

PRESS RELEASE – International Egg Commission

Trust, transparency, loyalty and sustainability were four of the key messages to the egg industry at the recent IEC London Conference

Over 450 of the egg industry's international leaders and decision makers met in London, UK, in September for the International Egg Commission's annual five day Marketing & Production Conference. Recognised throughout the world as the **most important** event in the egg industry's calendar, delegates from 41 countries gathered to hear from an outstanding line-up of speakers and discuss the very latest issues affecting their global businesses.

Following hot on the heels of the Olympic Games, the IEC London 2012 conference proved to be a gold medal worthy event, with world class speakers including: Sir Terry Leahy, the highly renowned, former Chief Executive of Tesco; Dr Chris Brown, head of sustainability at Walmart's Asda; Dr Aline Veauthier, from Vechta University, in Germany; **Dr Hongwei Xin**, from the Egg Industry Center in the U.S.; and Economics Editor of the Sunday Times, David Smith.

Trust, transparency, loyalty and sustainability were the key messages from speakers at this year's conference.

Trust & Transparency

Sir Terry Leahy shared his valuable business insights, along with some of the lessons that he learnt during his time as Chief Executive of Tesco. He explained that it is vital to find out the truth about your organisation; telling his audience that the most reliable guide for a business is the customer. It can be difficult to get a clear, collective view of where an organisation is, and where the problems are; but Sir Terry believes that if you are prepared to listen to your customers, they will tell you what is good about your organisation, as well as what is not. He explained that it is imperative to know this before you can determine the correct direction that your business should take, saying: "If you don't know your starting point, you're condemned to go in the wrong direction."

Dr Aline Veauthier, from the University of Vechta, also addressed the importance of trust and transparency. Dr Veauthier is leading a project in Germany's Lower Saxony region into transparency in the poultry industry. The aim of the project is to better inform the public about the modern systems of egg and poultry meat production; this is being done by opening poultry houses to the

media and the public, to inform them about flock sizes, housing systems, costs, profits, disease management and animal welfare and environmental issues and the steps being taken to resolve them. As part of the project, poultry farms and houses in the Lower Saxony area have been opened to journalists and the public. Dr Veauthier stressed to the IEC the importance of transparency for creating a system of trust between the consumer and the egg producers.

Loyalty

Loyalty is one of Sir Terry Leahy's key drivers of business growth. He told the IEC that it is important to invest in existing customers, to look after them and keep them loyal. As well as being a source of income, satisfied existing customers are also an excellent marketing tool, as they help to attract new customers to a business.

Susan Hallam, Managing Director of internet marketing company Hallam Internet, reiterated Sir Terry's message regarding customer loyalty. She spoke about the importance of creating internet marketing campaigns that focus on building loyalty and retaining customers, explaining that it is easier to keep existing customers than to acquire new ones. Susan told the IEC that the majority of businesses lose customers simply because the customer doesn't realise that they offer the service it requires. She said: "Make sure the customer understands what it is you do – don't lose customers because they're not aware of what you do."

Sustainability

The final driver for growth which Sir Terry spoke about in his presentation to the IEC was the importance of "Going Green". He stressed that green issues are very important to consumers and that they are here to stay. Sir Terry told the IEC that conservation and sustainability are good for business as well as the environment, and when implemented well, they can also save organisations money.

Dr Chris Brown, from Walmart's Asda, also spoke about the importance of sustainability, he told the IEC: "We cannot avoid the fact that existing consumers and future consumers are increasingly aware of this topic." Dr Brown explained that research carried out by Asda shows that consumers now expect the retailer to ensure the products it sells are sustainable. He went on to say: "We believe that if we work with our suppliers and they are more efficient and more sustainable, that will give us and them, a lasting and competitive advantage for the future."

