

# ANNUAL REPORT

## EggLab 2022



FÓRUM  
NACIONAL DE  
PROTEÇÃO E  
DEFESA ANIMAL



**Written by**

**Luiz Rezende and Taylison Santos**

**Edited by**

**Anaryá Mantovanelli**



**FÓRUM  
NACIONAL DE  
PROTEÇÃO E  
DEFESA ANIMAL**



# SUMMARY

**What is EggLab 1**

---

**Database 2**

---

**Methodology 3**

---

**Results 4**

---

**Conclusions 5**

---

**Appendix 6**

# 1. What is EggLab

Most of Brazil's **egg production causes immense suffering** in the lives of laying hens, which spend their entire lives in cages where they can't barely move! To overcome this suffering condition **we need to change the way we produce and consume eggs to include practices of animal welfare, like the cage-free systems**. Animal protection organizations are essential to such change as they promote a debate on this topic and mediate the dialogue with companies so they assume their ethical responsibility towards animals.

EggLab was created in 2019 as an expression of the collective effort for animal protection, specifically for the laying hens. It is part of the work developed by the Fórum Nacional de Proteção e Defesa Animal (Fórum Animal) with the specific goals of **comprehend and monitor the production and consumption of cage-free eggs by companies in Brazil**.

Through annual audits, the EggLab team is constantly building a valuable database of the companies with public commitments to produce and consume eggs only from cage-free systems in Brazil. **We generate updated information on the origin of unprocessed and processed eggs and eggs byproducts consumed by companies from different scales and segments**. We use this information to monitor and published each company's gradual progress towards their complete transition. Doing that, we pressure the companies to maintain their commitments with the cage-free eggs and inform the general public and potential consumers about this topic.

# 1. Whats is EggLab

## EggLab team

**Taylison Santos** | Executive Director of Fórum Animal  
tsantos@forumanimal.org

**Luiz Rezende** | Corporate Relations and Volunteering  
Manager of Fórum Animal  
lrezende@forumanimal.org

## Website

Our work is developed and described at the websites:  
[www.egglab.org.br](http://www.egglab.org.br)  
[www.forumanimal.org/](http://www.forumanimal.org/) website

Accessing it you will find the complete information about the companies we audit, their transition status, our audit formulary and the reports of our past work since 2019.

**[Come visit us!](#)**

## Financing

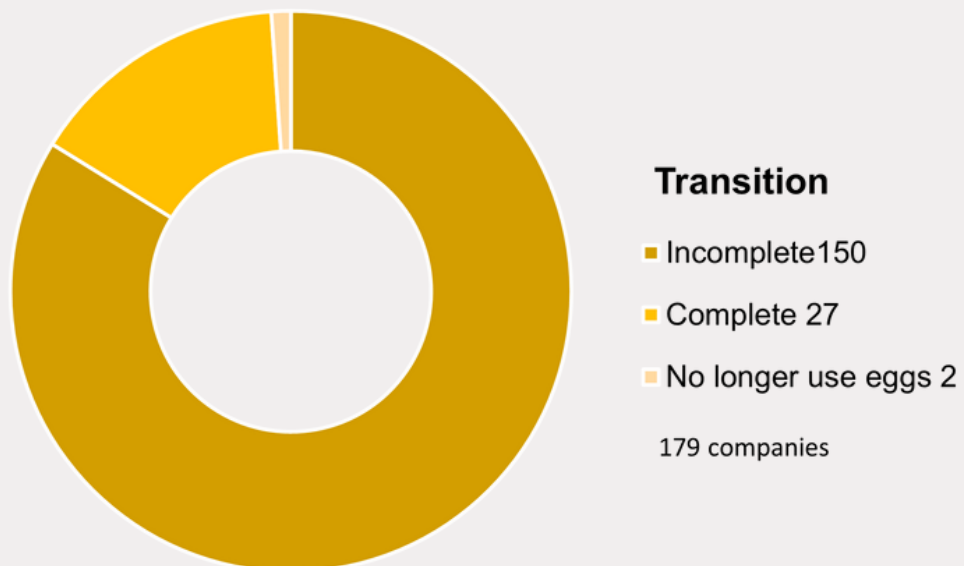
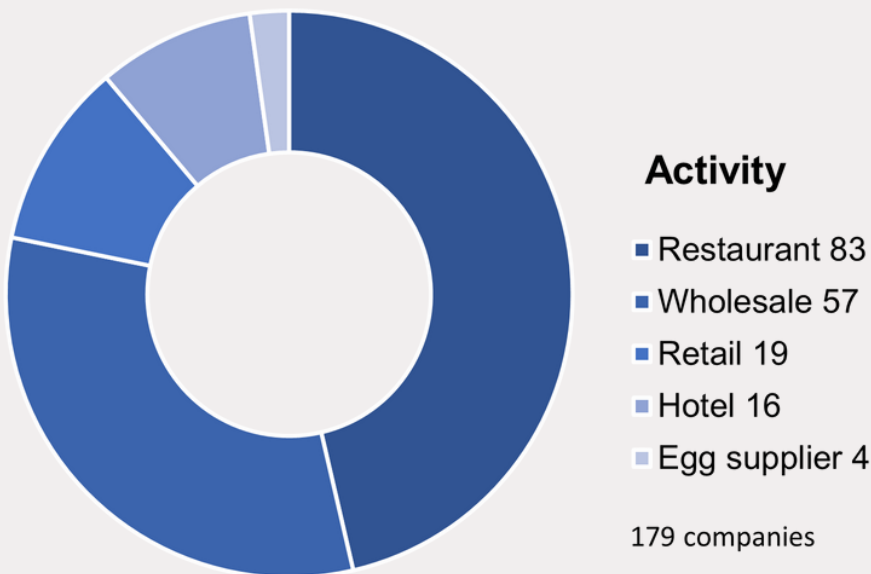
Our work is granted by Centre for Effective Altruism, for which we are deeply grateful.



# 2. Database

The first step to **understand how companies are dealing with cage-free eggs** is to build a structured database that includes committed companies at different stages of transition and those that already completed it. Since this is a dynamic information, as new companies are announcing commitments in a regular basis, **this database must be continually updated.**

For the EggLab 2022, **we identified 179 companies with public commitments to use only cage-free eggs in Brazil**, 11 with commitments published in 2022 (8 with our support). These companies are mainly restaurants and wholesales and the great majority are in transition.



# 2.Database

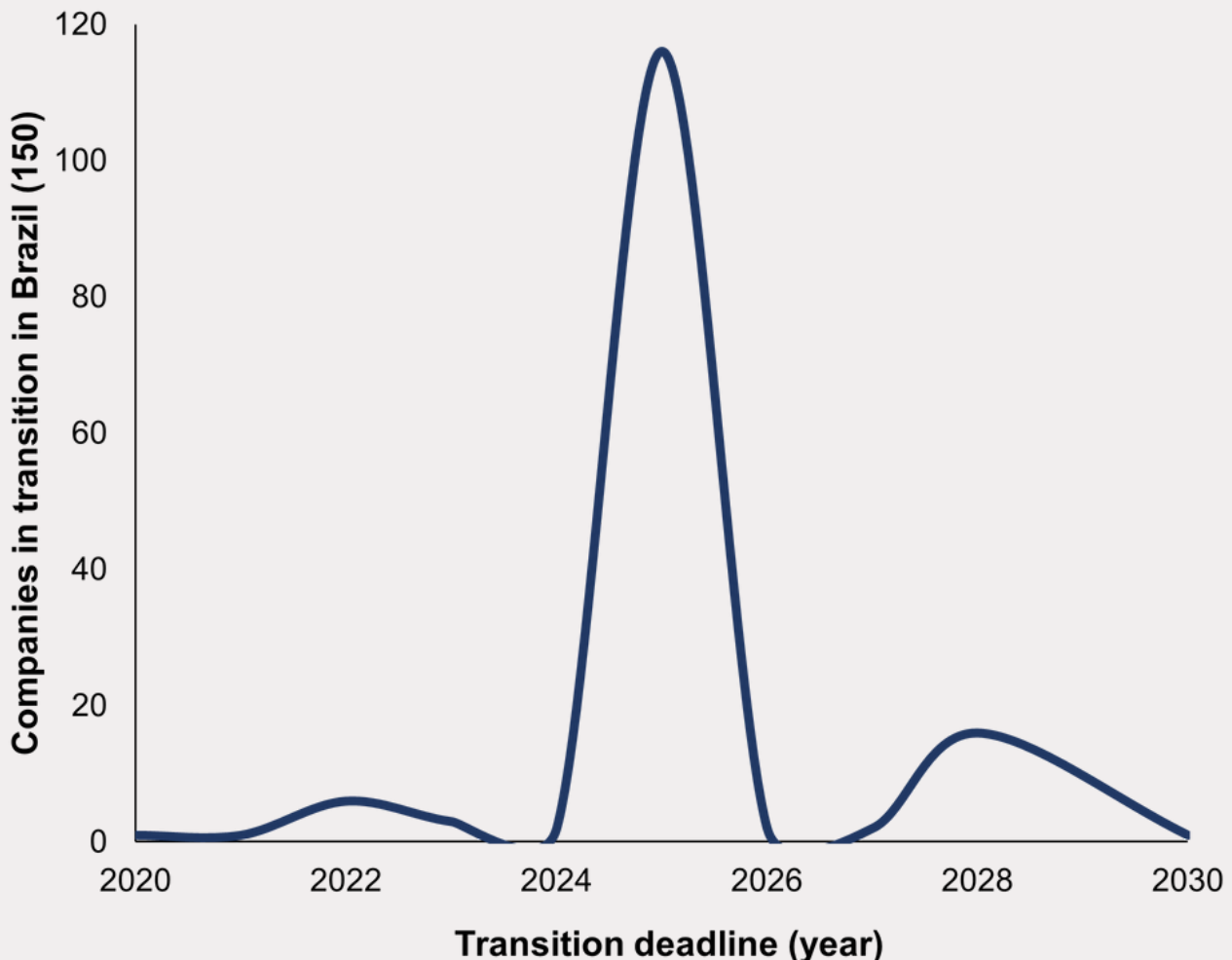
The companies in our database:

10 Pastéis  
A Boa Terra  
AB Brasil  
Accor Hotels  
Alesa  
AM/PM  
Amor aos Pedacos  
Apetece  
Apetit Serviços de Alimentação  
Arcos Dorados (Mc Donald's)  
Aryzta  
Aurora Alimentos  
B.LEM  
Bacio di Latte  
Baked Potato  
Banana Verde  
Barilla  
Bauducco (Grupo Pandurata)  
Beal/Festval  
Benjamin  
Best Western  
BFFC (Bob's)  
Bifum  
Big X Picanha  
Bom Sabor  
BRF  
Brico Bread  
Brownie do Luiz  
Bunge  
Burguer King  
Cacau Show  
Café Suplicy  
Cannoli do Calimano  
Cargill  
Carnival Cruise Line  
Carrefour  
Casa de Bolos  
Casa do Pão de Queijo  
Casa Santa Luzia  
Casa Suíça  
Casa Vovó Palmirinha  
CeliVita  
Cencosud  
Cepêra  
Choice Hotels (Atlantica Hotels)  
Cia Tradicional de Comércio  
Ciao Pizzeria Napoletana  
ClubMed  
Consuma  
Cristallo  
D'Macarons  
Danone  
De Nadai  
DIA  
Didio Pizza  
Divino Fogo  
Dr. Stanley  
Dunkin' Donuts  
Eggies  
Empada Brasil  
Fábrica de Bolo Vó Alzira  
Faleiro  
Fazenda Tapuio  
Ferrero  
Fogo de Chão  
Forno de Minas  
Fran's Café  
Freddo  
General Mills  
Giraffas  
GPA  
Grand Food  
Grand Hyatt São Paulo  
Granja Killer  
Grão Espresso  
GRSA  
Grupo Alento  
Grupo Bimbo  
Grupo CHQ  
Grupo CRM  
Grupo Lemos Passos  
Grupo Madero  
Grupo TrendFoods  
Grupo Trigo  
Habib's  
Halipar  
Havanna  
Hemmer  
Hershey's  
Hilton  
Hippo  
Hotel Unique  
InterContinental Hotel Group (IHG)  
Intercity Hotels  
International Meal Company (IMC)  
J. Macêdo  
Jamie's Italian  
JBS  
Kellogg's  
Kraft Heinz  
La Basque  
La Bella Gastronomia  
LC Adm. de Restaurantes  
Le Pain Quotidien  
Levapan  
Lig-Lig  
Liv UP  
M. Dias Branco  
Makro  
Maní  
Mania de Churrasco  
Mantiqueira  
Marche  
Marfrig  
Marriott Bonvoy  
McCain Foods  
Megamatte  
Mercadinhos São Luiz  
Mini Kalzone  
Minor Hotels  
Mondelez  
Monster Dog  
Mr. Baker  
Mr. Cheney  
Mr. Fit  
Mundo Verde  
Na veg Pizza  
Nestlé  
Nissin  
Norwegian Cruise Line Brasil  
Nozfit  
Nutfree  
O Pastificio  
Oba Hortifruti  
Ofner  
Olga Ri  
Outback (Bloomin' Brands)  
Ovos Filippesen  
Padaria dos Bebês  
Pague Menos  
Palladium Hotel Group  
Panco  
Parmeggio  
Pastificio Primo  
Patroni  
Pavioli  
PepsiCo  
Pif Paf  
Planalto Ovos  
Premiatta  
Premier Pet  
Puratos  
Raízs  
Ráscal  
Rede Leve Pizza  
Rei do Mate  
Restaurante América  
Royal Caribbean  
Santo Grão  
São Vicente  
Sapore  
Siol Alimentos  
Sodexo  
Starbucks  
SuaviPan  
Subway  
Tea Connection  
The Fifties  
UnidaSul  
Unilever  
Varanda  
Veran  
Vigor  
Walmart/BIG  
Wickbold  
Wyndham Hotels and Resorts  
YouBurger  
Yum  
Zaffari

# 2. Database

Considering **only the companies that are in some degree of transition** (150 out of 179, 84%), the vast majority has 2025 as the deadline year to complete the transition (116 out of 150, 77%). This reinforces the importance of our work to keep track on the advances already made by these companies and **to identified the difficulties we can give support**. We want to ensure they will complete the transition in time.

