**Preferencje szwajcarskich konsumentów zwiększają krajową produkcję drobiu**

**Według ostatniego badania przeprowadzonego przez Federalne Biuro Rolnictwa, konsumenci w Szwajcarii wyraźnie preferują jaja i mięso drobiowe pochodzenia szwajcarskiego i są skłonni płacić za nie znacznie więcej. Ta wzrastająca preferencja jest skutkiem rozwoju krajowego przemysłu. Jakie czynniki odegrały rolę w tej szwajcarskiej preferencji dla rodzimych produktów i jak wpływa to na szwajcarski sektor kur niosek i brojlerów?**

Udział krajowego mięsa drobiowego i jaj sprzedawanych na rynku szwajcarskim stopniowo wzrastał w ostatnich dziesięcioleciach, ponieważ konsumenci w kraju coraz częściej wyrażali preferencje dla żywności produkowanej lokalnie. Zgodnie z ostatnim badaniem, trzy czwarte konsumentów preferuje jaja produkowane lokalnie, a ponad połowa respondentów woli spożywać mięso drobiowe produkowane na szwajcarskiej ziemi. Wspieranie szwajcarskich rolników jest wymieniane jako główny powód, wraz z faktem, że dobrostan zwierząt, środowisko i najwyższa jakość szwajcarskich produktów są dla nich ważne. Szwajcarzy są również skłonni płacić nawet 3 lub 4 razy więcej za postrzegane jako wysokiej jakości i przyjazne zwierzętom produkty szwajcarskie niż za produkty importowane.

Rodzaje konsumentów

Według dr Gianny Lazzarini z Instytutu Badań nad Rolnictwem Ekologicznym FiBL w Szwajcarii wielu konsumentów w Szwajcarii obawia się o pochodzenie produktów żywnościowych, ich składników i oznakowanie i jest skłonnych zapłacić więcej za lepszą jakość. Ale są też konsumenci wrażliwi na ceny, których zachowania zakupowe są głównie związane z ceną. Jak wyjaśnia dr Lazzarini, "szwajcarscy konsumenci cenią sobie tak zwaną 'szwajcarskość' produktów. Powszechnie uważa się, że produkty z naszego kraju są najwyższej jakości. Ten efekt halo jest bardzo silny."

"Oczywiście, nie ma tylko jednego rodzaju konsumenta w Szwajcarii", zgadza się Cornel Herrmann z Federalnego Urzędu Rolnictwa (FOAG). "W Szwajcarii jest rynek na tańsze, importowane jaja." W porównaniu z jajami szwajcarskimi, cena importowanych jaj jest niska, ale ograniczenia w budownictwie nie są tak surowe, jak te wynikające z przepisów szwajcarskich. "Liczba konsumentów wrażliwych cenowo w Szwajcarii jest znacznie mniejsza niż w większości innych krajów. Szwajcarscy konsumenci są bardzo zainteresowani produktami ekologicznymi i wysokiej jakości i są skłonni zapłacić znacznie wyższą cenę za produkty ekologiczne". W 2018 r. na szwajcarskim rynku detalicznym świeże ekologiczne jajo ze Szwajcarii kosztowało trzykrotnie więcej niż importowane jajo, konsumenci płacili odpowiednio 81 i 24 centy za jedno jajo.

Przywóz produktów drobiowych jest tańszy

Większość produktów importowanych jest zazwyczaj znacznie tańsza od tych produkowanych na szwajcarskiej ziemi. Sektor rolniczy zauważa, że te wyższe koszty wynikają z faktu, iż producenci szwajcarscy muszą spełniać bardziej rygorystyczne wymogi prawne niż ich zagraniczni konkurenci, zwłaszcza w zakresie dobrostanu zwierząt i systemów utrzymania. Również ceny produkcji są na ogół wyższe niż te, które są stosowane za granicą. Szwajcarskie taryfy przywozowe na żywność i napoje mają na celu ochronę lokalnych rolników, którzy na ogół mają mniejsze gospodarstwa niż międzynarodowi konkurenci.

Opracowano jednak odpowiednie plany operacyjne dla rynku drobiarskiego, ponieważ Szwajcaria nie jest w stanie zaspokoić zapotrzebowania kraju tylko z produkcji krajowej. "Taryfy importowe są ważne dla szwajcarskiego rynku rolnego", mówi Cornel Herrmann, "ale rynek mięsa drobiowego i jajecznego zależy od importu, więc ograniczona ilość tych produktów może być importowana po niższej stawce podatkowej".

