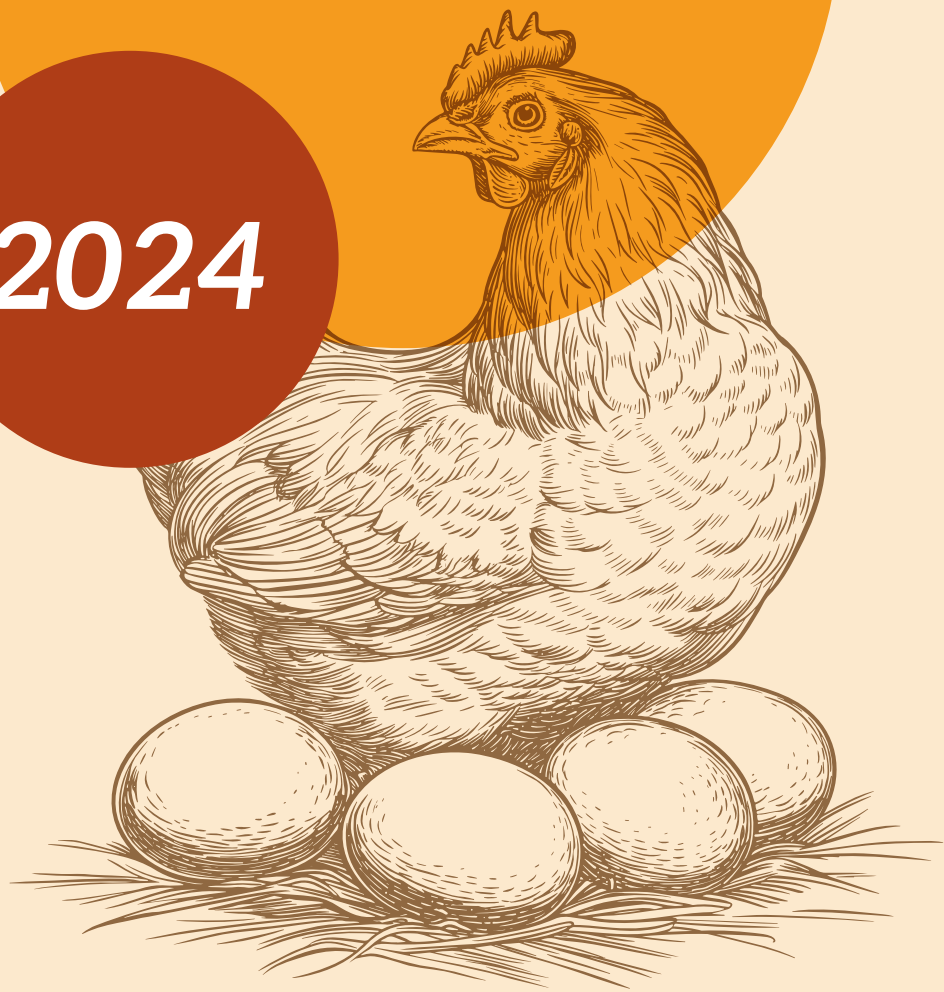




# EGGLAB

RELATÓRIO ANUAL

2024



FÓRUM  
NACIONAL DE  
PROTEÇÃO E  
DEFESA ANIMAL

## ***Nossa Equipe***

### **Elsa Helena Barreto**

Gerente Executiva & Angariação de Fundos

### **Lucas Galdioli**

Gerente da frente EggLab

### **Nathasha Freitas**

Coordenadora da frente EggLab

### **Eduarda Schuh**

Assessora da frente EggLab

### **Taylison Santos**

Diretor Executivo

### **Vânia de Fátima Plaza Nunes**

Diretora Técnica

### **Elizabeth Suzanne MacGregor**

Presidente



# Sumário

<b>Introdução</b> .....	4
<b>Objetivo do relatório</b> .....	5
<b>As empresas</b> .....	6
Empresas com compromisso público alvos de nosso contato .....	7
Empresas destaques de relacionamento e transparência .....	9
<b>Os resultados</b> .....	11
Empresas que responderam à Pesquisa EggLab em 2024 .....	12
Não utiliza mais ovos na produção: .....	12
Transição em andamento: .....	12
100% ovos livres de gaiolas: .....	12
Empresas que foram acompanhadas pelas nossas iniciativas: .....	13
Empresas destaque no acompanhamento em 2024 .....	13
Empresas que fizeram reporte público próprio até dezembro/24 .....	14
Comparativo por Setores .....	15
<b>2025: por que é um ano tão importante?</b> .....	17
<b>Metodologia do EggLab</b> .....	19
<b>O site</b> .....	21
<b>Evento: I Conexão Livre - Encontro de Produtores e Empresas do Mercado de Ovos Livres de Gaiolas</b> .....	22
<b>Conclusão</b> .....	24



# Introdução

O **EggLab** é o projeto do **Fórum Animal** responsável pelo acompanhamento de empresas em seus compromissos públicos com ovos livres de gaiola. A Pesquisa EggLab e o relatório anual EggLab são ferramentas de registro e de divulgação de nossas ações e do desempenho das marcas impactadas pela nossa comunicação.

Os compromissos públicos, assim como outros pactos que promovem bem-estar animal, sustentabilidade ou direitos humanos, são meios das empresas e instituições contribuírem com a sociedade de forma voluntária. No EggLab, trabalhamos com empresas publicamente comprometidas com o avanço de uma produção mais ética de ovos.

Nosso trabalho busca promover o bem-estar animal de galinhas poedeiras por meio da transformação do sistema de produção de ovos. Os ovos livres de gaiolas são uma alternativa ao padrão cruel da indústria convencional de ovos, que mantém galinhas confinadas em um espaço extremamente restrito durante toda a vida. A criação de poedeiras em gaiolas é uma prática que, além de adoecer esses seres, retira-lhes o direito de locomoção, de abrir suas asas, de ciscar e de interagir de forma harmoniosa com outros animais.