**2025 is the limit for most of the committed companies to only use cage-free eggs**





# 3. Methodology

**We tried to dialogue with each individual company** with cage-free commitment (those at our database), presenting our initiative and inviting them to participate in our annual audit.

The audit is design to collect information on what percentage of eggs consumed by each company comes from cage-free system. To our knowledge, we are the only audit in Brazil to assess the use of cage-free eggs by companies considering the egg type: unprocessed, processed and egg byproducts.

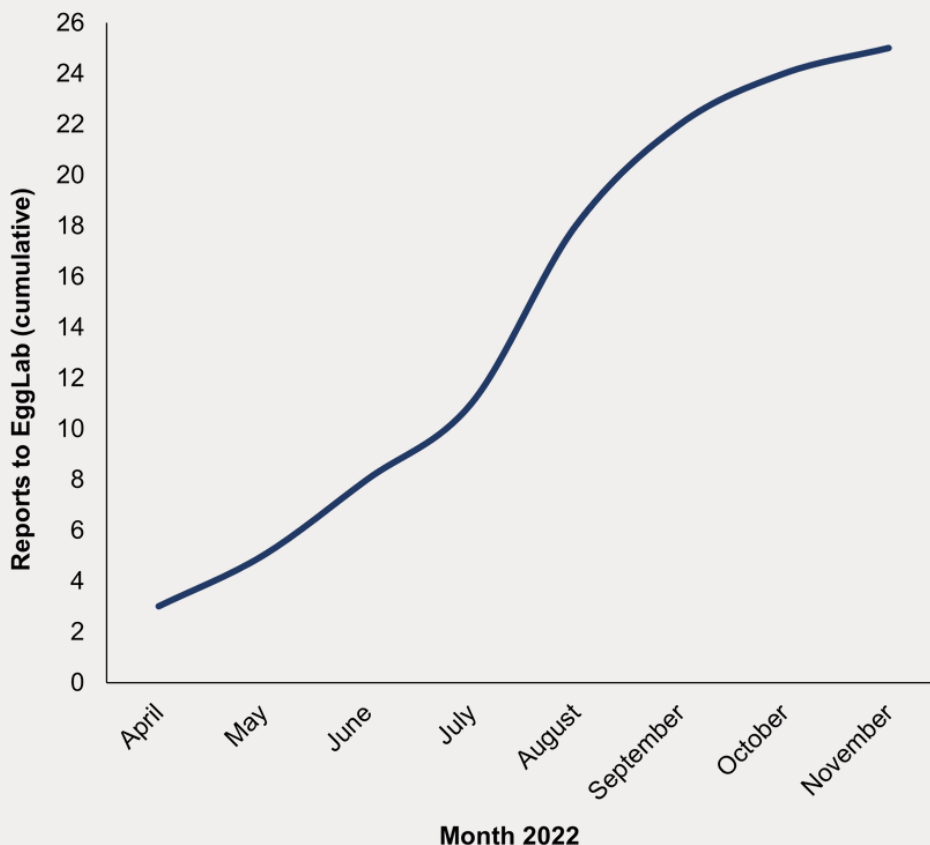
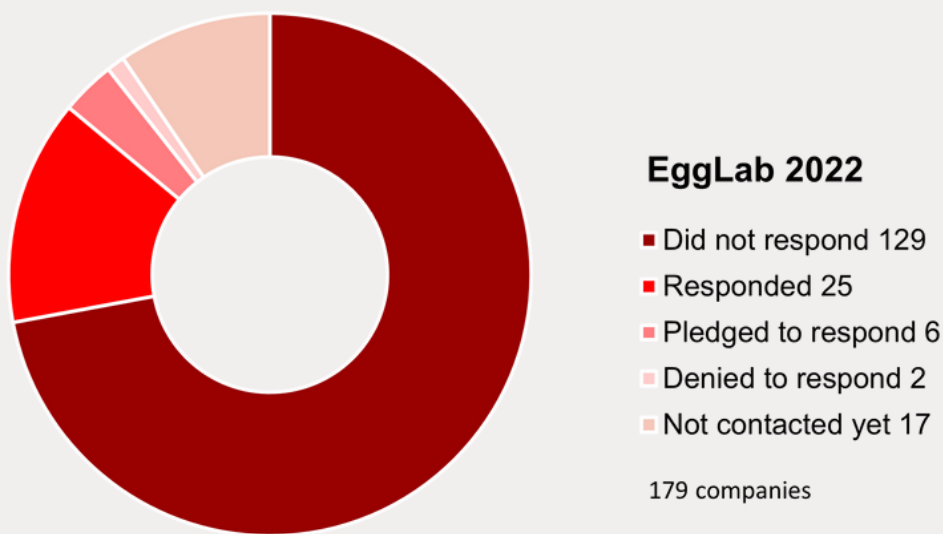
**Besides the egg use, we ask the companies about their Knowledge on animal welfare, transition planning, difficulties they face with the transition and if they want any support** to complete the transition in time.

The audit is available in a formulary with 16 objective and 6 discursive questions in our website. **The answers are validated and the data about the cage-free egg consumption/sale are published** in an interactive dashboard of our website showing the companies identity and history of report to EggLab.

Of the 179 companies in our database, we notified 162 with a first contact (e-mail and/or phone) to present the audit and to invite them to report. The remaining 17 companies include those that we do not have effective contacts yet, and those with very recent commitments. When the first notification had no answer, we engaged in follow up notifications until we received an answer.

# 4. Results

We started to notify the companies in april 2022 and, until the organization of this report, we received an answer from 33 of them, distributed as shown in the graph below. For the 25 companies that reported, 5 reported for the first time to EggLab, 2 of them committed to cage-free eggs in 2022 (Siol Alimentos e supermercado Hippo). **The number of reports increased almost linearly throughout the year, being, on average, 3 reports per month.**



# 4. Results

Reported for the first time to EggLab:

**Dia** 

 **HIPPO**

**JBS**

*Amor aos Pedacos*  
doçaria

**Siol**  
alimentos

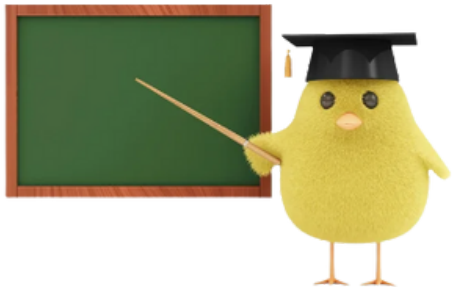
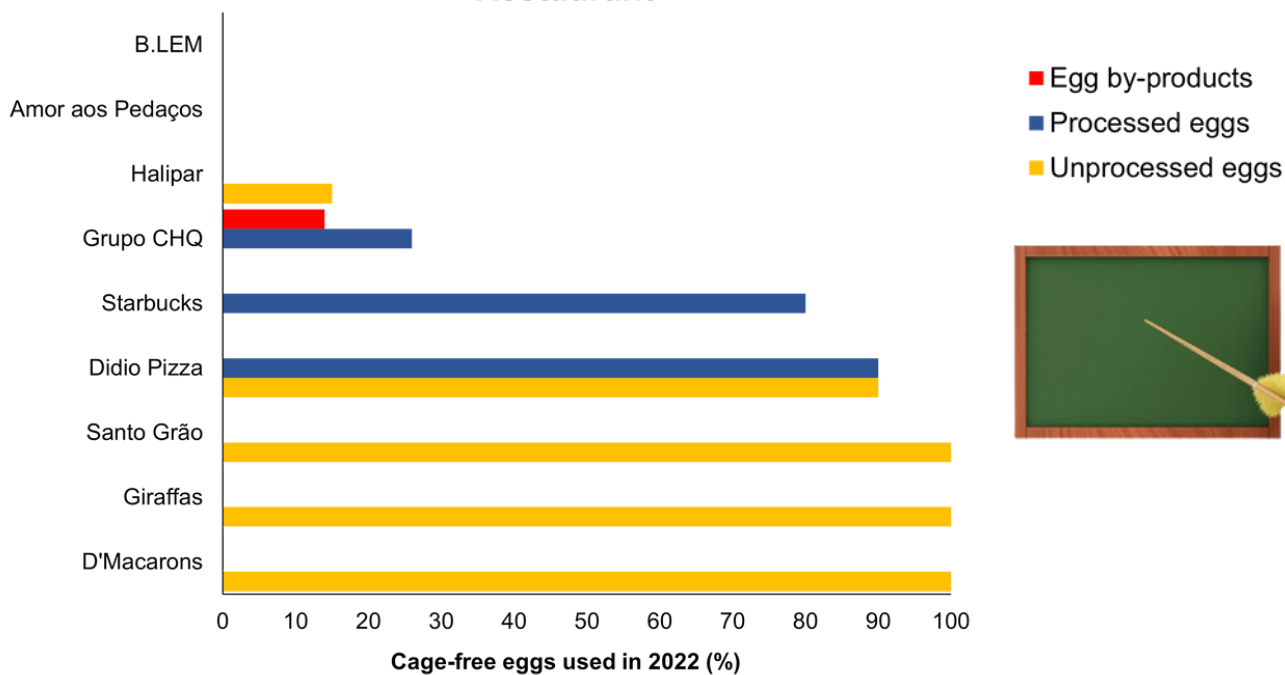
The overall transition varied from 0 to 100% among the companies depending on the egg type they use. **The complete transition (100%) was achieved more frequently for unprocessed eggs used by restaurants, and for processed eggs used by wholesales and retails.** However, it is important to note that the same company often uses more than one egg type (32% of the companies that reported). Therefore, one company may achieve complete transition for one egg type, but not for the others. JBS (Seara), for example, reported the use of 100% cage-free egg byproducts and 54% cage-free processed eggs. On the other hand, Marche Group reported the complete transition for both egg types, processed and unprocessed.