Stabilności w sektorze sprzyja system umów oraz ścisła współpraca między producentami i nabywcami. Importowane jest tylko to, czego potrzebuje rynek. Średnio 37% jaj jest importowanych. "Na rynku jaj i mięsa drobiowego możemy regulować importowaną podaż". Rynki mięsa drobiowego i jaj są w pełni zintegrowane w całym łańcuchu wartości. Ponieważ produkcja jaj może być łatwo planowana i regulowana, a producenci i nabywcy ściśle ze sobą współpracują, liczba importowanych jaj może być dostosowana do oczekiwanej produkcji krajowej", wyjaśnia Hermann.

Zmieniający się rynek

Rynek się zmienia. "Sprzedaż jaj z chowu ściółkowego spadła w ostatnich latach", kontynuuje Hermann, "podczas gdy sprzedaż jaj ekologicznych i z chowu na wolnym wybiegu wzrasta. Wpływ na to miały również 2 duże szwajcarskie sieci handlowe, które w dużej mierze dominują na rynku. Jedna z nich zapowiedziała, że za kilka lat segment jaj w skorupkach będzie całkowicie pozbawiony jaj z chowu ściółkowego. To z pewnością miało wpływ na system produkcji".

Pomieszczenia przyjazne dla zwierząt

Minimalne wymagania dotyczące pomieszczeń dla kur niosek i brojlerów są określone w ustawodawstwie federalnym. Ponadto, poprzez wykorzystanie dotacji, federalne programy ochrony zwierząt promują w szczególności systemy pomieszczeń przyjaznych dla zwierząt i regularny dostęp do terenów na zewnątrz. W ten sposób popularne stało się stosowanie systemów zewnętrznych dla kur niosek. Ekologiczni hodowcy drobiu otrzymują 42 centy za każde jajo, hodowcy utrzymujący stada na wolnym wybiegu i w chowie ściółkowym zarabiają 22 centy za każde jajo. "Szwajcaria wprowadziła zakaz stosowania konwencjonalnych klatek już w 1992 roku - 20 lat przed Unią Europejską - i również nie zezwoliła na stosowanie klatek ulepszonych. Bardzo wysoki poziom dobrostanu zwierząt w połączeniu z wysokim odsetkiem kur niosek chowanych na wolnym wybiegu są jednymi z głównych powodów, dla których szwajcarscy konsumenci preferują mięso drobiowe i jaja produkowane w kraju", mówi Andreas Gloor z Aviforum. "Gęstość obsady dla brojlerów jest niska i stosowane są przyjazne dla zwierząt systemy chowu". Generalnie 92% niosek i 97% brojlerów jest trzymanych w przyjaznych zwierzętom kurnikach z ogrodami zimowymi".

Konsumenci mają zaufanie do jednostek certyfikujących

Dobrostan zwierząt jest z pewnością ważnym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji o zakupie przez wielu szwajcarskich konsumentów. Według dr Gianny Lazzarini, to właśnie heurystyka odgrywa znaczącą rolę w zachowaniach zakupowych. "Bardziej chodzi o to, by zakładać, że istnieje dobry dobrostan zwierząt, niż o to, by wiedzieć, jakie są różnice między oznaczeniami, jeśli chodzi o dobrostan zwierząt". Badania przeprowadzone pod koniec lat dziewięćdziesiątych1 i w 2009 r.2 wykazały, że szwajcarscy konsumenci nie wiedzą zbyt wiele o różnicach między żywnością ekologiczną a żywnością pochodzącą z innych systemów produkcji. Konsumenci ekologiczni mają jedynie mgliste pojęcie o różnicach między produktami ekologicznymi i nieekologicznymi. Niewielka była dogłębna wiedza na temat szczegółów norm ekologicznych, ale istniało ogólne poczucie wiary w system kontroli stojący za tymi normami, szczególnie gdy uczestnicy badania uważali, że etykieta odnosiła się do szwajcarskiego standardu. "Podobnie jak większość konsumentów w innych krajach, szwajcarscy konsumenci nie znają dokładnych kryteriów, ale mają duże zaufanie do szwajcarskich jednostek certyfikujących przy zakupie produktów ekologicznych", wyjaśnia dr Lazzarini. Ponadto ich obraz idyllicznych szwajcarskich gospodarstw rolnych z kilkoma zwierzętami pasącymi się na górskich pastwiskach jest wzmocniony i mocno promowany w reklamach wielkich detalistów. Pewną rolę odgrywa również fakt, że drobni rolnicy są z reguły bardziej widoczni dla konsumentów - jako sklepy rolnicze, targowiska rolników, jak również poprzez wizyty w gospodarstwach (wszystkie one przybliżają im życie w gospodarstwie).