Dr Hongwei Xin, from the United States' Egg Industry Center, is leading a new study into the environmental footprint of eggs, looking at the progress that has taken place within the industry over the past 50 years. The project was launched in July 2012, and is comparing the environmental footprint of egg production in 2010 to 1960. Dr Xin explained that although the results are preliminary at this stage, egg production has improved dramatically over the past 50 years, remarkably reducing the environmental impact per kilo of eggs produced. Compared to 1960, hens in 2010 had 27% lower feed intake; 29% higher hen-day egg production; 45% better feed conversion; 53% lower mortality; and 84% less discarded eggs.

Compared to the environmental footprint of 1960's egg production, egg production in 2010 produced just one third of the acidifying and eutrophying emissions; half the greenhouse gas emissions and three quarters in cumulative energy demand.

During the closing afternoon of the IEC conference, delegates had the opportunity to learn about and discuss the various animal welfare issues that are affecting egg production around the globe. Professor Hans-Wilhelm Windhorst presented a global review of egg production, and a panel of experts from Europe, United States and Australia gave in-depth reports from their region, before hosting a question and answer session on the subject.

World Egg Day 2012 – Friday 12th October

During the IEC London 2012 conference, the IEC launched a brand new World Egg Day website – www.worldeggday.com. Part of the egg industry's on-going work to spread the message internationally, educating people all around the world about the benefits of eating eggs, the new World Egg Day website is available in 10 languages: English, French, Spanish, Chinese, Italian, Japanese, Portuguese, Polish, Hindi and Russian.

IEC conferences are held twice a year; the next one is being held in Madrid, Spain 7th – 9th April. Come and join the IEC and profit from a direct exchange of ideas with the leaders of the global egg industry.

COMUNICADO DE PRENSA – Comisión Internacional del Huevo

Confianza, transparencia, lealtad y sostenibilidad fueron cuatro de los mensajes más importantes para el sector del huevo durante la reciente Conferencia de IEC en Londres

Más de 450 líderes internacionales y responsables de la toma de decisiones del sector del huevo se reunieron en Londres (Reino Unido) en septiembre con motivo de la Conferencia anual sobre marketing y producción organizada por la Comisión Internacional del Huevo. Reconocida en todo el mundo como el evento más destacado en el calendario del sector, delegados procedentes de 41 países se dieron cita para escuchar las opiniones de una serie de extraordinarios ponentes y comentar los problemas y temas más acuciantes que afectan a sus negocios globales.

La Conferencia IEC de 2012 que tuvo lugar justo después de los extraordinarios Juegos Olímpicos de Londres, demostró ser un evento merecedor de una medalla de oro y contó con la presencia de destacados oradores de clase mundial entre los que se incluyeron: Sir Terry Leahy, el muy conocido antiguo Jefe Ejecutivo de Tesco; el Dr. Chris Brown, responsable de sostenibilidad de Walmart's Asda; la Dra. Aline Veauthier, de la universidad de Vechta en Alemania; El Dr. Hongwei Xin, del Centro para el Sector del Huevo de los Estados Unidos de América; y el Redactor de Economía del Sunday Times, David Smith.

Los mensajes más importantes transmitidos por los ponentes que participaron en la conferencia de este año fueron la confianza, la transparencia, la lealtad y la sostenibilidad.

Confianza y transparencia

Sir Terry Leahy compartió su valiosa experiencia empresarial y algunas de las lecciones aprendidas durante su época como Jefe Ejecutivo de Tesco. Sir Terry explicó que es vital descubrir la verdad acerca de tu organización; diciendo a su audiencia que la guía más fiable de todo negocio son sus clientes. Puede resultar difícil obtener una visión colectiva clara de la situación de una organización y dónde yacen los problemas pero Sir Terry piensa que si estamos preparados para escuchar a nuestros clientes, ellos nos indicarán los puntos positivos de la organización, además de otros menos positivos. Durante su discurso explicó que es imperativo saber esto antes de poder determinar la dirección correcta que debe tomar el negocio y dijo: "Si no sabes el punto de partida, estás condenado a seguir la dirección equivocada."

