

Kippenboerin reist EU rond voor eerlijke etikettering

De Amerikaanse Tamsin French, dochter van een pluimveehouder uit Devon, reist 39 dagen door de Europese Unie verkleed als kip, om aandacht te vragen voor duidelijke en verplichte etikettering voor kippenvlees. Volgens French moet elke consument eenvoudig te weten kunnen komen in welke omstandigheden de kip die hij koopt, is opgegroeid. French verwijst als voorbeeld naar de etikettering voor eieren afkomstig van kippen met een vrije uitloop.

1 AUGUSTUS 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:26

Lees meer over:
pluimveehouderij
dierenwelzijn



De Amerikaanse Tamsin French, dochter van een pluimveehouder uit Devon, reist 39 dagen door de Europese Unie verkleed als kip, om aandacht te vragen voor duidelijke en verplichte etikettering voor kippenvlees. Volgens French moet elke consument eenvoudig te weten kunnen komen in welke omstandigheden de kip die hij koopt, is opgegroeid. French verwijst als voorbeeld naar de etikettering voor eieren afkomstig van kippen met een vrije uitloop.

Omdat Tamsin French, dochter van een pluimveehouder, de inspanningen die haar ouders leveren op het vlak van dierenwelzijn (de kippen zijn er gehuisvest in stallen met vrije uitloop), meer geapprecieerd wil zien, reist ze vanaf 1 augustus 39 dagen door de Europese Unie om de aandacht te vestigen op het belang van een transparante en verplichte etikettering voor kippenvlees. Ze wordt daarbij ondersteund door dierenwelzijnsorganisatie Compassion In World Farming (CIWF).

Dat haar rondreis 39 dagen zal duren, is niet toevallig: de gemiddelde levensduur van een vleeskip op een intensieve pluimveehouderij is negenendertig dagen. Ongeveer 90 procent van de kippen in de EU worden in intensieve binnensystemen gehouden. “Deze kippen krijgen weinig of geen kans om zich op een natuurlijke manier te gedragen”, klinkt het. “Dat terwijl onze vrije-uitloop kippen zesenvijftig dagen leven en zich vrij kunnen bewegen in weilanden en onder bomen waar zij hun natuurlijke gedrag kunnen vertonen.”

French vindt het belangrijk dat consumenten “op een precieze en eenvoudige manier” kunnen zien op welk soort pluimveebedrijf hun kippenvlees is gehouden. French verwacht van de Europese Commissie, die het etiketteringsdossier deze zomer op tafel heeft liggen, dat er werk zal gemaakt worden van een eerlijke en verplichte etikettering. Ze haalt daarbij een onderzoek aan waaruit blijkt dat acht op tien Europese consumenten achter een verplichte etiketteringsmethode voor kippenvlees staat.

Er vallen daarbij lessen te trekken uit de etikettering van eieren, zo klinkt het. “De verplichte etikettering van schaaieieren is een belangrijke factor geweest bij de sterke stijging van het aantal kooivrije leghennen in heel Europa. Bovendien heeft de Europese Commissie erkend dat verplichte etikettering producenten de kans geeft zich te onderscheiden met een iets hogere prijs, waardoor ze hun geld op een betere en eerlijkere manier kunnen

verdienen."

French zal in haar gedaante van kip Rosa 21 lidstaten aandoen en op 8 september aankomen bij het Europees Parlement in Brussel. Volg de rondreis via [Twitter](#) en [Facebook](#).

Beeld: 39Days4Rosa

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35

1000 Brussel

Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra