hotels Group recientemente se han comprometido a realizar el cambio en un período de tres y cinco años, respectivamente, en Europa.

Por último, la industria alimentaria, que utiliza los huevos

para sus mayonesas, pastas o pastelería, como Lesieur, Amora, Lu, Barilla o Saint-Michel, también ha optado por la erradicación de los huevos de jaulas,

Por tanto, en el 2025 a más tardar, se habrá producido el "sorpaso" y la industria alimentaria francesa ya se abastecerá en su gran mayoría de huevos de gallinas no criadas en jaulas. Y este cambio no habrá venido por una exigencia legal sino por la presión social sobre el bienestar animal, y/o el uso como argumento de marketing y diferenciación que hacen las grandes superficies para ser más papistas que el papa en la defensa de las "gallinas felices".

Se trata de un cambio importante porque Francia es el principal productor europeo de los huevos en donde el 68% de sus 47 millones de ponedoras se aloja en jaulas enriquecidas, frente a un 25% en el suelo o camperas con acceso al aire libre y un 7% en suelo o camperas pero sin salida al exterior.

Ante ello, Johanne Mielcarek, responsable de la campaña de huevo L214, que ha colaborado con los minoristas, dice "estamos en una tendencia muy positiva y más novedades veremos este 2017" pues esta es la primera vez que un cambio en las condiciones de bienestar de unos animales se realiza a través del mercado y no por la legislación".