Wsparcie dla rolników krajowych

Szwajcarscy konsumenci są skłonni wspierać i chronić swoich własnych rolników. "Istnieje powszechna zgoda co do tego, że ważne jest wspieranie naszych własnych rolników. Gdyby to był wolny rynek, szwajcarscy rolnicy nie mieliby szans, wszyscy jesteśmy tego świadomi. Oczywiście w jakiś sposób dostosowaliby się do rynku, ale prawdopodobnie zmieniłoby to cały nasz system rolny, jaki teraz znamy. Tak więc w Szwajcarii uważa się za słuszne kupowanie produktów wytwarzanych lokalnie i wielu szwajcarskich konsumentów jest skłonnych zapłacić za nie wyższą cenę", mówi dr Lazzarini.

Mentalność "im taniej, tym lepiej" nigdy nie była dużym problemem w szwajcarskiej kulturze", mówi Cornel Herrmann. "Niskie ceny w supermarketach są nadal słabo rozwinięte w tym kraju." Jako powód, dla którego szwajcarscy konsumenci płacą wyższą cenę, zauważył on również niewielkie rozmiary szwajcarskich ferm drobiu. W Szwajcarii nie więcej niż 18.000 kur niosek jest dopuszczonych do chowu na wolnym wybiegu i w oborach. Maksymalna dopuszczalna liczba kur niosek na fermach ekologicznych wynosi 4.000. Inicjatywa przeciwna intensywnemu chowowi zwierząt na dużą skalę zostanie za kilka lat poddana pod głosowanie w całym kraju. Herrmann określa to zagadnienie jako "negatywnie skażone", ponieważ wielu obywateli szwajcarskich uważa, że fermy wielkopowierzchniowe nie odpowiadają szwajcarskiej kulturze. Nieuchronnie doprowadzi to do wzrostu cen. Wynik tej inicjatywy pozostaje zatem niejasny. "Szwajcarski konsument na ogół ma jednak większą siłę nabywczą. Przeciętny szwajcarski konsument wydaje tylko 6,4% swojego dochodu brutto na żywność", mówi Andreas Gloor.

Kampanie marketingowe dla drobiu

Skuteczną strategią we wspieraniu szwajcarskiej preferencji dla produktów lokalnych jest budowanie ogólnej świadomości korzyści płynących z produkcji krajowej. Szwajcarskie produkty mięsne i mleczarskie są promowane zarówno przez dużych detalistów jak i organizacje prywatne, takie jak np. parasolowa organizacja rolników ekologicznych, Bio Suisse i inne organizacje rolnicze. W związku z tym Szwajcarzy wielokrotnie widzą reklamy, które mają na uwadze szwajcarskie produkty. W supermarketach, na przykład, importowane jaja są zawsze umieszczane na najniższych półkach, podczas gdy produkty ekologiczne i produkowane lokalnie są umieszczane na poziomie oczu. "Również opakowania szwajcarskich jaj i produktów mięsnych są o wiele bardziej atrakcyjne i naturalnie wyglądające niż często podstawowe, plastikowe opakowania importowanych jaj i mięsa. Importowane jaja są w większości przypadków zamykane w stodole. Importowane jaja pochodzące od kur z chowu klatkowego muszą być odpowiednio oznakowane: "wyprodukowane w systemach klatkowych zabronionych w Szwajcarii". Sprzedawcy detaliczni, nawet ci, którzy nie są pierwotnie szwajcarskimi sprzedawcami, dostosowali się do tego i aktywnie promują szwajcarskie produkty", mówi Cornel Herrmann. Szwajcarska flaga jest używana jako łatwo rozpoznawalny symbol na wszystkich produktach rolnych pochodzących z ziemi szwajcarskiej. "To natychmiast zwiększa zaufanie, ponieważ Szwajcarzy są z natury dumni ze swojego kraju".

Produkcja nie jest samowystarczalna.

Produkcja krajowa stanowi 64,5% mięsa drobiowego, 63% jaj i produktów jajecznych oraz 78,7% jaj w skorupkach, z uwzględnieniem produktów jajecznych spożywanych w Szwajcarii. "Szacuje się, że udział krajowego mięsa drobiowego i jaj jest większy w handlu detalicznym - około 80% - a mniejszy w hotelarstwie i przemyśle spożywczym", mówi Andreas Gloor z Aviforum. Spośród wszystkich jaj produkowanych w kraju 17% to jaja ekologiczne, podobnie jak 2% całego mięsa drobiowego, produkowane na szwajcarskiej ziemi. Dla porównania, 5,1% jaj produkowanych w Stanach Zjednoczonych to jaja ekologiczne, podczas gdy w Wielkiej Brytanii jest to około 2%. Produkcja na wolnym wybiegu stanowi 7,9% wszystkich brojlerów (w tym 2% ekologiczna).

Marleen Teuling – Korespondent

**TŁUMACZENIE PZZHiPD**

***FINANSOWANE Z FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA DROBIOWEGO***