La Dra. Aline Veauthier, de la universidad de Vechta, también trató el importante tema de la confianza y la transparencia. La Dra. Veauthier encabeza un proyecto en la región alemana de la Baja Sajonia sobre la transparencia del sector avícola. El objetivo del proyecto es ofrecer al público mejor información acerca de los modernos sistemas de producción de huevos y carne avícola; al objeto de mantenerles informados sobre el tamaño de los rebaños, los sistemas de alojamiento, costes, beneficios, gestión de enfermedades, bienestar animal y problemas medio ambientales, así como los pasos que están tomando para resolverlos. Como parte del proyecto, las granjas y corrales avícolas en la Baja Sajonia han sido abiertos a la prensa y al público. La Dra. Veauthier estresó a la conferencia de IEC la importancia que tiene la transparencia a la hora de crear un sistema de confianza entre el consumidor y los productores de huevos.

Lealtad

La lealtad es uno de los principales motivadores de Sir Terry Leahy para el crecimiento de cualquier negocio. Dijo a IEC que es importante invertir en los clientes existentes, cuidar de ellos y mantener su lealtad. Además de ser una fuente de ingresos, la satisfacción de los clientes es también una herramienta de marketing excelente, ya que ayuda a atraer al negocio nuevos clientes.

Susan Hallam, Directora General de la empresa de marketing por Internet, Hallam Internet, reiteró en mensaje de Sir Terry sobre la lealtad de los clientes. Susan comentó la importancia que tiene crear campañas de marketing por internet centradas en fomentar la lealtad y la retención de los clientes, explicando que es más fácil conservar a los clientes existentes que adquirir clientes nuevos. Susan dijo a los delegados de IEC que la mayoría de los negocios pierden clientes sencillamente porque el cliente no se da cuenta de que el negocio ofrece los servicios que necesitan. Susan dijo: “Lo principal es asegurarse que los clientes entiendan lo que hace el negocio, un negocio no puede permitirse el lujo de perder clientes porque no están enterados de lo que hace.”

Sostenibilidad

El motivador final del crecimiento del que Sir Terry habló en su presentación a la conferencia de IEC fue la importancia que tiene “ser ecológicos”. Estresó que los temas ecológicos son muy importantes para los consumidores y que no son algo pasajero. Sir Terry dijo a los delegados de IEC que la conservación y la sostenibilidad son dos factores buenos para los negocios, además del medio ambiente y que cuando se implementan bien, también tienen el potencial de ahorrar dinero a las organizaciones.

El Dr. Chris Brown, de Walmart's Asda, también habló sobre la importancia de la sostenibilidad y dijo a la conferencia de IEC: "No podemos evitar el hecho de que tanto los clientes existentes como los futuros estén cada vez más enterados sobre este tema." El Dr. Brown explicó que una investigación llevada a cabo por Asda constata que en la actualidad los consumidores esperan que el minorista se asegure de que los productos que vende sean sostenibles. Siguió diciendo: "Creemos que si trabajamos con nuestros proveedores y ellos a su vez son más eficaces y se preocupan más de la sostenibilidad, esto brindará tanto a nosotros como a ellos, una ventaja competitiva y duradera para el futuro."

El Dr. Hongwei Xin, del Centro para el Sector del Huevo de Estados Unidos de América, está encabezando un estudio nuevo sobre la huella de carbono medio ambiental de los huevos, observando el progreso realizado por el sector en los últimos 50 años. El proyecto que se lanzó en julio de 2012 compara la huella de carbono medio ambiental de la producción de huevos en 1960 y 2010. El Dr. Xin explicó que aunque los resultados son preliminares en esta etapa, la producción de huevos ha mejorado drásticamente en los últimos 50 años, reduciendo considerablemente el impacto medio ambiental por cada kilo de huevos producido. A comparación del año 1960, las gallinas en 2010 consumían un 27% menos de pienso; la producción de huevos por gallina al día era un 29% más alta; la conversión del pienso era un 45% mejor; la mortandad era un 53% más baja; y había un 84% menos de huevos desperdiciados.