Em todo o mundo, soma-se bilhões de aves que servem à produção convencional de ovos. Esses animais são mantidos em um contexto de sofrimento extremo e baixo grau de bem-estar, por toda a vida, até a morte. A alternativa a essa produção (sem gaiolas) deve garantir que os animais passem, pelo menos por um período do dia, em um espaço livre para poder transitar e exercer seus

comportamentos naturais. Livrar essas aves das gaiolas gera aumento de qualidade de vida, saúde e maior bem-estar, reduzindo os danos da produção de ovos.

“

*Nosso trabalho busca promover o bem-estar animal de galinhas poedeiras por meio da transformação do sistema de produção de ovos.*

”

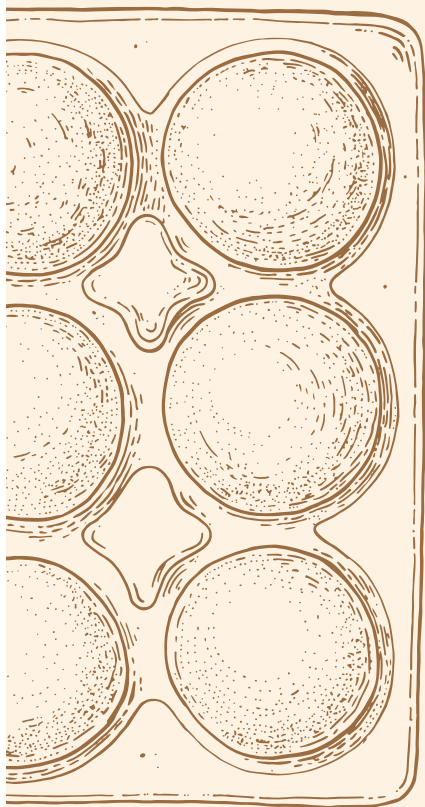
O comprometimento público das empresas em não utilizar mais ovos convencionais deve ser tratado com seriedade e responsabilidade. É essencial que o desempenho das marcas seja transparente e comunicado de forma clara durante todo o processo de transição. Nesse sentido, o EggLab busca viabilizar a transparência e encaminhar soluções para o cumprimento dos compromissos. Por meio do monitoramento contínuo e da disponibilização de soluções práticas, buscamos garantir que as metas estabelecidas sejam alcançadas de forma eficiente, consolidando uma produção mais ética e alinhada às expectativas da sociedade.

Nos últimos 5 anos, a Pesquisa EggLab exerce a função de transparecer e reconhecer publicamente os esforços das marcas. Ao explorarmos e registrarmos os progressos, as demandas, as dificuldades e as especificidades de cada empresa, nos tornamos parte imprescindível no avanço da produção livre de gaiolas. A viabilização da transformação que buscamos também ocorre por meio da captação e da divulgação de informações.

# Objetivo do relatório

“ O relatório EggLab não tem caráter denunciativo e nem se propõe a expor desempenhos negativos ou falta de responsividade de empresas.

”



O **relatório EggLab** tem como principal objetivo apoiar o avanço do sistema de produção de ovos livres de gaiolas, promovendo a transparência e incentivando práticas éticas no setor. Nossa equipe mantém diálogo ativo com empresas que assumiram compromissos públicos, avaliando seus processos de transição dentro do prazo estabelecido e oferecendo suporte para superar desafios específicos de cada organização.

Este **relatório** compila as informações coletadas, identifica problemas e apresenta soluções para impulsionar o progresso na implementação dos sistemas livres de gaiolas. Também tem como objetivo trazer reconhecimento para empresas com bom desempenho e publicizar quais marcas tiveram a possibilidade de transparecer e avançar no cumprimento do compromisso público, por meio de nosso trabalho.

O **relatório EggLab** não tem caráter denunciativo e nem se propõe a expor desempenhos negativos ou falta de responsividade de empresas. O foco de nosso projeto está, exclusivamente, em promover condições de progresso para os diferentes segmentos impactados. Prezamos pela boa relação e colaboratividade com a indústria, com produtores, com varejistas e outros atores envolvidos com o mercado de ovos. Dessa forma, seguimos avançando na transformação do cenário de bem-estar de galinhas poedeiras.

# *As empresas*

Nesta seção, listamos o nome das empresas com as quais a equipe EggLab relacionou-se ou buscou relacionamento durante o ano de 2024. O objetivo foi fortalecer parcerias, acompanhar o progresso no cumprimento de compromissos públicos com ovos livres de gaiolas e oferecer suporte para superar os desafios relacionados à transição.