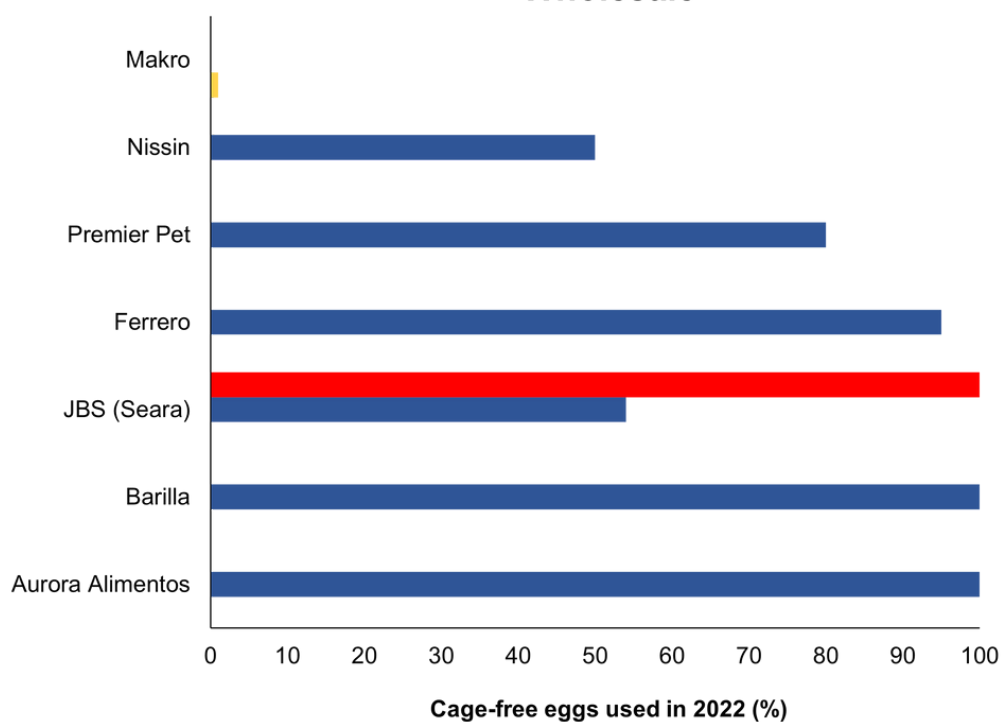
# 4. Results

The transition of the companies that reported to EggLab 2022:

## Restaurant



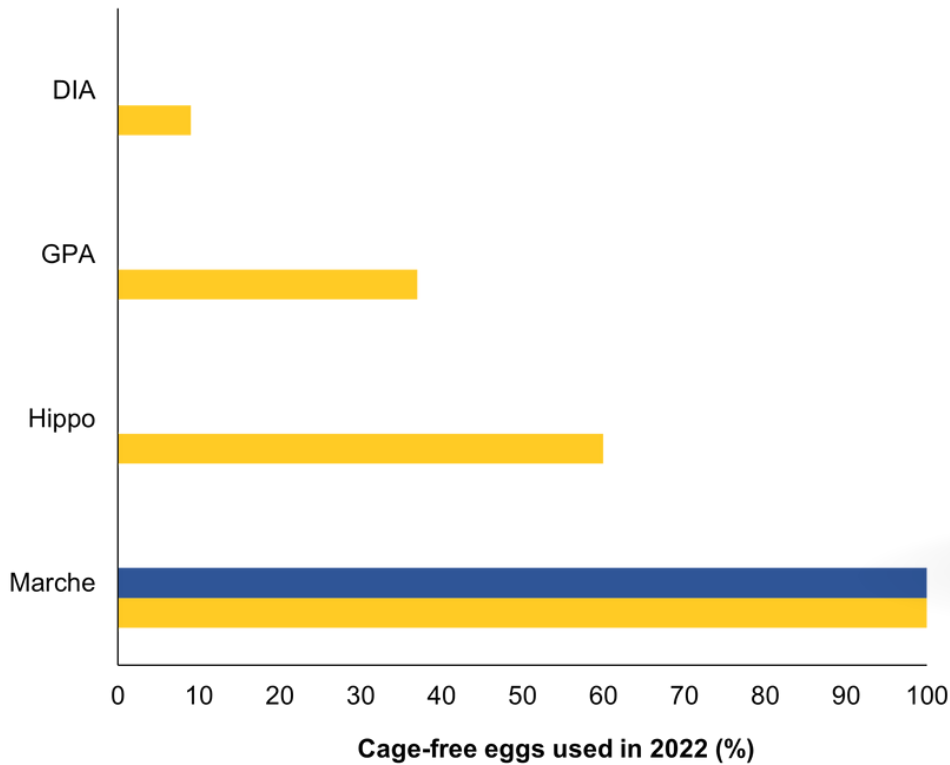
## Wholesale



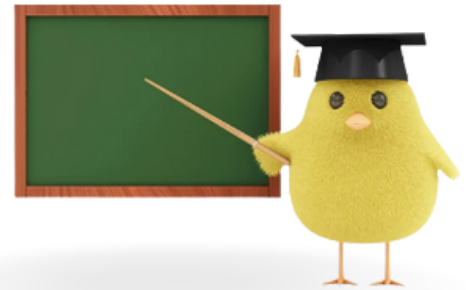
# 4. Results

The transition of the companies that reported to EggLab 2022:

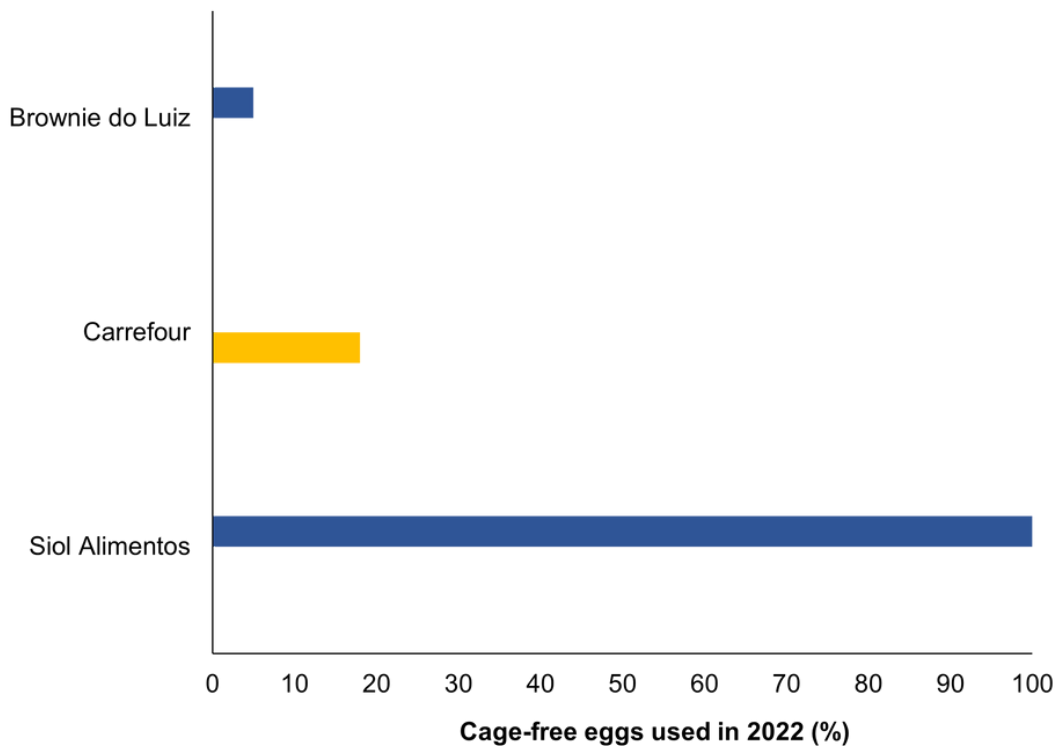
## Retail



- Egg by-products
- Processed eggs
- Unprocessed eggs



## Wholesale and retail



# 4. Results

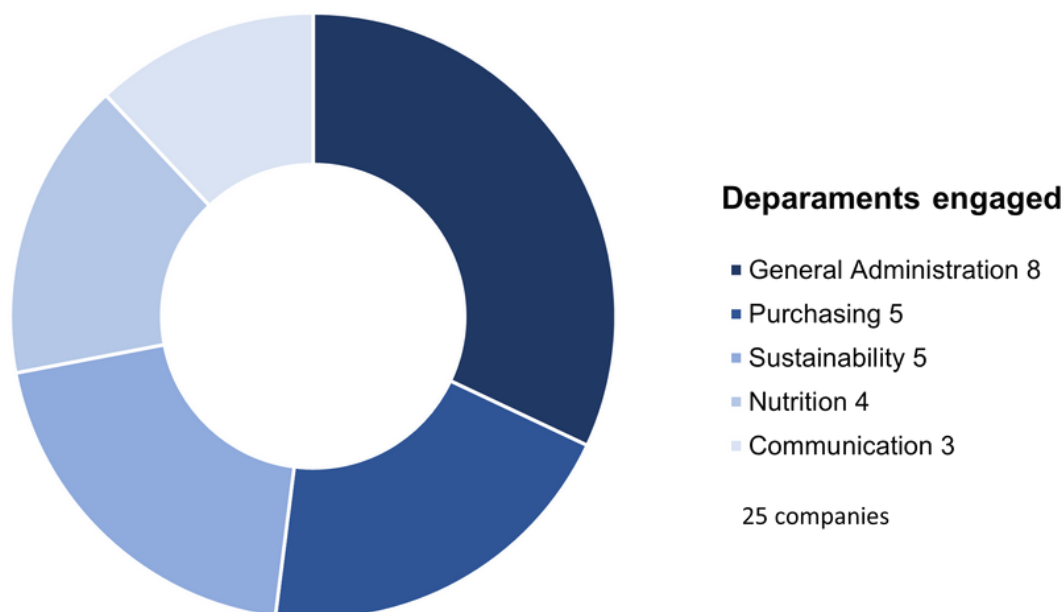
Regarding the evolution of the transition since the first report to EggLab, **60% of the companies (15 out of 25) showed advance**: they either enhanced the use of cage-free eggs (7), completed the transition (2), maintained the transition completed (4), or stopped using eggs (2). **One company stagnated and 4 retreated in their transition.**

Considering only the companies for which the transition deadline is 2022 or before and that have not concluded it (7 companies, 4% of our entire database), only one (Starbucks) reported to EggLab informing that it is at 80% of the way.

| Company          | Activity             | Announced the transition | Deadline | Transition status in 2022 |
|------------------|----------------------|--------------------------|----------|---------------------------|
| Amor aos Pedacos | Restaurant           | 2017                     | 2025     | First report              |
| Aurora Alimentos | Wholesale            | 2018                     | 2025     | Remained complete         |
| B.LEM            | Restaurant           | 2019                     | 2025     | Advanced                  |
| Barilla          | Wholesale            | 2016                     | 2020     | Remained complete         |
| Bifum            | Wholesale            | 2018                     | 2025     | No longer use eggs        |
| Brownie do Luiz  | Wholesale and retail | 2019                     | 2025     | Retreated                 |
| Bunge            | Wholesale            | 2017                     | 2025     | No longer use eggs        |
| Carrefour        | Wholesale and retail | 2018                     | 2025     | Stagnated                 |
| D'Macarons       | Restaurant           | 2018                     | 2019     | Remained complete         |
| DIA              | Retail               | 2021                     | 2028     | First report              |
| Didio Pizza      | Restaurant           | 2018                     | 2025     | Retreated                 |
| Ferrero          | Wholesale            | 2018                     | 2025     | Advanced                  |
| Giraffas         | Restaurant           | 2017                     | 2025     | Completed                 |
| GPA              | Retail               | 2020                     | 2028     | Advanced                  |
| Grupo CHQ        | Restaurant           | 2019                     | 2025     | Advanced                  |
| Halipar          | Restaurant           | 2017                     | 2025     | Retreated                 |
| Hippo            | Retail               | 2022                     | 2026     | First report              |
| JBS              | Wholesale            | 2017                     | 2025     | First report              |
| Makro            | Wholesale            | 2019                     | 2028     | Retreated                 |
| Marche           | Retail               | 2018                     | 2028     | Completed                 |
| Nissin           | Wholesale            | 2018                     | 2025     | Advanced                  |
| Premier Pet      | Wholesale            | 2019                     | 2025     | Advanced                  |
| Santo Grão       | Restaurant           | 2018                     | 2019     | Remained complete         |
| Siol Alimentos   | Wholesale and retail | 2022                     | 2025     | First report; Completed   |
| Starbucks        | Restaurant           | 2017                     | 2022     | Advanced                  |

# 4. Results

The EggLab audit is also designed to detect information on the engagement of each company with the cage-free practice and the difficulties they face implementing it. **The departments responsible for the reports includes mainly general administration, purchasing and sustainability.** The results indicate that the majority of the companies often discuss the topic of animal welfare and claim to know what the cage-free system of egg production is.



## Frequency of discussion in the company on the topic of animal welfare\*:

**Constant (32%)**

**Very frequent (20%)**

**Frequent (40%)**

**Infrequent (8%)**

• This information about the discussion of the topic within the company was given by the company itself.

