



La jaula acondicionada, única permitida en las granjas de producción de huevos en la UE. Por ello, se solicitaba confirmar si las imágenes correspondían a alguna granja española, en cuyo caso se pedía su identificación para denunciar un posible incumplimiento de la normativa, que causa un daño irreparable a la imagen de nuestro sector.

Dado que la granja de ponedoras en jaulas no reflejaba la realidad de las granjas comerciales autorizadas en España o la Unión Europea, INPROVO solicitó su eliminación del video y la rectificación de la información difundida, lesiva para la

imagen de los numerosos productores españoles y comunitarios de huevos en sistema en jaula acondicionada.

LIDL ha respondido comunicando la retirada del video mencionado de todos sus canales, y aclarando que las imágenes fueron facilitadas por su agencia de comunicación.

INPROVO confía en seguir manteniendo una comunicación proactiva con LIDL, para tratar de que sus mensajes sean menos agresivos hacia la producción de huevos en jaula. Su web contiene una infografía sobre los sistemas de producción que deja claro que refleja su política comercial para los huevos de gallinas con iconos y expresiones con connotaciones negativas para el sistema de producción mayoritario en España, la jaula acondicionada. Su mensaje es: "No te preocupes: En LIDL YA NO VENDEMOS huevos con el código 3. Solo encontrarás huevos de código 2, 1 y 0".

CÓDIGO 0: ECOLÓGICAS
· Criadas en corrales libres de jaula con acceso al aire libre, consumen pienso ecológico y cumplen la normativa específica de esta producción.

CÓDIGO 1: CAMPERAS
· Criadas en corrales libres de jaula con acceso al aire libre.

CÓDIGO 2: EN SUELO
· Criadas en corrales libres de jaula.

CÓDIGO 3: EN JAULAS

INPROVO ALERTA A FIRMAS DE RESTAURACIÓN SOBRE LAS ACCIONES DE IGUALDAD ANIMAL

La Asociación de Marcas de Restauración - a la que pertenecen importantes franquicias del sector en España - celebró la reunión de su Comité de Calidad en Barcelona el 6 de junio, e invitó a INPROVO a hacer una presentación, sobre las campañas de presión contra empresas de la distribución alimentaria, catering y hoteles, entre otras, para forzarlas a cambiar su política de abastecimiento de huevos.

La Directora de INPROVO solicitó colaboración a los responsables de las firmas de la restauración para no ceder a las presiones de los activistas, ya que cada éxito es un primer paso en una larga lista de acciones contra diferentes sectores productivos y productos de origen animal. Los asistentes

se mostraron preocupados por este tipo de actuaciones ya que no eran conscientes de que el objetivo último de las campañas no es tanto acabar con las gallinas en jaula como con la producción ganadera en general, atacando a muy distintos productos de origen animal que las empresas manejan en sus menús diarios.

EL SECTOR OPINA

¿Qué huevos quieren los consumidores?"



María del Mar Fernández Poza
Directora ASEPFRHU

Todos somos consumidores, pero no todos somos iguales. Manifestamos las diferencias al comprar un producto u otro. En España los huevos de gallina en jaula son mayoritarios en los hogares (el 85% de los huevos consumidos en 2016, último dato disponible).

Crece el consumo de huevos alternativos, y no podría ser de otra forma, ya que partimos de tener casi exclusivamente huevos de jaula en el mercado no hace tantos años. Pero no es tan rápido el cambio como algunos pretenden: 5 huevos alternativos más per cápita (de 13 a 18) entre 2012 y 2016, un 13% del total, según el MAPAMA. Cuando algunos dicen que "el consumidor español prefiere mayoritariamente los huevos de gallinas sin jaula" quizá está hablando de otro mercado.

Describir erróneamente la realidad es también una forma de cambiarla. Así actúan los grupos activistas veganos, los animalistas y algunos medios de comunicación y empresas de la distribución, aliados en convencer a los consumidores de qué huevos les conviene comprar. Y por si no aciertan, alguno decide no vender huevos de gallinas en jaula. Está claro: definitivamente, los consumidores "prefieren" los huevos alternativos. Pero sobre todo, prefieren elegir ellos. •