## Empresas com compromisso público alvos de nosso contato:

1. 10 Pastéis
2. A Boa Terra
3. AB Brasil - AB Mauri (Associated British Foods)
4. Accor Hotels
5. Alsea
6. AM/PM
7. Amor aos Pedacos
8. Apetece
9. Apetit Serviços de Alimentação
10. Arcos Dorados
11. Atlântica Hotels (Hilton, Choice e Wyndham)
12. Aurora Alimentos
13. B.LEM
14. Bacio di Latte
15. Baked Potato
16. Banana Verde
17. Barilla
18. Beal/Festival
19. Benjamin a Padaria
20. Best Western
21. Bidfood
22. Bifum
23. Big Box
24. Big X Picanha
25. Bloomin' Brands/Outback
26. Bom Sabor
27. Botanikafé
28. Brazil Fast Food Corporation BFFC
29. BRF
30. BR Mania
31. Brico Bread
32. Brinker International
33. Brownie do Luiz
34. Bunge
35. Burguer King (RBI - Restaurant Brands International)
36. Cacau Show
37. Café Suplicy
38. Cannoli do Calimano
39. Cargill
40. Carnival Cruise Line
41. Carrefour
42. Carrefour/Grupo Big
43. Casa de Bolos
44. Casa do Pão de Queijo
45. Casa Santa Luzia
46. Casa Vovó Palmirinha
47. CeliVita
48. Cencosud
49. Cepêra
50. Choice Hotels (aglutinado Atlântica Hotels)
51. Cia Tradicional de Comércio
52. Ciao Pizzeria Napoletana
53. ClubMed
54. Consuma Alimentação Corporativa
55. Cristallo
56. D'Macarons
57. Danone
58. Darden Restaurants
59. De Nadai
60. DIA
61. Didio Pizza
62. Divino Fogão
63. Dr. Schär
64. Dr. Stanley
65. Dunkin' Donuts
66. Eggies
67. Empada Brasil
68. Faleiro
69. Fazenda Tapuio
70. Ferrero
71. Fogo de Chão
72. Forno de Minas
73. Fran's Café
74. Freddo
75. Gate Group
76. General Mills
77. Giraffas
78. GPA
79. Grand Hyatt
80. Granja Killer
81. GRSA (Compass Group)
82. Grupo Alento
83. Grupo Bimbo
84. Grupo Bimbo/ Aryzta
85. Chiquinho Sorvetes
86. Grupo CRM (Kopenhagen, Brasil Cacau, Lindt & Sprungli)
87. Grupo Fasano
88. Grupo Lemos Passos
89. Grupo LSG
90. Grupo Madero
91. Grupo Pandurata/Bauducco
92. Grupo Savencia
93. Grupo TrendFoods
94. Grupo Trigo
95. Grupo Z/Vó Alzira/Grão Espresso
96. Habib's
97. Halipar
98. Havanna
99. Hemmer
100. Hershey's

Continua

- |      |                                     |      |  |
|------|-------------------------------------|------|--|
| 101. | Hilton (aglutinado Atântica Hotels) | 155. | Olga Ri                                      |
| 102. | Hippo                               | 156. | Ovos Filippesen                              |
| 103. | Hotel Unique                        | 157. | Padaria dos Bebês                            |
| 104. | Intercity Hotels                    | 158. | Padaria Pet                                  |
| 105. | InterContinental Hotel Group IHG    | 159. | Pague Menos                                  |
| 106. | International Meal Company IMC      | 160. | Palladium Hotel                              |
| 107. | J. Macêdo                           | 161. | Panco  |
| 108. | Jamie's Italian                     | 162. | Parmeggio                                    |
| 109. | JBS                                 | 163. | Pastifício Primo                             |
| 110. | JHSF/Fasano/restaurantes Gero       | 164. | Patroni Pizza                                |
| 111. | Kellogg's                           | 165. | Pavioli                                      |
| 112. | Kempinski Hotels                    | 166. | PepsiCo                                      |
| 113. | Kerry Group                         | 167. | Pif Paf                                      |
| 114. | Kraft Heinz                         | 168. | Planalto Ovos                                |
| 115. | La Basque                           | 169. | Premiatta                                    |
| 116. | La Bella Gastronomia                | 170. | Premier Pet                                  |
| 117. | LC Adm. de Restaurantes             | 171. | Puratos                                      |
| 118. | Le Pain Quotidien                   | 172. | Raiar Orgânicos                              |
| 119. | Levapan                             | 173. | Raízs  |
| 120. | Lig-Lig                             | 174. | Ráscal                                       |
| 121. | Liv UP                              | 175. | Rede Leve Pizza                              |
| 122. | M. Dias Branco                      | 176. | Rei do Mate                                  |
| 123. | Makro                               | 177. | Restaurante América                          |
| 124. | Maní Manioca                        | 178. | Royal Caribbean                              |
| 125. | Mania de Churrasco                  | 179. | Santo Grão                                   |
| 126. | Mantiqueira                         | 180. | São Vicente                                  |
| 127. | Marche                              | 181. | Sapora                                       |
| 128. | Marfrig                             | 182. | Secale Orgânicos                             |
| 129. | Marilan/Casa Suíça                  | 183. | Siol Alimentos                               |
| 130. | Marriott Bonvoy                     | 184. | Sodexo                                       |
| 131. | McCain Foods                        | 185. | Special Dog                                  |
| 132. | Megamatte                           | 186. | Starbucks                                    |
| 133. | Mercadinhos São Luiz                | 187. | SuaviPan                                     |
| 134. | Minerva Foods                       | 188. | Subway                                       |
| 135. | Mini Kalzone                        | 189. | Super Nosso                                  |
| 136. | Mocotó                              | 190. | Supermercados São Vicente                    |
| 137. | Minor Hotels                        | 191. | Tea Connection                               |
| 138. | Mondelez                            | 192. | The Fifties                                  |
| 139. | Monster Dog                         | 193. | The Patties                                  |
| 140. | My Baker                            | 194. | UnidaSul                                     |
| 141. | Mr. Cheney                          | 195. | Unilever                                     |
| 142. | Mr. Fit                             | 196. | Varanda                                      |
| 143. | Mundo Verde                         | 197. | Veran  |
| 144. | Na veg Pizza                        | 198. | Vigor  |
| 145. | NaturalChef                         | 199. | Viking                                       |
| 146. | Nestlé                              | 200. | Wickbold                                     |
| 147. | Newrest                             | 201. | Wyndham Hotels (Aglutinado Atlântica Hotels) |
| 148. | Nissin                              | 202. | YouBurger                                    |
| 149. | Norwegian Cruise Line Brasil        | 203. | Yum  |
| 150. | Nozfit                              | 204. | Zaffari                                      |
| 151. | Nutfree                             |      |  |
| 152. | O Pastifício (Grupo Di Cunto)       |      |  |
| 153. | Oba Hortifruti                      |      |  |
| 154. | Ofner                               |      |  |