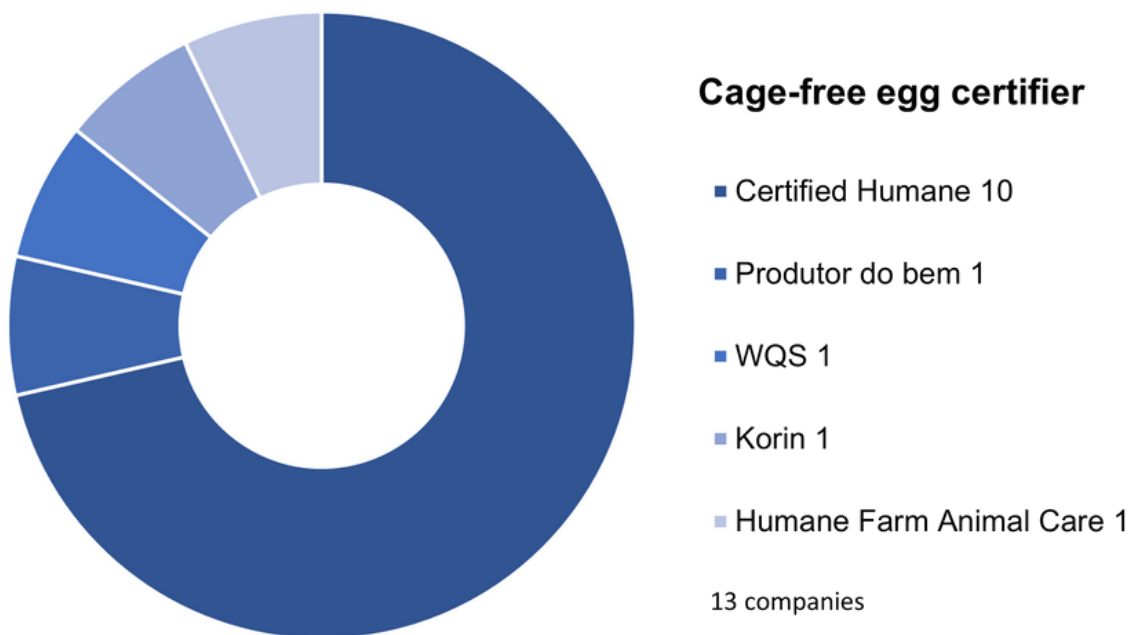




# 4. Results

## Cage-free eggs certification

**56% (14 out of 25) of the companies reported the use of cage-free eggs with certification.** 16% do not use cage-free eggs with certification, and for 28% of the companies the question about certification is not applicable. Regarding the cage-free egg certifiers, the companies reported five of them, being the Certified Humane the most frequent:



32% of the companies (8 out of 25) face at least two difficulties with the transition: the **high cost of the cage-free eggs and the difficulty to find cage-free egg suppliers for all scales and egg types.**

Besides the difficulties, 84% (21 out of 25) of the companies claimed to have a work plan for the transition and 48% stated that the deadline to complete the transition is sufficient. **Regarding our support, the companies are divided: 50% want it and 50% not.**

# 5. Conclusions

Our work allows us to maintain a dialogue with companies that have made commitments to animal welfare, specifically for the laying hens. With this work **we are realizing which companies are in fact committed to animals and which are not**. Furthermore, we are pressuring the companies to stick to their commitment, since the deadline for 116 of them is 2025 and **they need to evolve in the transition so the animals can be benefit**.

**We estimate the number of lives impacted to be 32,676,081 laying hens annually**, which compared to the number of laying hens in Brazil (252,571,000), is in almost 13% of the total number. Therefore, it is very important that our work continues so that companies keep their commitments and new companies make the same commitment.

We understand that **the pandemic process may have compromised the transition of many companies**. This may have caused many not to respond back to EggLab. However, we emphasize that our work aims precisely to generate data that indicate these moments of difficulty. That way we can build a more complete picture of the situation and provide whatever support we can.

Considering the companies that responded to us, we noticed that **over half of them showed progress in their transition and that most of them are aware of their deadline**. This indicates a reasonably positive scenario given the pandemic context, although perhaps underestimated by the few responses we had.

# 5. Conclusions

Regarding the difficulties faced in the transition, notably, there is still a lack of cage-free egg suppliers, specifically for processed eggs, to meet the demand, especially on a large scale. The MIRA project ([www.mira.org.br](http://www.mira.org.br)) is an example of a platform that has worked to solve this difficulty and is what we have used as a reference to help companies. The high cost of cage-free eggs, another problem detected, may be the result of this low availability of suppliers. We believe that, gradually and with the technical training of suppliers on the cage-free system, this problem can be reduced.

All the information we are getting with the EggLab audit is very rich material for us to plan the next steps and to help the companies to complete their transitions. Specific information on the evolution of the transitions are publicized in the EggLab website, which can be consulted by companies and consumers along the year.

Since we planned the audit to be a continuous process, the companies can report to it any time of the year, as we keep a routine of follow up contacts.

# 6. Appendix

We preserved the original language to avoid semantic confusion with the translation.

| Company          | What actions can the company take to ensure animal welfare? (Answers mostly in portuguese)  |
|------------------|---|
| Amor aos Pedacos | Utilizar insumos cage free; Conscientização interna constante; Conscientização dos clientes.  |
| Aurora Alimentos | <p>Treinamentos anuais em bem-estar animal para todos os envolvidos no processo produtivo (Veterinários, técnicos, Indústria, produtores, transportadores e motoristas e etc.); com entrega de material técnico informativo sobre os preceitos seguidos pela Aurora Coop, baseado no protocolo Welfare Quality.</p> <p>Dados de desempenho são enviados diariamente para cada área de competência; todos os manuais de produção da Cooperativa possuem os preceitos de bem-estar animal e são entregues a todos os produtores por meio de treinamentos técnicos, abordando e incentivando sempre as melhores práticas de manejo com os animais.</p> <p>Parceria com Universidade e outras Instituições no desenvolvimento de estudos internos sobre enriquecimento ambiental para estimular o comportamento natural da espécie. Protocolos estão sendo testados e implantados gradativamente nos sistemas de produção da Cooperativa.</p> |
| B.LEM            | Pesquisa de fornecedores; Educação Staff  |
| Barilla          | Substituição de ovos convencionais por ovos de galinhas livres de gaiolas.  |
| Brownie do Luiz  | Compra de Insumos de fornecedores certos.   |
| Carrefour        | <p>Publicação em 2020 do plano de progresso sobre o bem-estar animal, com vários compromissos adaptados às diferentes proteínas vendidas sob a marca própria.</p> <p>Compromisso sobre ovos livres de gaiolas: 100% até 2025 para marca própria e 100% até 2028 para marcas nacionais.</p> <p>Compromisso sobre auditorias nos frigoríficos que fornecem as principais proteínas para a marca própria: 100% dos frigoríficos auditados com a nossa grade de bem-estar animal até 2025 (até 2022 para a linha Sabor e Qualidade).</p>  |
| D'Macarons       | Conscientização sobre como o animal é tratado. Aumento na produção. Aumento na cadeia de produtores.  |
| DIA              | <p>Compromisso assumido em dez 2021 e políticas de bem-estar animal.</p> <p>Desenvolvimento de ações com foco no compromisso global do Plano de Sustentabilidade - desde 2021. Fornecedores com certificações e políticas de sustentabilidade, rastreabilidade de cadeia.</p>   |
| Ferrero          | <p>Cow welfare: To identify and demonstrate best practices in cow and calf welfare.</p> <p>Farm performance: To support efficient, resilient and ethical business practices.</p> <p>Environmental stewardship: To protect and enhance our shared environment.</p>   |
| Giraffas         | Comprar ovos de fornecedores/produtores que tenham o sistema cage-free.   |
| Siol Alimentos   | Adquirir produtos de fornecedores certificados em bem-estar animal.   |

# 6. Appendix

| Company     | What actions can the company take to ensure animal welfare? (Answers mostly in portuguese)   |
|-------------|--|
| GPA         | <p>Temos, desde 2017, um compromisso de 100% da venda de ovos e nossas Marcas Exclusivas seja de ovos de galinhas livres de gaiola até 2025. Em 2020 estendemos nosso compromisso para todos os ovos, sendo portanto 100% da venda de todos os ovos (todas as marcas) sejam de galinhas livres de gaiola até 2028.</p> <p>Em 2020 divulgamos nossa Política de Bem Estar Animal, que traz nossos compromissos e diretrizes com a cadeia de ovos, e também nossos compromissos estendidos para outras cadeias, como suínos, frangos de corte e bovinos. A partir de nossos aprendizados, atuação com setores públicos e a sociedade civil, extensão dos compromissos e divulgação da Política, seguimos agora em um processo de engajamento e aplicabilidade dos compromissos com os fornecedores, realizando webinars, treinamentos, visitas e organizando auditorias in loco para verificação de nossas diretrizes e garantia de cumprimento.</p> |
| Grupo CHQ   | <p>Fornecedores que trabalhem com ovos de galinhas livres; Canudos e colheres de papel; Copos e embalagens de papel.</p>   |
| Hippo       | <p>Avaliar fornecedores; Divulgar para os clientes; Agendar visita técnica para clientes e colaboradores.</p>  |
| JBS         | <p>Adesão pública a compromissos de bem-estar animal.</p> <p>Políticas e diretrizes internas - Materiais e eventos de conscientização.</p> <p>Engajamento e troca de informações com as partes interessadas.</p>   |
| Makro       | <p>Implantação de programas de controle da rastreabilidade dos produtos.</p> <p>Política interna de bem-estar animal.</p> <p>Programa de doação de quebras de ração.</p>   |
| Marche      | <p>Completar a transição para venda/consumo de ovos-cage free.</p> <p>Assumimos o compromisso de comercializar somente carne suína (cortes e embutidos) de sistemas com porcas matrizes livres de celas de gestação (crate-free), em alojamento coletivo, em todas as nossas operações até 2028.</p>   |
| Nissin      | <p>Plano de migração para o uso de ovos cage free garantindo o prazo do compromisso assumido.</p> <p>Alinhamento com os fornecedores de ovos cage free para garantir o fornecimento.</p> <p>Certificação de produtos.</p>  |
| Premier Pet | <p>Uso de ovos cage free.</p> <p>Desenvolvimento de fornecedores de proteína com certificado de bem estar animal.</p> <p>Conscientização de bem estar pet.</p>   |
| Starbucks   | <p>Reformulação de produtos.</p> <p>Negociação com fornecedores para garantir insumo cage-free aos nossos produtores de alimentos que utilizam ovos na formulação.</p> <p>Capacitação e conscientização dos colaboradores em relação ao tema.</p>  |