Comparado con la huella de carbono medio ambiental de la producción de huevos en 1960, la producción de huevos en 2010 emitió solamente una tercera parte de emisiones tipo acidificantes y eutrofizantes; la mitad de emisiones de gases tipo invernadero y la demanda de energía acumulativa se ha visto reducida en tres cuartas partes.

Durante la tarde de clausura de la Conferencia de IEC, los delegados tuvieron la oportunidad de aprender y comentar los diversos problemas asociados con el bienestar animal que afectan a la producción de huevos en todo el mundo. El Profesor Hans-Wilhelm Windhorst presentó una revisión global de la producción de huevos y un panel de expertos procedentes de Europa, los Estados Unidos y Australia ofrecieron informes detallados sobre sus respectivas regiones, antes de celebrar una sesión de ruegos y preguntas sobre el tema.

Día Mundial del Huevo 2012 – Viernes 12 de octubre

Durante el transcurso de la Conferencia de IEC 2012 celebrada en Londres, IEC lanzó una nueva página web dedicada al Día Mundial del Huevo – www.worldeggday.com. Parte del trabajo en curso que el sector del huevo realiza para difundir el mensaje internacionalmente, educando a la gente de

todo el mundo acerca de los beneficios que reporta el consumo de huevos, la nueva página web dedicada al Día Mundial del Huevo está disponible en 10 idiomas: inglés, francés, español, chino, italiano, japonés, portugués, polaco, hindú y ruso.

Las conferencias IEC se celebran dos veces al año; la próxima conferencia tendrá lugar en Madrid (España) del 7 al 9 de abril. Únase a IEC y benefíciense de un intercambio directo de ideas con los líderes del sector global del huevo.

Fin

PRESSEMITTEILUNG – International Egg Commission

Vertrauen, Transparenz, Kundentreue und Nachhaltigkeit: Das waren vier der wesentlichen an die Eierindustrie gerichteten Botschaften anlässlich der kürzlich in London stattgefundenen IEC-Konferenz.

Im September trafen sich in London, Großbritannien, über 450 internationale Führungskräfte und Entscheidungsträger aus der Eierindustrie zur alljährlichen fünftägigen Marketing- und Erzeugerkonferenz der International Egg Commission. Diese Veranstaltung gilt weltweit als die wichtigste im Kalender der Eierindustrie und brachte Teilnehmer aus 41 Ländern zusammen, die dort von einer Auswahl herausragender Referenten viel erfahren und über die jüngsten Probleme ihres weltweiten Geschäfts diskutieren konnten.

In unmittelbarem Anschluss an die Londoner olympischen Spiele erwies sich auch die dortige IEC-Konferenz 2012 als goldmedaillentauglich. Zu den Referenten von Weltrang gehörten: Sir Terry Leahy, der äußerst renommierte ehemalige Hauptgeschäftsführer Tescos, Dr. Chris Brown, Ressortleiter für Nachhaltigkeit beim Walmart angehörigen Asda-Konzern, Dr. Aline Veauthier, von der Universität Vechta, Dr. Hongwei Xin, vom Egg Industry Center in den USA, und der Wirtschaftsredakteur der Sunday Times, David Smith.

Vertrauen, Transparenz, Kundentreue und Nachhaltigkeit stellten die wesentlichen Botschaften seitens Referenten der diesjährigen Konferenz dar.

Vertrauen und Transparenz

Informativ und äußerst nützlich war Sir Terry Leahys Praxisbericht aus seinem Geschäftsbereich, in dem er anschaulich darlegte, was er aus seiner Zeit als Tescos Hauptgeschäftsführer gelernt hat. Nach seinen Aussagen ist es essentiell, sich des wahren Wesens seines Unternehmens bewusst zu werden, wobei er Zuhörern gegenüber unterstrich, dass die verlässlichste Informationsquelle hierbei der Kunde sei. Es könne schwierig sein, ein eindeutiges und umfassendes Bild dazu zu gewinnen, wo sich ein Unternehmen befindet und wo seine Probleme liegen; aber Sir Terry glaubt, dass Kunden, wenn man bereit ist, ihnen zuzuhören, dem Unternehmer mitteilen, was an seiner Organisation gut ist, und ebenso was an ihr schlecht ist. Er erklärte, es sei unumgänglich, sich dessen bewusst zu werden, bevor man die passende Ausrichtung für einen Konzern festlege: „Wenn Sie Ihren Ausgangspunkt nicht kennen, sind Sie dazu verurteilt, sich in die falsche Richtung zu bewegen.“