## Empresas destaques de relacionamento e transparência:



43% de ovos livres de gaiolas em suas lojas

Incentivo aos clientes pelo consumo de ovos de forma mais ética

Promove mudanças e acredita no potencial de desenvolver uma marca comprometida

O **Grupo Pão de Açúcar**, que hoje comercializa pelo menos 43% de ovos livres de gaiolas em suas lojas, reporta seu desempenho à Pesquisa EggLab todos os anos, desde 2021. Além disso, o grupo demonstrou que trabalha em diferentes setores, como compras e marketing, para promover avanços contínuos na transição para o consumo exclusivo de ovos livres de gaiolas. O GPA incentiva seus clientes a consumirem ovos de forma mais ética, por meio da comunicação e da busca de preços mais competitivos para esses produtos. Em outubro de 2024, o GPA esteve com o EggLab em nosso evento, I Conexão Livre - Encontro de Produtores e Empresas do Mercado de Ovos Livres de Gaiolas. O grupo apresentou “Desafios e oportunidades na procura de fornecedores de ovos livres de gaiolas” e direcionou caminhos possíveis para outras empresas e instituições presentes. O GPA ganha destaque por promover mudanças, sobretudo, por acreditar no potencial de desenvolver uma marca comprometida com demandas da sociedade.

A **Special Dog**, que hoje usa 100% de ovos livres de gaiolas em sua produção de alimentos para cães e gatos, ganha destaque por demonstrar responsabilidade com o compromisso público com ovos livres de gaiola em diferentes instâncias. Desde o rigor em implementar a mudança em sua cadeia de compras até à valorização de ações que promovem a causa adotada pela empresa. No primeiro ano de relacionamento com a marca, observamos a disponibilidade para apoiar as demandas da sociedade civil, questionando e impulsionando outras empresas a agirem de forma mais ética como forma de comprovar responsabilidade e vontade de transformação. A Special Dog foi uma das empresas que participou do nosso debate sobre “Desafios na produção e comercialização de ovos para empresas da indústria alimentícia”, em nosso evento I Conexão Livre - Encontro de Produtores e Empresas do Mercado de Ovos Livres de Gaiolas.



100% de ovos livres de gaiolas em sua produção

Disponibilidade para apoiar as demandas da sociedade civil



**100% de ovos livres de gaiolas em sua produção**

**Reporta o desempenho de seu compromisso público à EggLab desde 2023**

A **Padaria dos Bebês** ganha destaque pela criatividade e cuidado com a sua produção, inclusive, ao escolher a origem de sua matéria-prima de forma ética. A Padaria dos Bebês utiliza 100% de ovos livres de gaiola em seu processo produtivo e reforça a importância de criar alternativas para as dificuldades de aquisição ou nos preços dos produtos, em nome de seus princípios e do bem-estar animal. A marca reporta o desempenho de seu compromisso público à EggLab desde 2023 e esteve presente em nosso evento, I Conexão Livre - Encontro de Produtores e Empresas do Mercado de Ovos Livres de Gaiolas, apresentando os “Desafios na produção e comercialização de ovos para empresas da indústria alimentícia” no contexto de sua produção.

A **Premier Pet** ganha destaque pela transparência e constância na busca do cumprimento de seu compromisso público. A empresa nos reporta seus avanços e desafios, na transição do consumo de ovos, desde 2020. Ao longo dos últimos anos, nos apresentou a porcentagem anual de ovos livres de gaiolas utilizadas e o cenário que se encontravam. Em 2020, a Premier Pet utilizava 18% de ovos livres de gaiola, em 2021 avançou para 50%, em 2022 para 80%, em 2023 para 99% e, em 2024, concluiu a transição e cumpriu com seu compromisso público de forma transparente e exemplar.

**PremierPet**<sup>®</sup>  
TEMPO DE NUTRIR. DE VERDADE.

**Transparência e constância**

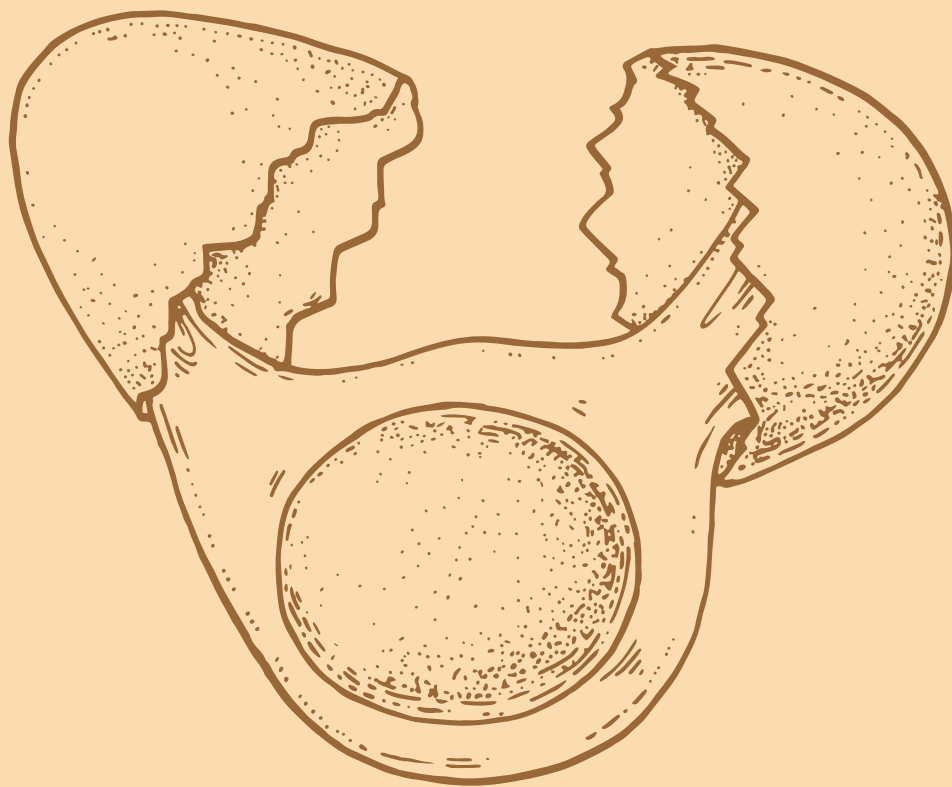
**Reporta avanços e desafios na transição de consumo de ovos, desde 2020**