# REALIZATION



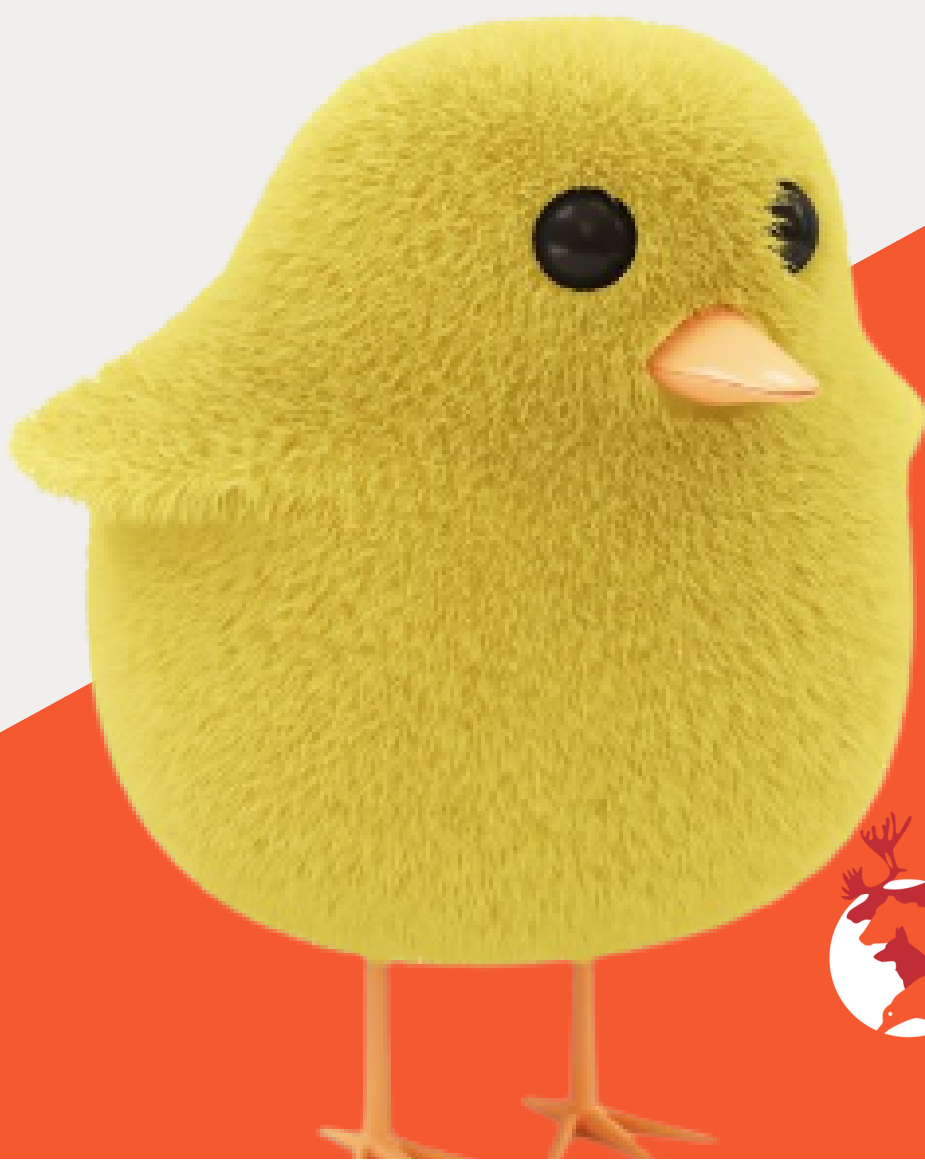
# MADE POSSIBLE BY



**VERSÃO EM PORTUGUÊS**

# RELATÓRIO ANUAL

## EggLab 2022



FÓRUM  
NACIONAL DE  
PROTEÇÃO E  
DEFESA ANIMAL





**Escrito por**

**Luiz Rezende e Taylison Santos**

**Editado por**

**Anaryá Mantovanelli**



**FÓRUM  
NACIONAL DE  
PROTEÇÃO E  
DEFESA ANIMAL**



# SUMÁRIO

O que é EggLab **1**

---

Base de dados **2**

---

Metodologia **3**

---

Resultados **4**

---

Conclusões **5**

---

Apêndice **6**

# 1.0 que é EggLab

A maior parte da **produção de ovos do Brasil causa imenso sofrimento** na vida das galinhas poedeiras que passam a vida inteira em gaiolas onde mal podem se mover! Para superar essa condição de sofrimento, **precisamos mudar a forma como produzimos e consumimos ovos para incluir práticas de bem-estar animal, como os sistemas livres de gaiolas**. As organizações de proteção animal são essenciais para essa mudança, pois promovem o debate sobre o tema e mediam o diálogo com as empresas para que assumam sua responsabilidade ética em relação aos animais.

O EggLab foi criado em 2019 como expressão do esforço coletivo pela proteção dos animais, especialmente das galinhas. Faz parte do trabalho do Fórum Nacional de Proteção e Defesa Animal (Fórum Animal) com os objetivos específicos de **compreender e monitorar a produção e o consumo de ovos livres de gaiolas por empresas no Brasil**.

Por meio de auditorias anuais, a equipe EggLab está constantemente construindo um valioso banco de dados das empresas com compromissos públicos de produzir e consumir ovos apenas de sistemas livres de gaiolas no Brasil. **Geramos informações atualizadas sobre a origem de ovos não processados, processados e subprodutos de ovos consumidos por empresas de diversos tamanhos e segmentos**. Usamos essas informações para monitorar e publicar o progresso gradual de cada empresa em direção à sua transição completa. Com isso, pressionamos as empresas a manterem seus compromissos com os ovos livres de gaiolas e informamos o público em geral e potenciais consumidores sobre o tema.

# 1.0 que é EggLab

## Time EggLab

**Taylison Santos** | Diretor Executivo do Fórum Animal  
tsantos@forumanimal.org

**Luiz Rezende** | Gerente de Relações Corporativas e Voluntariado do Fórum Animal  
lrezende@forumanimal.org

## Site

Nosso trabalho é desenvolvido e descrito nos sites:  
[www.egglab.org.br](http://www.egglab.org.br)  
[www.forumanimal.org](http://www.forumanimal.org)

Acessando-os, você encontrará as informações completas sobre as empresas que auditamos, seu status de transição, nosso formulário de auditoria e os relatórios de nossos trabalhos anteriores. **Venha nos visitar!**

## Financiamento

Nosso trabalho é financiado pelo Centre for Effective Altruism, pelo qual somos profundamente gratos.



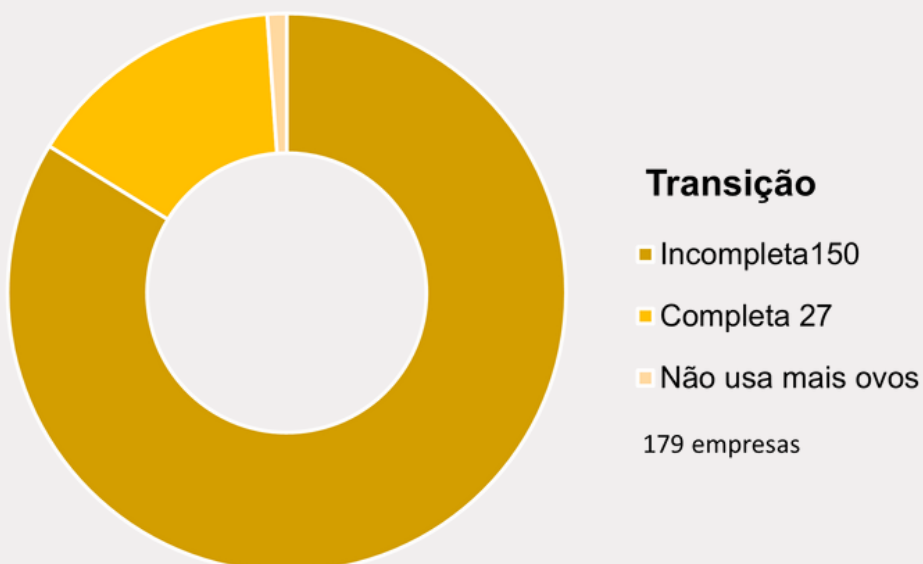
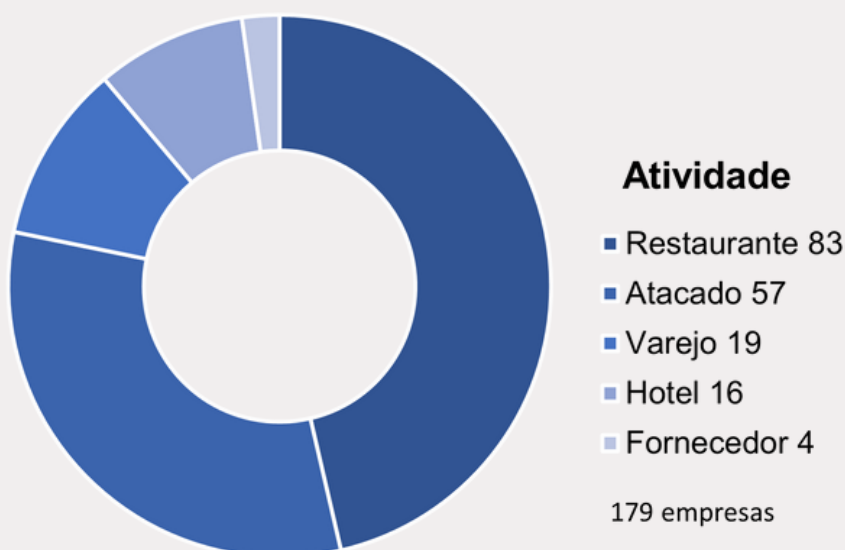
**CENTRE FOR  
EFFECTIVE  
ALTRUISM**



# 2. Base de dados

O primeiro passo para **entender como as empresas estão lidando com os ovos livres de gaiolas** é construir uma base de dados estruturada que inclua empresas comprometidas em diferentes estágios de transição e aquelas que já a concluíram. Por se tratar de uma informação dinâmica, pois novas empresas anunciam compromissos regularmente, **essa base de dados deve ser atualizada continuamente**.

Para o EggLab 2022, **identificamos 179 empresas com compromissos públicos de usar apenas ovos livres de gaiolas no Brasil**, 11 com compromissos publicados em 2022 (8 com nosso apoio). Essas empresas são, principalmente, restaurantes e atacados. A grande maioria está em transição.



# 2. Base de dados

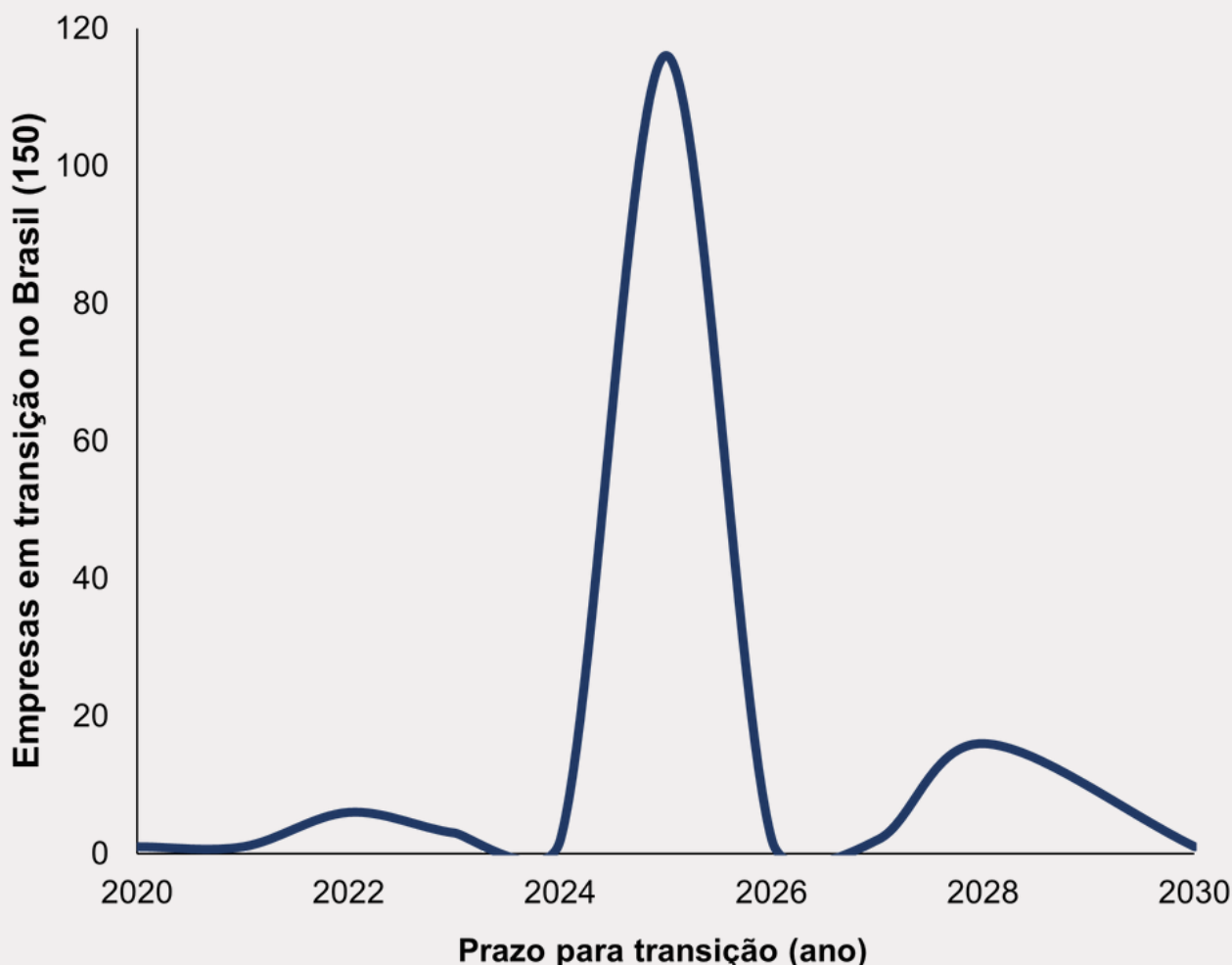
As empresas em nossa base de dados:

10 Pastéis  
A Boa Terra  
AB Brasil  
Accor Hotels  
Alsea  
AM/PM  
Amor aos Pedacos  
Apetece  
Apetit Serviços de Alimentação  
Arcos Dorados (Mc Donald's)  
Aryzta  
Aurora Alimentos  
B.LEM  
Bacio di Latte  
Baked Potato  
Banana Verde  
Barilla  
Bauducco (Grupo Pandurata)  
Beal/Festval  
Benjamin  
Best Western  
BFFC (Bob's)  
Bifum  
Big X Picanha  
Bom Sabor  
BRF  
Brico Bread  
Brownie do Luiz  
Bunge  
Burger King  
Cacau Show  
Café Suplicy  
Cannoli do Calimano  
Cargill  
Carnival Cruise Line  
Carrefour  
Casa de Bolos  
Casa do Pão de Queijo  
Casa Santa Luzia  
Casa Suíça  
Casa Vovó Palmirinha  
CeliVita  
Cencosud  
Cepêra  
Choice Hotels (Atlantica Hotels)  
Cia Tradicional de Comércio  
Ciao Pizzeria Napoletana  
ClubMed  
Consuma  
Cristallo  
D'Macarons  
Danone  
De Nadai  
DIA  
Didio Pizza  
Divino Fogaço  
Dr. Stanley  
Dunkin' Donuts  
Eggies  
Empada Brasil  
Fábrica de Bolo Vó Alzira  
Faleiro  
Fazenda Tapuio  
Ferrero  
Fogo de Chão  
Forno de Minas  
Fran's Café  
Freddo  
General Mills  
Giraffas  
GPA  
Grand Food  
Grand Hyatt São Paulo  
Granja Killer  
Grão Espresso  
GRSA  
Grupo Alento  
Grupo Bimbo  
Grupo CHQ  
Grupo CRM  
Grupo Lemos Passos  
Grupo Madero  
Grupo TrendFoods  
Grupo Trigo  
Habib's  
Halipar  
Havana  
Hemmer  
Hershey's  
Hilton  
Hippo  
Hotel Unique  
InterContinental Hotel Group (IHG)  
Intercity Hotels  
International Meal Company (IMC)  
J. Macêdo  
Jamie's Italian  
JBS  
Kellogg's  
Kraft Heinz  
La Basque  
La Bella Gastronomia  
LC Adm. de Restaurantes  
Le Pain Quotidien  
Levapan  
Lig-Lig  
Liv UP  
M. Dias Branco  
Makro  
Maní  
Mania de Churrasco  
Mantiqueira  
Marche  
Marfrig  
Marriott Bonvoy  
McCain Foods  
Megamatte  
Mercadinhos São Luiz  
Mini Kalzone  
Minor Hotels  
Mondelez  
Monster Dog  
Mr. Baker  
Mr. Cheney  
Mr. Fit  
Mundo Verde  
Na veg Pizza  
Nestlé  
Nissin  
Norwegian Cruise Line Brasil  
Nozfit  
Nutfree  
O Pastificio  
Oba Hortifruti  
Ofner  
Olga Ri  
Outback (Bloomin' Brands)  
Ovos Filippesen  
Padaria dos Bebês  
Pague Menos  
Palladium Hotel Group  
Panco  
Parmeggio  
Pastificio Primo  
Patroni  
Pavioli  
PepsiCo  
Pif Paf  
Planalto Ovos  
Premiatta  
Premier Pet  
Puratos  
Raízs  
Ráscal  
Rede Leve Pizza  
Rei do Mate  
Restaurante América  
Royal Caribbean  
Santo Grão  
São Vicente  
Sapore  
Siol Alimentos  
Sodexo  
Starbucks  
SuaviPan  
Subway  
Tea Connection  
The Fifties  
UnidaSul  
Unilever  
Varanda  
Veran  
Vigor  
Walmart/BIG  
Wickbold  
Wyndham Hotels and Resorts  
YouBurger  
Yum  
Zaffari

## 2. Base de dados

Considerando **apenas as empresas que estão em algum grau de transição** (150 de 179, 84%), vemos que a grande maioria tem 2025 como prazo para concluir a transição (116 de 150, 77%). As demais empresas incluem: 27 que já completaram a transição e duas que não usam mais ovos. Isso reforça a importância do nosso trabalho para acompanhar os avanços já conquistados por essas empresas e **identificar as dificuldades que podemos apoiar**. Queremos garantir que eles concluam a transição a tempo.

**2025 é o limite para a maioria das empresas comprometidas terminarem a transição**



# 3. Metodologia

**Dialogamos com cada empresa com compromisso individualmente** (as que estão em nosso banco de dados), apresentando nossa iniciativa e convidando-as a participar de nossa auditoria.

A auditoria é projetada para coletar informações sobre qual porcentagem de ovos consumidos por cada empresa é originada do sistema livre de gaiolas. Avaliamos o uso de ovos livres de gaiolas por empresas considerando o tipo de ovo: não processado, processado e subprodutos de ovos. **Além do uso de ovos, perguntamos às empresas sobre seu conhecimento sobre bem-estar animal, planejamento de transição, dificuldades que enfrentam com a transição e se desejam algum apoio** que a Fórum Animal possa dar para superar as dificuldades e concluir a transição a tempo.

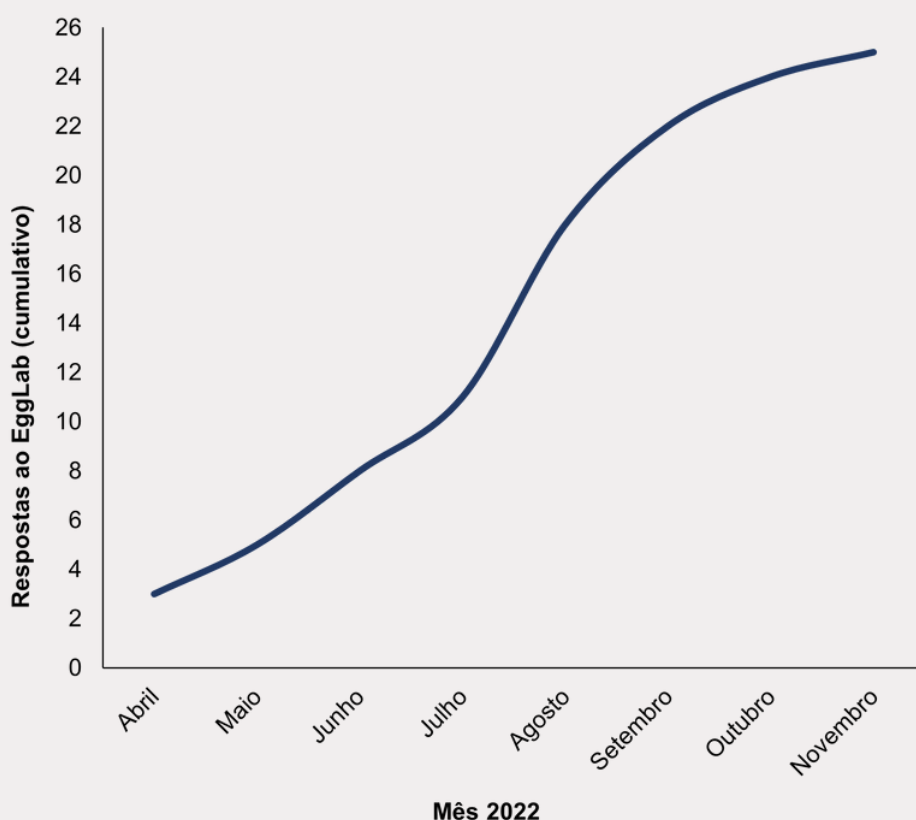
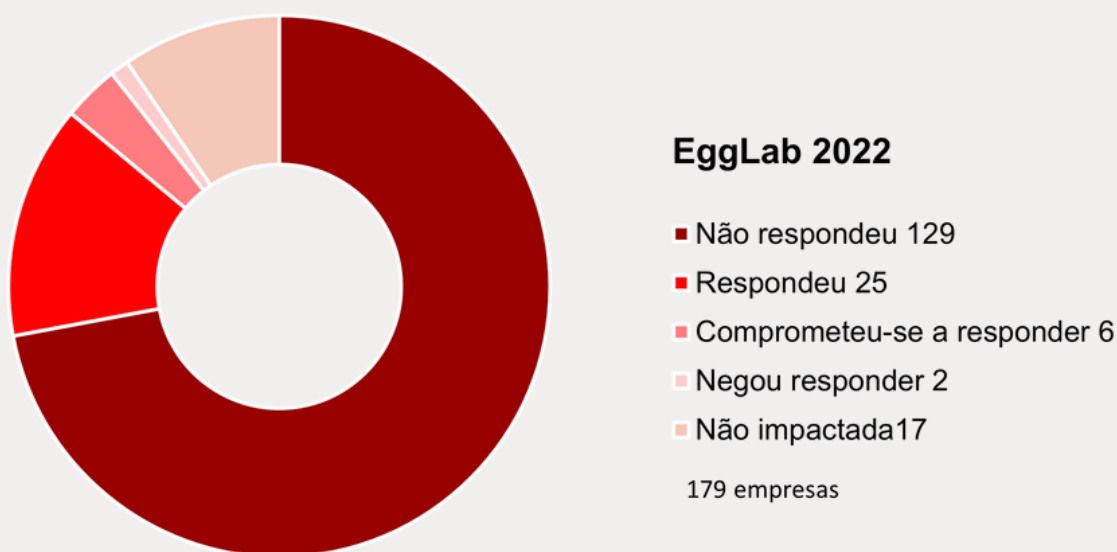
A auditoria está disponível em formulário com 16 questões objetivas e 6 discursivas integradas ao nosso site. **As respostas são validadas e os dados sobre o consumo/venda de ovos livres de gaiolas são publicados** em um painel interativo do nosso site mostrando a identidade das empresas e o histórico de reporte ao EggLab.

Das 179 empresas em nosso banco de dados, notificamos 162 com um primeiro contato (e-mail e/ou telefone) para apresentar a auditoria e convidá-las a reportar. As 17 empresas restantes incluem aquelas que ainda não temos contatos efetivos ou com compromissos muito recentes. Quando a primeira notificação não teve resposta, engajamos em notificações de acompanhamento até recebermos uma resposta.



# 4. Resultados

Começamos a notificar as empresas em abril de 2022 e, até a finalização deste relatório, recebemos resposta de 33 delas, distribuídas conforme o gráfico abaixo. Das 25 empresas que reportaram, 5 reportaram pela primeira vez à auditoria do EggLab, 2 delas se comprometeram com ovos livres de gaiolas em 2022 (Siol Alimentos e supermercado Hippos). **○ número de respostas cresceu quase linearmente ao longo do ano. Recebemos, em média, 3 reportes por mês.**



# 4. Resultados

Reportaram pela primeira vez ao EggLab:

**Dia** 

 **HIPPO**



*Amor aos Pedacos*  
doçaria

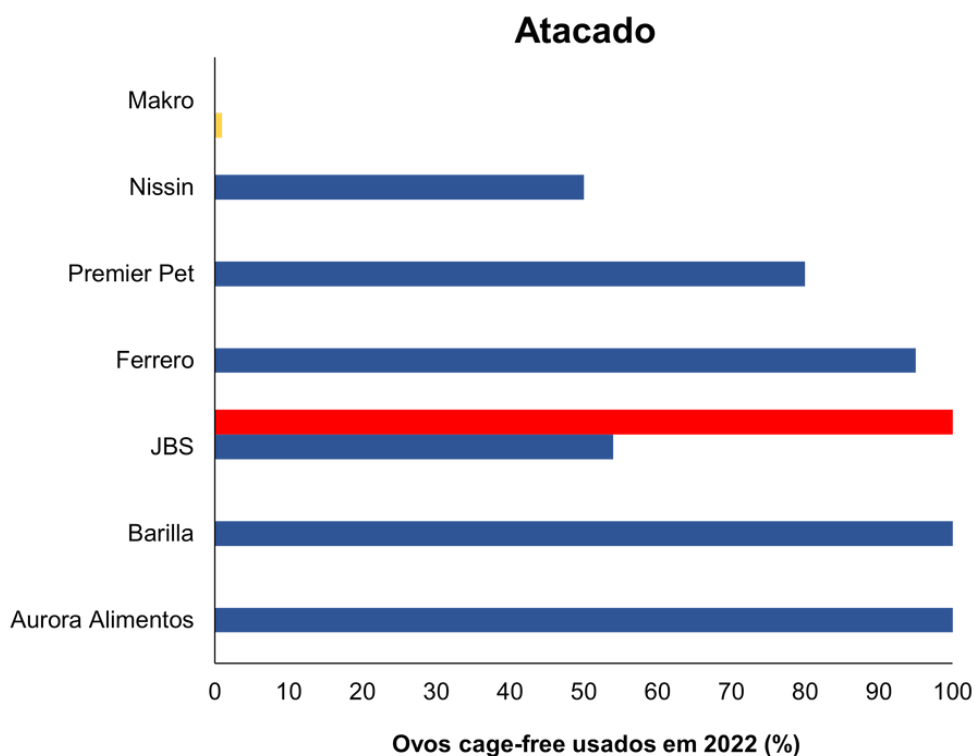
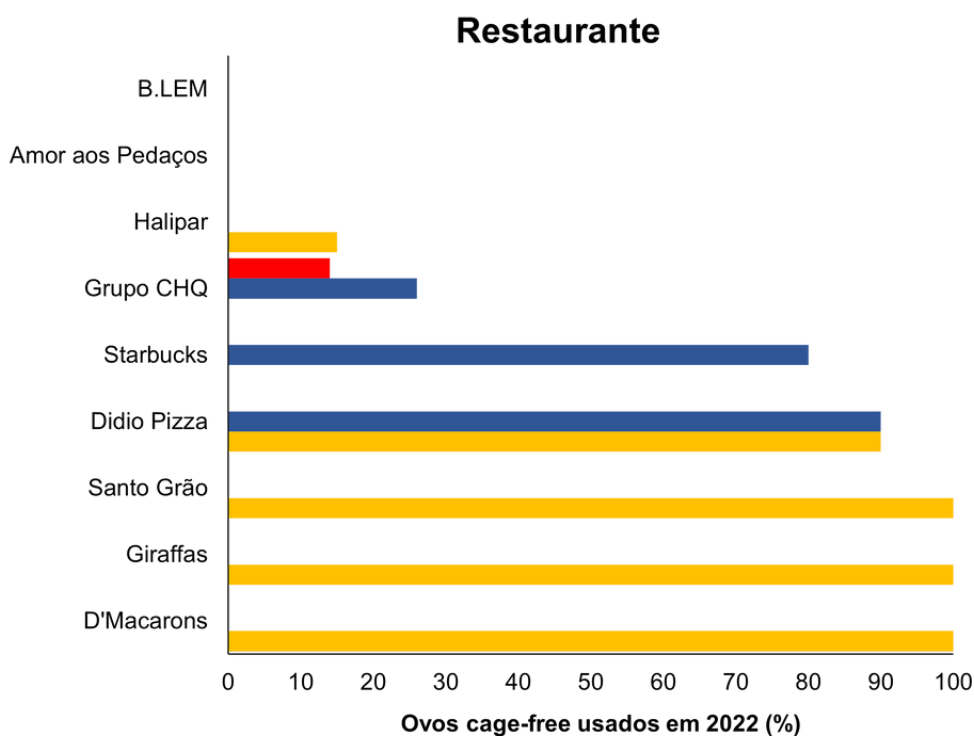
**Siol**  
alimentos

A transição variou de 0 a 100% entre as empresas dependendo do tipo de ovo que utilizam. **A transição completa (100%) foi alcançada com maior frequência para ovos não processados usados por restaurantes, e para ovos processados usados por atacado e varejo.** É importante notar que a mesma empresa pode utilizar mais de um tipo de ovo (32% das empresas que nos reportaram). Portanto, uma empresa pode realizar a transição completa para um tipo de ovo, mas não para os outros. A JBS (Seara), por exemplo, informou o uso de subprodutos de ovos 100% livres de gaiolas e 54% de ovos processados livres de gaiolas. Por outro lado, o Grupo Marche relatou a transição completa para ambos os tipos de ovos, processados e não processados.



# 4. Resultados

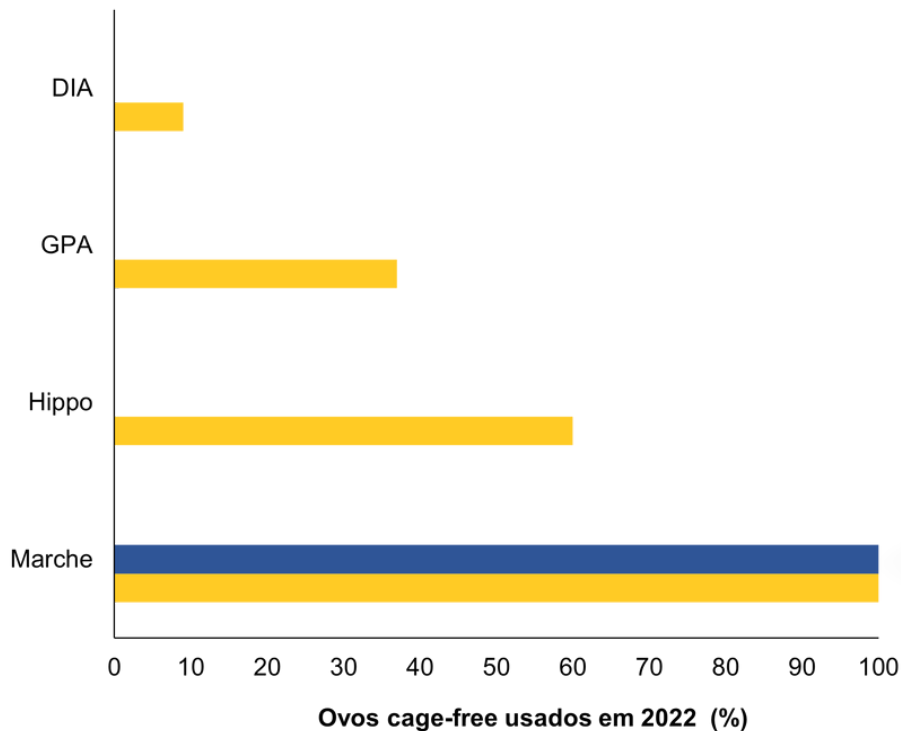
A transição das empresas que responderam ao EggLab 2022:



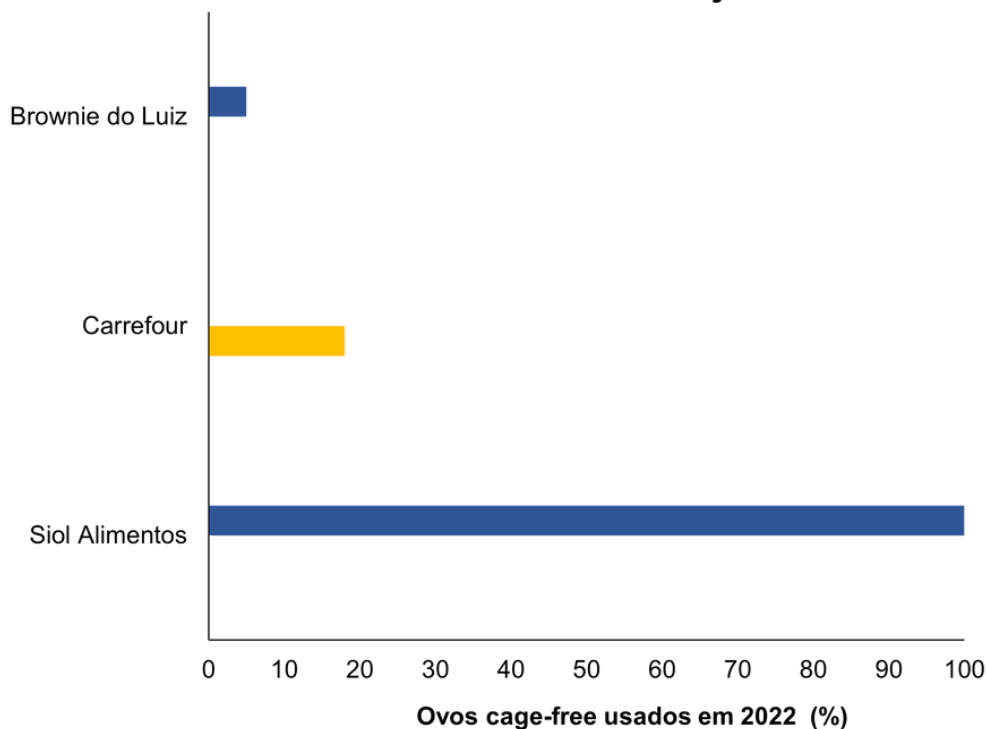
# 4. Resultados

A transição das empresas que responderam ao EggLab 2022:

## Varejo



## Atacado e Varejo



# 4. Resultados

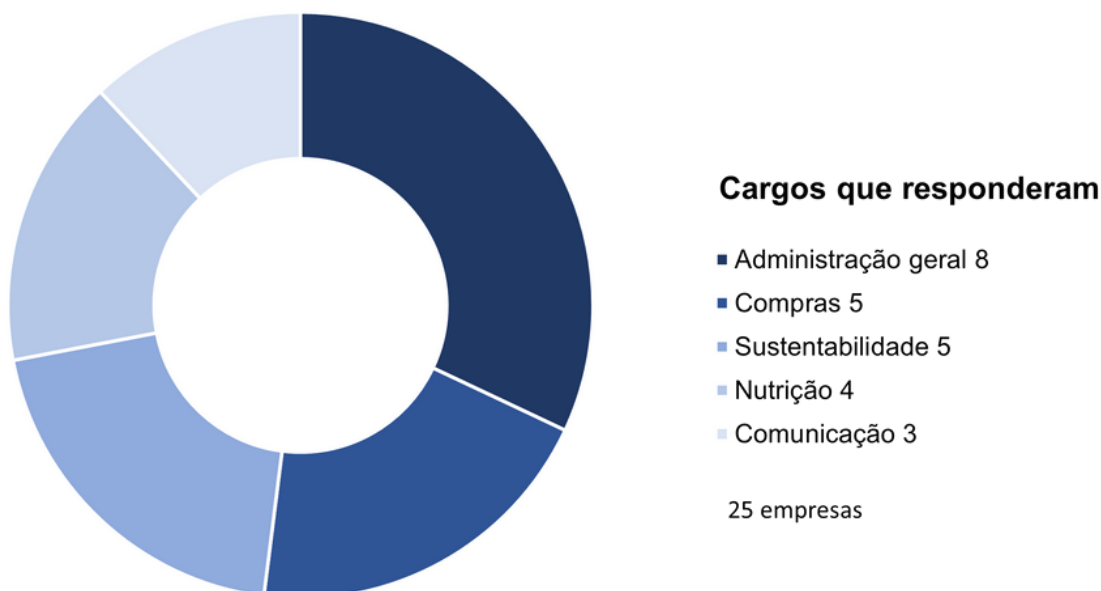
Em relação à evolução da transição desde a primeira resposta ao EggLab, **60% das empresas (15 de 25) apresentaram avanço**: essas empresas ou aprimoraram o uso de ovos livres de gaiola (7), completaram a transição (2), mantiveram a transição já concluída (4), ou pararam de usar ovos (2). **Uma empresa estagnou e 4 recuaram a transição.**

Considerando apenas as empresas cujo prazo de transição é 2022 ou anterior e que não a concluíram (7 empresas, 4% de nosso banco de dados), apenas uma (Starbucks) reportou ao EggLab informando que está em 80% do caminho.

| Empresa          | Atividade        | Anunciou a transição | Prazo | Status da transição em 2022 |
|------------------|------------------|----------------------|-------|-----------------------------|
| Amor aos Pedacos | Restaurante      | 2017                 | 2025  | Primeiro reporte            |
| Aurora Alimentos | Atacado          | 2018                 | 2025  | Permaneceu completa         |
| B.LEM            | Restaurante      | 2019                 | 2025  | Avançou                     |
| Barilla          | Atacado          | 2016                 | 2020  | Permaneceu completa         |
| Bifum            | Atacado          | 2018                 | 2025  | Não usa mais ovos           |
| Brownie do Luiz  | Atacado e varejo | 2019                 | 2025  | Recuou                      |
| Bunge            | Atacado          | 2017                 | 2025  | Não usa mais ovos           |
| Carrefour        | Atacado e varejo | 2018                 | 2025  | Estagnou                    |
| D'Macarons       | Restaurante      | 2018                 | 2019  | Permaneceu completa         |
| DIA              | Varejo           | 2021                 | 2028  | Primeiro reporte            |
| Didio Pizza      | Restaurante      | 2018                 | 2025  | Recuou                      |
| Ferrero          | Atacado          | 2018                 | 2025  | Avançou                     |
| Giraffas         | Restaurante      | 2017                 | 2025  | Completo                    |
| GPA              | Varejo           | 2020                 | 2028  | Avançou                     |
| Grupo CHQ        | Restaurante      | 2019                 | 2025  | Avançou                     |
| Halipar          | Restaurante      | 2017                 | 2025  | Primeiro reporte            |
| Hippo            | Varejo           | 2022                 | 2026  | Primeiro reporte            |
| JBS              | Atacado          | 2017                 | 2025  | Primeiro reporte            |
| Makro            | Atacado          | 2019                 | 2028  | Recuou                      |
| Marche           | Varejo           | 2018                 | 2028  | Completo                    |
| Nissin           | Atacado          | 2018                 | 2025  | Avançou                     |
| Premier Pet      | Atacado          | 2019                 | 2025  | Avançou                     |
| Santo Grão       | Restaurante      | 2018                 | 2019  | Permaneceu completa         |
| Siol Alimentos   | Atacado e varejo | 2022                 | 2025  | Primeiro reporte; Completo  |
| Starbucks        | Restaurante      | 2017                 | 2022  | Avançou                     |

# 4. Resultados

A auditoria EggLab também tem como objetivo detectar informações sobre o engajamento de cada empresa com a prática cage-free e as dificuldades que enfrentam para implementá-la. **As áreas das empresas responsáveis pelas respostas ao EggLab incluem, principalmente, administração geral, compras e sustentabilidade.** Os resultados indicam que a maioria das empresas discute frequentemente o tema bem-estar animal e afirma conhecer o que é o sistema livre de gaiolas para a produção de ovos.