Auch Dr. Aline Veauthier von der Universität Vechta erwähnte, wie wichtig Vertrauen und Transparenz seien. In Niedersachsen leitet Dr. Veauthier ein Projekt zur Transparenz in der Geflügelindustrie. Das Ziel des Projekts ist es, die Öffentlichkeit besser über das moderne System bei Eier- und Geflügelfleischerzeugung zu informieren, das heißt, sie über Geflügelbestände, Tierhaltungssysteme, Kosten, Erträge, Bekämpfung von Krankheiten und Probleme sowie Lösungsansätze bei Tier- und Umweltschutz aufzuklären. Im Zuge des Projekts wurden Geflügelhöfe und -ställe in Niedersachsen Journalisten und der Bevölkerung zugänglich gemacht. Gegenüber der IEC unterstrich Dr. Veauthier die Bedeutung von Transparenz im Hinblick auf Vertrauensbildung zwischen dem Verbraucher und Eiererzeugern.

Treue

Laut Sir Terry Leahy stellt Kundentreue einen Schlüsselfaktor beim geschäftlichen Wachstum dar. Er sagte der IEC, dass es wichtig sei, in bestehende Kunden zu investieren, sie zu betreuen und sie an sich zu binden. Zufriedene bestehende Kunden seien nicht nur eine Einkommensquelle, sondern darüber hinaus auch ein hervorragendes Marketinginstrument, da sie bei der Gewinnung neuer Kunden für ein Unternehmen behilflich seien.

Susan Hallam, Geschäftsführerin des Onlinemarketingunternehmens Hallam Internet, schloss sich der Aussage Sir Terrys zu Kundentreue an. Sie sprach von der Bedeutung von Onlinemarketingkampagnen, die sich darauf konzentrieren, Treue zu schaffen und Kunden zu binden, und legte dar, dass es einfacher sei, bestehende Kunden zu halten als neue zu gewinnen. Susan teilte der IEC mit, dass die meisten Unternehmen Kunden einfach deswegen verlieren, weil dem Kunden nicht bewusst sei, dass die von ihm benötigten Dienstleistungen dort angeboten werden: „Sorgen Sie dafür, dass der Kunde versteht, was genau Sie tun – verlieren Sie keine Kunden, nur weil diesen nicht klar wird, was Sie tun.“

Nachhaltigkeit

Als letzten Schlüsselfaktor für Wachstum führte Sir Terry in seinem Beitrag für die IEC die Bedeutung der „grünen Wende“ an. Er machte deutlich, dass für Verbraucher Umweltfragen äußerst wichtig seien und sich diese nicht wegreden ließen. Sir Terry sagte gegenüber der IEC, dass Naturschutz und Nachhaltigkeit genau wie für die Umwelt auch gut für das Geschäft seien, und dass Unternehmen, wenn diese Prinzipien gut umgesetzt werden, dadurch auch Geld einsparen könnten.

Dr. Chris Brown von Walmarts Asda sprach ebenso über die Bedeutung der Nachhaltigkeit und hatte der IEC Folgendes zu sagen: „Wir können nicht darüber hinwegsehen, dass bestehende Kunden und zukünftige Kunden zunehmend Bewusstsein für dieses Thema entwickeln.“ Laut Dr. Brown zeigen von Asda durchgeführte Untersuchungen, dass Kunden mittlerweile von Einzelhandelsunternehmen die Gewährleistung der Nachhaltigkeit der von ihnen vertriebenen Produkte erwarten. Weiter Dr. Brown dazu: „Wenn wir mit unseren Lieferunternehmen zusammenarbeiten und diese effizienter und nachhaltiger sind, verschafft das nach unserer Einschätzung uns und ihnen für die Zukunft einen dauerhaften Wettbewerbsvorsprung.“