**99% de ovos livres de gaiolas em sua produção**



# Os resultados

Nesta seção, listamos os resultados relacionados à participação de empresas na Pesquisa EggLab, em respostas recolhidas durante o ano de 2024.



# Empresas que responderam à Pesquisa EggLab em 2024:

1. Accor Hotels - 2024
2. Aurora Alimentos - 2025
3. Barilla - 2020
4. Beal/Festval - 2022
5. Bifum - 2025
6. Botanikafe - 2024
7. BRF - 2025
8. Brownie do Luiz - 2025z
9. Casa do Pão de Queijo - 2025
10. Didio Pizza - 2025
11. Divino Fogão - 2025
12. Ferrero - 2025
13. GPA - 2028
14. Granja Killer - 2025
15. Hotel Unique - 2025
16. Hippo - 2026
17. International Meal Company IMC- 2025
18. JBS - 2025
19. Lig-Lig - 2025
20. Nissin - 2025
21. Padaria dos Bebês - 2017
22. Planalto Ovos - 2022
23. Premier Pet - 2025
24. Santo Grão - 2019
25. Special Dog - 2023
26. Forno de Minas - 2025
27. AB Brasil - 2028
28. Fogo de Chão - 2025
29. Club Med - 2027
30. Mania de Churrasco - 2025



## Não utiliza mais ovos na produção:

Bifum

3,3%  
1/30

## 100% ovos livres de gaiolas:

Aurora Alimentos  
Barilla  
Beal/Festval  
Botanikafé  
BRF  
Fogo de Chão

Granja Killer  
Hotel Unique  
Lig-Lig  
Mania de Churrasco  
Nissin  
Padaria dos Bebês

Planalto Ovos  
Premier Pet  
Santo Grão  
Special Dog

53,33%  
16/30

## Transição em andamento:

AB Brasil (25%)  
Accor Hotels (0%)  
Brownie do Luiz (10%)  
Casa do Pão de Queijo (0%)  
ClubMed (ovos inteiros: 29%; processados: 70%)  
Didio Pizza (ovos inteiros: 20%; processados: 100%)  
Divino Fogão (ovos inteiros: 45%; processados: 7%)

Ferrero (93%)  
Forno de Minas (1%)  
GPA (43%)  
Hippo Supermercados (ovos inteiros: 70%; processados: 5%)  
IMC - International Meat Company (98%)  
JBS (45%)

43,33%  
13/30

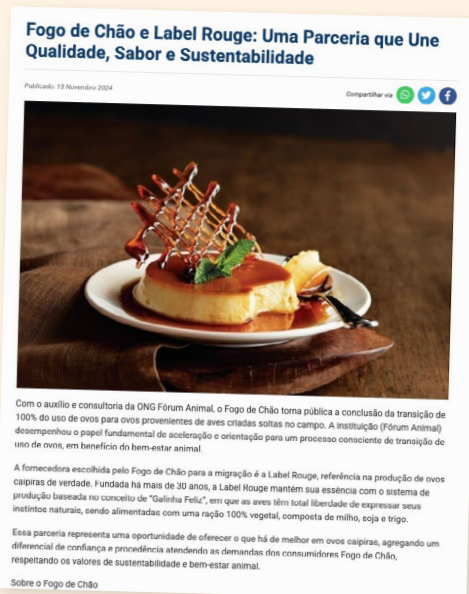
## Empresas que foram acompanhadas pelas nossas iniciativas:

Em 2024, pelo menos 11 empresas solicitaram o auxílio e as ferramentas de nossas frentes de trabalho, EggLab e Iniciativa MIRA. Todas essas empresas tiveram o nosso retorno e disposição para auxiliá-los no avanço na transição para o uso de ovos livres de gaiolas dentro do prazo estipulado no compromisso público. Seguimos abertos e trabalhando para viabilizar os processos de transição do uso de ovos, de acordo com a necessidade de cada marca. Destacamos, a seguir, empresas que obtiveram sucesso no avanço do compromisso em colaboração com as nossas iniciativas.

## Empresas destaque no acompanhamento em 2024:

### FOGO DE CHÃO BRAZILIAN STEAKHOUSE

**Fogo de Chão:** durante 2024, as equipes EggLab e Iniciativa MIRA trabalharam junto ao Fogo de Chão em busca da superação dos desafios da marca para o cumprimento do compromisso público. O Fogo de Chão trouxe as dificuldades logísticas com fornecedores e de cotação de preços para a mudança do consumo de ovos. Nossa equipe trabalhou para orientar a empresa de forma eficiente e consciente. Dessa forma, ao reforçarmos o impacto ético e social do cumprimento do compromisso, evidenciando a qualidade na relação com os consumidores, o Fogo de Chão investiu esforços para concluir a transição. Ao final de 2024, a empresa anunciou e reportou 100% do uso de ovos livres de gaiola em sua produção.



[Acesse aqui a matéria completa](#)

### AB | BRASIL

**AB Brasil:** a equipe da Iniciativa MIRA esteve presencialmente na planta da AB Brasil em 2024 e pode dialogar sobre os caminhos para a transformação do consumo de ovos da empresa (que ultrapassa o volume de 189.000.000 de unidades por ano). A empresa firmou o compromisso público de transição do consumo para 100% de ovos livres de gaiola até 2028. Em 2024, a multinacional reportou à Pesquisa EggLab o avanço na transição para o uso de 25% de ovos cage-free em sua produção.



**Compromisso de transição do consumo para 100% de ovos livres de gaiola até 2028**

## Empresas que fizeram reporte público próprio até dezembro/24

Clique e confira:

 <p>Arcos Dorados</p> <p>39% 2025</p>	 <p>Global - 100% 2025</p>	 <p>100% 2023</p>	 <p>32% dos ovos inteiros e 67% dos ovos líquidos 2025</p>
 <p>94.1% 2025</p>	 <p>64,3% 2028</p>	 <p>80% 2025</p>	 <p>LATAM - 39% 2025</p>
 <p>100% 2025</p>	 <p>46% 2025</p>	 <p>100% dos ovos inteiros e 10% dos ovos processados 2025</p>	 <p>100% 2024</p>
 <p>North America - 28% Latin America - 5% 2025</p>	 <p>42,04% 2025</p>	 <p>100% 2025</p>	 <p>LATAM - 34% Europa e México - 86% 2025</p>
 <p>84% 2022</p>	 <p>55% 2025</p>	 <p>LATAM - 0% North America - 7% 2030</p>	 <p>Brasil - 43,73% dos ovos inteiros 28,43% dos ovos líquidos 2025</p>
 <p>80% 2025</p>	 <p>35% 2028</p>	 <p>LATAM - 47% Global - 79% 2025</p>	 <p>48% 2025</p>

## Comparativo por Setores

Em 2024, entre as sete categorias analisadas, apuramos que **dois setores concentram 69% das 194 marcas no Brasil** que assumiram compromissos públicos de eliminar o uso ou a produção de ovos provenientes de sistemas de confinamento de galinhas poedeiras em gaiolas: **restaurantes (38%; 74/194)** e **indústria (31%; 60/194)**.

Em **Restaurantes** englobamos empreendimentos de pequeno, médio e grande porte e também franquias com larga distribuição no território nacional. Em **Indústria**, que inclui principalmente itens de panificação e alimentos processados que levam ovos como ingrediente, seja inteiros, processados ou subprodutos. Dois setores importantes que consomem grandes volumes da produção nacional de ovos e contribuem para fortalecer esse movimento.

O comparativo pode ser visto com maiores detalhes no gráfico abaixo.



Em **Refeição Coletiva** incluímos empresas que prestam serviços de fornecimento de alimentação para outras empresas de diferentes portes. Já em Turismo, incluímos marcas que prestam serviços de hotelaria em diferentes modalidades, companhias aéreas, cruzeiros e outros empreendimentos afins. Por fim, em Conveniência, incluímos especificamente redes que agregam pequenos varejos e refeições em modais de transporte, principalmente em postos de gasolina.

Gostaríamos de destacar a necessidade de aumentar a adesão de dois setores estratégicos às políticas de sustentabilidade e bem-estar animal através dos compromissos cage-free, para conseguir promover a melhora da qualidade de vida das galinhas poedeiras. Esses setores são:

### **Varejo (10%)**

Em geral, incluindo Atacadistas e Atacarejos, é fundamental tanto para aumentar o acesso a uma maior parcela dos consumidores finais aos ovos cage-free quanto para promover o conhecimento das diferenças entre os sistemas de produção e seus efeitos nas vidas dos animais para essa parcela da população.

Além disso, dado o expressivo volume de ovos consumido por este setor, o aumento do número de varejistas e atacadistas comprometidos com sistemas livres de gaiolas contribui significativamente para alavancar a demanda por esse tipo de produto. Esse movimento, por sua vez, incentiva cada vez mais produtores convencionais a realizarem a transição para sistemas de produção mais éticos e sustentáveis, promovendo uma transformação positiva em toda a cadeia produtiva.

### **Produtores (4%)**

Nosso objetivo é incentivar mais produtores a abolirem o uso de gaiolas em bateria, promovendo um sistema de produção mais ético e sustentável. Atualmente, há uma oportunidade significativa para produtores interessados em estabelecer parcerias como fornecedores das empresas listadas neste relatório, que estão em processo de transição para o uso de ovos livres de gaiolas. É igualmente crucial garantir que, a médio e longo prazo, existam fornecedores suficientes para sustentar os avanços alcançados após a transição de todas essas empresas.

No entanto, enfrentamos grandes desafios nos próximos anos. Entre eles, destacam-se a cadeia pulverizada de pequenos produtores livres de gaiolas, as dificuldades logísticas de fornecimento para diferentes regiões do país e a falta de clareza de grande parte dos consumidores sobre as condições de confinamento a que os animais são submetidos nas granjas convencionais.

Apesar dessas barreiras, estamos confiantes de que, com tempo e esforço coletivo, será possível superar esses obstáculos e alcançar o objetivo final de transformar o sistema de produção de ovos no Brasil, promovendo o bem-estar animal e atendendo à demanda crescente por práticas mais responsáveis.



# 2025: por que é um ano tão importante?

A luta pela transição do sistema de produção de ovos vem, há anos, acontecendo e progredindo, por meio da persistência da sociedade civil organizada e das empresas comprometidas com a pauta.

Os avanços e o trabalho em todos os anos até aqui e nos anos que virão são igualmente importantes e indispensáveis. No entanto, 2025 tem sua relevância destacada por marcar eventos que impactam o cenário brasileiro e internacional da produção de ovos cage-free.