## Frequência de discussão na empresa sobre o tema bem-estar animal\*:

**Constante (32%)**

**Muito frequente (20%)**

**Mais ou menos frequente (40%)**

**Pouco frequente (8%)**

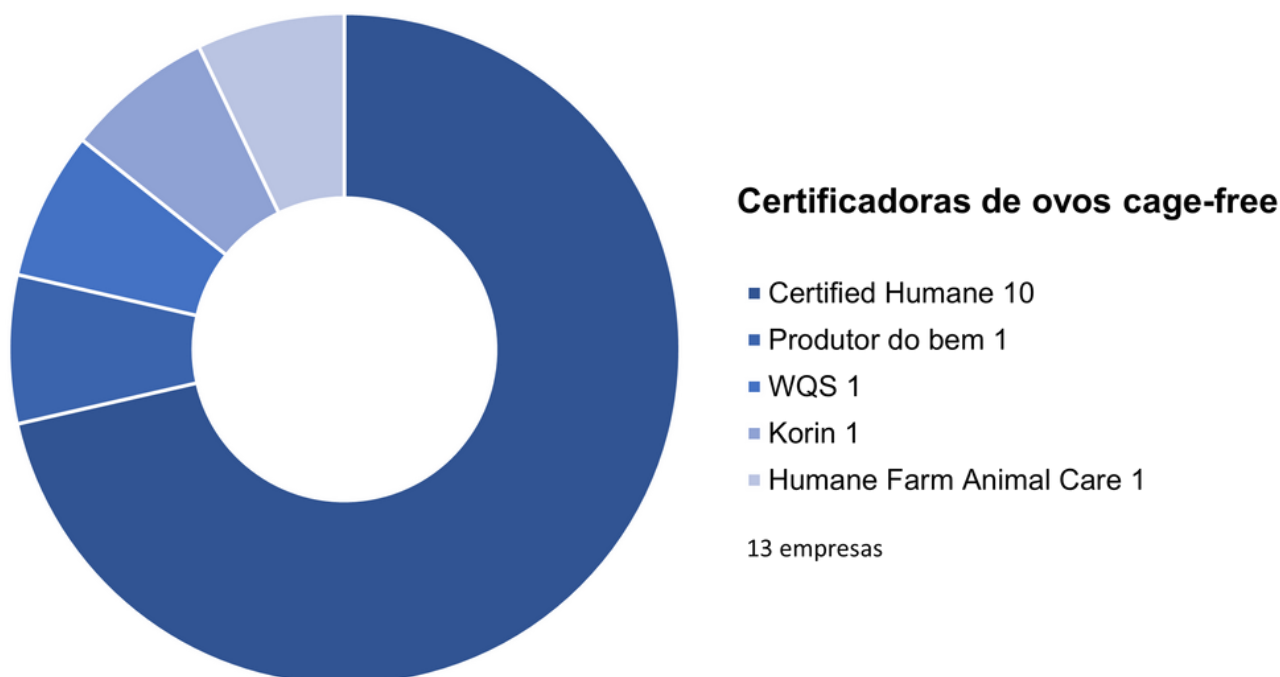
\* Essas informações sobre a discussão do tema dentro da empresa foram dadas pela própria empresa.



# 4. Resultados

## Certificação cage-free

**56% (14 de 25) das empresas relataram o uso de ovos livres de gaiola com certificação.** 16% não utilizam ovos de gaiola com certificação e, para 28% das empresas, a pergunta sobre certificação não se aplica. Em relação às certificadoras, as empresas relataram cinco delas, sendo a Certified Humane a mais frequente:



32% das empresas (8 de 25) enfrentam pelo menos duas dificuldades com a transição: **o alto custo dos ovos livres de gaiola e encontrar fornecedores para todas as escalas e tipos de ovos.**

Entretanto, 84% (21 de 25) das empresas afirmaram ter um plano de trabalho para a transição, e 48% afirmaram que o prazo para concluir a transição é suficiente. **Em relação ao nosso apoio, as empresas estão divididas: 50% querem e 50% não.**



# 5. Conclusões

Nosso trabalho nos permite manter um diálogo com empresas que assumiram compromissos com o bem-estar para galinhas poedeiras. Com este trabalho, **estamos percebendo quais empresas estão de fato comprometidas com os animais e quais não estão.**

Estamos pressionando as empresas para que cumpram seu compromisso, pois o prazo para 116 dessas empresas já é 2025 e **elas precisam evoluir na transição para que os animais sejam beneficiados.**

**Estimamos o número de vidas impactadas em 32.676.081 galinhas poedeiras ao ano** que, ao ser comparado com o número de galinhas poedeiras no Brasil (252.571.000), é quase 13% do total. Por isso, é muito importante que nosso trabalho continue sendo realizado para que as empresas mantenham seus compromissos e novas empresas assumam o mesmo compromisso.

Entendemos que **o processo de pandemia pode ter comprometido a transição de muitas empresas.** Isso pode ter feito com que muitas não nos respondessem de volta. Entretanto, ressaltamos que nosso trabalho visa justamente gerar dados que nos indiquem esses momentos de dificuldade. Assim podemos construir um panorama mais completo da situação e fornecer o suporte que esteja ao nosso alcance.

Considerando as empresas que nos responderam, notamos que **pouco mais da metade delas mostrou evolução em sua transição e que a maioria está ciente do seu prazo de finalização.** Isso nos indica um cenário razoavelmente positivo, dado o contexto de pandemia, embora talvez subestimado pelas poucas respostas que tivemos.

# 5. Conclusões

Entendemos que ainda faltam fornecedores de ovos livres de gaiolas para atender a demanda, principalmente em larga escala e para ovos processados. O projeto MIRA ([www.mira.org.br](http://www.mira.org.br)) é um exemplo de plataforma que tem trabalhado para sanar essa dificuldade e é o que temos usado como referência para ajudar as empresas. O alto custo dos ovos vindos do sistema livre de gaiolas, outro problema detectado, pode ser resultado dessa baixa disponibilidade de fornecedores. Acreditamos que, gradualmente e com trabalho de capacitação técnica dos fornecedores sobre o sistema livre de gaiolas, esse problema pode ser reduzido.

Por fim, planejamos a auditoria como um processo contínuo, de modo que as empresas podem reportar a ela em qualquer época do ano. Todas as informações que estamos obtendo são um material muito rico para planejarmos os próximos passos e ajudar as empresas a concluir suas transições e, assim, beneficiar milhões de galinhas a cada ano.

# 6. Apêndice

| Empresa          | Que ações a empresa pode tomar para garantir o bem-estar animal?  |
|------------------|---|
| Amor aos Pedacos | Utilizar insumos cage free; Conscientização interna constante; Conscientização dos clientes.  |
| Aurora Alimentos | <p>Treinamentos anuais em bem-estar animal para todos os envolvidos no processo produtivo (Veterinários, técnicos, Indústria, produtores, transportadores e motoristas e etc.); com entrega de material técnico informativo sobre os preceitos seguidos pela Aurora Coop, baseado no protocolo Welfare Quality.</p> <p>Dados de desempenho são enviados diariamente para cada área de competência; todos os manuais de produção da Cooperativa possuem os preceitos de bem-estar animal e são entregues a todos os produtores por meio de treinamentos técnicos, abordando e incentivando sempre as melhores práticas de manejo com os animais.</p> <p>Parceria com Universidade e outras Instituições no desenvolvimento de estudos internos sobre enriquecimento ambiental para estimular o comportamento natural da espécie. Protocolos estão sendo testados e implantados gradativamente nos sistemas de produção da Cooperativa.</p> |
| B.LEM            | Pesquisa de fornecedores; Educação Staff  |
| Barilla          | Substituição de ovos convencionais por ovos de galinhas livres de gaiolas.  |
| Brownie do Luiz  | Compra de Insumos de fornecedores certos.   |
| Carrefour        | <p>Publicação em 2020 do plano de progresso sobre o bem-estar animal, com vários compromissos adaptados às diferentes proteínas vendidas sob a marca própria.</p> <p>Compromisso sobre ovos livres de gaiolas: 100% até 2025 para marca própria e 100% até 2028 para marcas nacionais.</p> <p>Compromisso sobre auditorias nos frigoríficos que fornecem as principais proteínas para a marca própria: 100% dos frigoríficos auditados com a nossa grade de bem-estar animal até 2025 (até 2022 para a linha Sabor e Qualidade).</p>  |
| D'Macarons       | Conscientização sobre como o animal é tratado. Aumento na produção. Aumento na cadeia de produtores.  |
| DIA              | <p>Compromisso assumido em dez 2021 e políticas de bem-estar animal.</p> <p>Desenvolvimento de ações com foco no compromisso global do Plano de Sustentabilidade - desde 2021. Fornecedores com certificações e políticas de sustentabilidade, rastreabilidade de cadeia.</p>   |
| Ferrero          | <p>Cow welfare: To identify and demonstrate best practices in cow and calf welfare.</p> <p>Farm performance: To support efficient, resilient and ethical business practices.</p> <p>Environmental stewardship: To protect and enhance our shared environment.</p>   |
| Giraffas         | Comprar ovos de fornecedores/produtores que tenham o sistema cage-free.   |
| Siol Alimentos   | Adquirir produtos de fornecedores certificados em bem-estar animal.   |

# 6. Apêndice

| Empresa     | Que ações a empresa pode tomar para garantir o bem-estar animal?   |
|-------------|--|
| GPA         | <p>Temos, desde 2017, um compromisso de 100% da venda de ovos e nossas Marcas Exclusivas seja de ovos de galinhas livres de gaiola até 2025. Em 2020 estendemos nosso compromisso para todos os ovos, sendo portanto 100% da venda de todos os ovos (todas as marcas) sejam de galinhas livres de gaiola até 2028.</p> <p>Em 2020 divulgamos nossa Política de Bem Estar Animal, que traz nossos compromissos e diretrizes com a cadeia de ovos, e também nossos compromissos estendidos para outras cadeias, como suínos, frangos de corte e bovinos. A partir de nossos aprendizados, atuação com setores públicos e a sociedade civil, extensão dos compromissos e divulgação da Política, seguimos agora em um processo de engajamento e aplicabilidade dos compromissos com os fornecedores, realizando webinars, treinamentos, visitas e organizando auditorias in loco para verificação de nossas diretrizes e garantia de cumprimento.</p> |
| Grupo CHQ   | Fornecedores que trabalhem com ovos de galinhas livres; Canudos e colheres de papel; Copos e embalagens de papel.  |
| Hippo       | Avaliar fornecedores; Divulgar para os clientes; Agendar visita técnica para clientes e colaboradores.   |
| JBS         | <p>Adesão pública a compromissos de bem-estar animal.</p> <p>Políticas e diretrizes internas - Materiais e eventos de conscientização.</p> <p>Engajamento e troca de informações com as partes interessadas.</p>   |
| Makro       | <p>Implantação de programas de controle da rastreabilidade dos produtos.</p> <p>Política interna de bem-estar animal.</p> <p>Programa de doação de quebras de ração.</p>   |
| Marche      | <p>Completar a transição para venda/consumo de ovos-cage free.</p> <p>Assumimos o compromisso de comercializar somente carne suína (cortes e embutidos) de sistemas com porcas matrizes livres de celas de gestação (crate-free), em alojamento coletivo, em todas as nossas operações até 2028.</p>   |
| Nissin      | <p>Plano de migração para o uso de ovos cage free garantindo o prazo do compromisso assumido.</p> <p>Alinhamento com os fornecedores de ovos cage free para garantir o fornecimento.</p> <p>Certificação de produtos.</p>  |
| Premier Pet | <p>Uso de ovos cage free.</p> <p>Desenvolvimento de fornecedores de proteína com certificado de bem estar animal.</p> <p>Conscientização de bem estar pet.</p>   |
| Starbucks   | <p>Reformulação de produtos.</p> <p>Negociação com fornecedores para garantir insumo cage-free aos nossos produtores de alimentos que utilizam ovos na formulação.</p> <p>Capacitação e conscientização dos colaboradores em relação ao tema.</p>  |

# REALIZAÇÃO



# VIABILIZADO POR