Em 2025, pelo menos 130 empresas com atuação em território brasileiro, devem concluir a transição de seus compromissos de produção, uso e/ou comercialização de ovos para 100% de ovos livres de gaiolas. Essas empresas se somam às 1007 empresas ao redor do mundo que possuem o compromisso de transição com prazo para 2025, de acordo com a plataforma ChickenWatch.

Essa data limite foi definida na divulgação do compromisso público de cada uma das empresas, que decidiram um prazo para realizarem a transição. As marcas tiveram em média 5 anos para modificarem o consumo de ovos, da data do início do compromisso até 2025. Comparativamente, o número de empresas (130) que devem finalizar compromissos em 2025 é muito expressivo, uma vez que, em 2024, 6 compromissos venceram para marcas atuantes no Brasil. Em 2023, somou-se 7 vencimentos de prazo. Portanto, 2025 será o ano que irá indicar o quanto as empresas levaram a sério o compromisso público realizado com a sociedade e a importância que o bem-estar animal e a sustentabilidade têm para as suas marcas.

Ainda, outro evento que promete impactar mundialmente a indústria de ovos em 2025 está relacionado ao vencimento do prazo das legislações de bem-estar animal de 7 novos estados dos Estados Unidos. Nesses territórios, a legislação do Estado proibiu a produção e a comercialização de produtos provenientes da criação de animais em gaiolas. Em Massachusetts e na Califórnia, desde 2022, legislações semelhantes estão vigentes. No Colorado, desde 2023.

Portanto, em 2025, esperamos uma mobilização massiva para o sucesso desses compromissos e legislações. A sociedade civil deve cobrar os Estados e as empresas, trabalhando em conjunto com as instituições responsáveis pela legitimidade desse processo.

Espera-se que em 2025, mais do que nunca, as empresas sejam transparentes e aproveitem as condições construídas nos anos anteriores para o cumprimento dos compromissos assumidos. Devemos chegar ao final deste ano com um grande volume de boas notícias e de progresso!

“

*Em 2025, pelo menos 130 empresas com atuação em território brasileiro, devem concluir a transição de seus compromissos de produção, uso e/ou comercialização de ovos para 100% de ovos livres de gaiolas.*

”

# Metodologia do EggLab

Todos os anos, o EggLab busca comunicar-se e estabelecer um vínculo de colaboração com as empresas que já têm compromisso público firmado com a transição para o uso de ovos livres de gaiola e atuam em território nacional.



Para as **204 empresas alvos de nossa comunicação**, foram feitas várias tentativas de primeiro contato, em diferentes canais de comunicação. Durante todo o ano, o investimento na comunicação com as empresas foi dividido por critérios de priorização, considerando a situação individual do compromisso de cada empresa. Exemplo disso é a proximidade do vencimento do prazo final de transição, diante da inexistência de reporte público, e a dimensão do volume de ovos e de animais impactados por cada compromisso.

“

*Nossa comunicação busca estimular o reporte público e oferecer suporte e soluções às empresas nos desafios da transição do uso de ovos*

”

Nossa comunicação busca estimular o reporte público e oferecer suporte e soluções às empresas nos desafios da transição do uso de ovos. Para isso, recolhemos respostas por meio da Pesquisa EggLab, que dispõe de um questionário qualificado para a compreensão das necessidades e potencialidades para o cenário dos compromissos públicos. Além disso, a Pesquisa EggLab é uma oportunidade de transparecer publicamente a posição do compromisso público, que acontece por meio da publicação dos avanços em nosso site.

O início do processo de contato e de recolhimento de respostas para a pesquisa é divulgado anualmente nas redes sociais do Fórum Nacional de Proteção e Defesa Animal, como convite às empresas a serem transparentes. Os canais de comunicação selecionados para contato com as empresas foram: e-mails, LinkedIn, WhatsApp, telefonemas e os serviços de “fale conosco” das próprias empresas.

Dos contatos que retornaram, seguimos em abordagem individual para decidir os encaminhamentos, para o sucesso do reporte público e avanço do compromisso. Compreendemos que responder o questionário e manter abertura em canais de comunicação evidencia o grau de transparência da empresa e responsabilidade com os consumidores e a sociedade civil.

# O site

Em 2022, o Fórum Animal estruturou as ações do EggLab em um site próprio. Neste site é possível acompanhar o desempenho das empresas auditadas ao longo do ano e também o relatório dos resultados obtidos nas auditorias dos anos anteriores. Além disso, o acesso ao questionário da Pesquisa EggLab está disponível em nossa página, bem como as perguntas em formato PDF para a visualização prévia. O conteúdo do site pode ser encontrado em <https://www.egglab.org.br/>



# ***Evento: I Conexão Livre - Encontro de Produtores e Empresas do Mercado de Ovos Livres de Gaiolas***



Junto à Iniciativa MIRA, o EggLab trabalhou na promoção de um evento inédito no setor da avicultura de postura, no dia 10 de Outubro de 2024, em São Paulo/SP. Essa foi a primeira edição do I Conexão Livre - Encontro de Produtores e Empresas do Mercado de Ovos Livres de Gaiolas.

O evento teve como principal objetivo conectar empresas que utilizam ovos/ovos livres de gaiolas com os respectivos produtores, promovendo a troca de experiências e a construção de parcerias estratégicas. Além disso, buscou-se aprofundar o conhecimento sobre o mercado de ovos livres e a promoção de práticas mais éticas e sustentáveis na produção avícola.

Contamos com a participação de 66 ouvintes, incluindo produtores, representantes de empresas certificadoras, varejistas, processadores de ovos, representantes de empresas de genética, fornecedores de equipamentos, estudantes e consultores.

O convite de nosso evento foi amplamente divulgado entre as empresas com compromisso público com a transição para ovos livres de gaiola, a fim de promover oportunidades de avanço e conclusão da transição.



[Acesse aqui a matéria completa](#)



[Acesse aqui o relatório](#)

# Conclusão

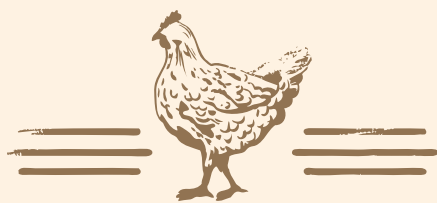
O trabalho do EggLab em 2024 trouxe avanços no relacionamento e acompanhamento do processo de transição do consumo das empresas para ovos livres de gaiola. Neste último ano, 16 empresas brasileiras reportaram à Pesquisa EggLab que concluíram ou mantiveram 100% do uso de ovos livres de gaiolas. Outras 14 empresas seguem trabalhando para o avanço e para contornar os desafios da transição.





De acordo com os resultados de 2024, em análise conjunta aos resultados de anos anteriores, conclui-se que as empresas mais transparentes e colaborativas com a sociedade civil são as melhores sucedidas no cumprimento dos compromissos. A postura colaborativa impacta na abertura de possibilidades comerciais, logísticas e de relações públicas, possibilitando o progresso no processo de transição. Dessa forma, marcas que transparecem, progridem e cumprem o compromisso para um uso mais ético de ovos, são reconhecidas pelos consumidores por sua responsabilidade e seus valores.

O exercício de transparência também aconteceu em 2024 por meio da divulgação por canais próprios das empresas. Pelo menos 21 empresas, das 204 acompanhadas pelo EggLab, reportaram atualizações sobre o compromisso com ovos livres de gaiola em 2024.



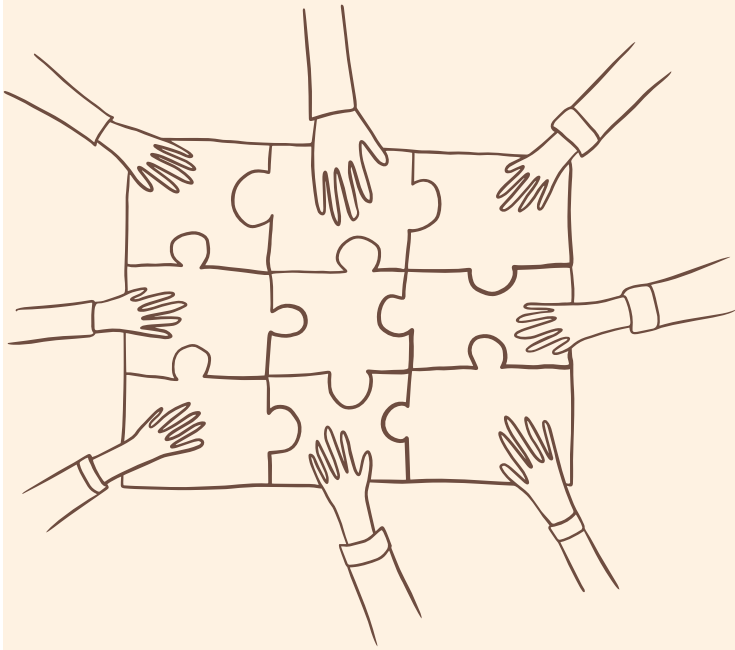
## CAGE FREE

***Das 30 que reportaram ao EggLab em 2024, 16 empresas brasileiras já alcançaram 100% de uso de ovos cage-free, enquanto outras 14 seguem avançando na transição. Além disso, 24 empresas fizeram reporte público próprio.***



No último ano, nossa equipe buscou superar desafios relacionados à falta de responsabilidade das empresas, à interrupção da comunicação e à descontinuidade nas soluções oferecidas. O volume acentuado de empresas alvos de nossa auditoria tornou as buscas por respostas ainda mais desafiadoras. Acreditamos que o vencimento de mais de 50% dos prazos em 2025 torna a importância da responsabilidade e transparência ainda maior, podendo ajuizar a integridade dessas empresas.

Para contornar isso, diversificamos nossos canais de comunicação, oferecemos suporte técnico junto à Iniciativa MIRA, encaminhamos informativos de conscientização, convidamos empresas para nosso evento presencial e indicamos a Pesquisa EggLab como uma forma de, não só reportar, mas solucionar as dificuldades de cada companhia. As empresas que dispuseram de transparência e trabalharam conosco em 2024 conquistaram êxito e a compreensão do valor intrínseco de praticar um consumo que preza pelo bem-estar animal.



Nesse sentido, o esforço da sociedade civil, junto às empresas, mostra-se fundamental para o processo de transformação da produção de ovos e a vida de galinhas poedeiras. A cobrança coletiva para o cumprimento dos compromissos impulsiona a ação e a busca pela superação de desafios. A conscientização sobre o impacto da mudança do comportamento de consumo sobre a vida dos animais também é parte da totalidade do progresso nesse contexto. As diferentes instâncias da sociedade, na comunicação, na produção científica, no consumo, na política institucional e na luta coletiva pelo bem-estar animal são peças fundamentais para alcançarmos o que buscamos



Conclui-se, portanto, que em 2024 tivemos oportunidades inéditas e fundamentais para mapear e contribuir com os compromissos públicos com ovos livres de gaiola e também para elaborar prognósticos para o ano de 2025. O EggLab coloca-se, mais uma vez, à disposição das marcas que estão em busca de transparecer e solucionar os compromissos públicos. Nossa equipe multidisciplinar está preparada para diferentes demandas e segue valorizando o diálogo e a vontade de transformação em nome do bem-estar animal.