Dr. Hongwei Xin vom Egg Industry Center aus den USA leitet zurzeit eine neue Studie zur Untersuchung der Umweltbelastung durch Eier und fasst dabei den innerhalb der Branche in den letzten 50 Jahren erreichten Fortschritt ins Auge. Das Projekt wurde im Juli 2012 ins Leben gerufen und vergleicht Umweltbelastungen durch Eierzeugung der Jahre 2010 und 1960 miteinander. Dr. Xin stellte fest, dass – obwohl die Ergebnisse zum jetzigen Zeitpunkt noch vorläufiger Art seien – sich Eierzeugung während der letzten 50 Jahre dramatisch verbessert habe und die Auswirkungen auf die Umwelt pro Kilo erzeugter Eier erheblich verringert wurden. Im Vergleich mit 1960 ergaben sich bei Hennen 2010 folgende Daten: um 27 % niedrigere Futtermittelaufnahme, um 29 % gesteigerte Eierzeugung pro Tag und Henne, um 45 % bessere Futterverwertung, um 53 % niedrigere Sterberate und 84 % weniger als unbrauchbar entsorgte Eier.

Verglichen zur Umweltbelastung durch Eierzeugung 1960 wurde von dieser 2010 bei zu Versauerung und Eutrophierung beitragenden Emissionen nur noch ein Drittel verursacht, bei Treibhausgasemissionen nur noch die Hälfte und bei kumuliertem Energieaufwand nur noch drei Viertel.

Während der Abschlussveranstaltung am letzten Nachmittag der IEC-Konferenz hatten Teilnehmer die Gelegenheit dazu, mehr zu den verschiedenen Tierschutzgesichtspunkten, die Eierzeugung weltweit betreffen, zu erfahren und über diese zu diskutieren. Professor Hans-Wilhelm Windhorst referierte zu einer globalen Überprüfung der Eierzeugung, und ein Expertengremium aus Europa, den Vereinigten Staaten und Australien stellte profunde Berichte aus den jeweiligen Regionen vor, gefolgt von einer Frage-und-Antwort-Session zu diesem Thema.

Welt-Ei-Tag 2012 – Freitag, 12. Oktober

Während der Londoner IEC-Konferenz 2012 stellte die IEC eine soeben neu eingerichtete Website für den Welt-Ei-Tag vor: www.worldeggday.com. Als Beitrag zu den andauernden Bemühungen der Eierindustrie, ihre Botschaft international zu verbreiten und Menschen überall in der Welt über die

Vorteile des Verzehrs von Eiern aufzuklären, ist die Welt-Ei-Tag-Website in zehn verschiedenen Sprachen abrufbar: Englisch, Französisch, Spanisch, Chinesisch, Italienisch, Japanisch, Portugiesisch, Polnisch, Hindi und Russisch.

IEC-Konferenzen finden zweimal jährlich statt; der nächste Kongress wird vom 7. - 9. April in Madrid, Spanien, abgehalten. Werden Sie Mitglied bei der IEC und profitieren Sie von direktem Gedankenaustausch mit den Hauptakteuren der globalen Eierindustrie.

###

COMMUNIQUÉ DE PRESSE – Commission internationale des œufs (IEC)

Confiance, transparence, fidélité et durabilité, quatre des messages clés de l'industrie des œufs lors de la récente Conférence de l'IEC à Londres

Plus de 450 leaders et décideurs internationaux de l'industrie des œufs se sont réunis à Londres, Royaume-Uni, à l'occasion des cinq jours de la conférence annuelle Marketing & Production de la Commission internationale des œufs. Des délégués de 41 pays se sont rassemblés lors de cet événement, reconnu dans le monde entier comme étant le plus important du calendrier de l'industrie des œufs, pour écouter un groupe de conférenciers exceptionnels et débattre des questions d'actualité affectant leurs activités internationales.

Dans la foulée des Jeux olympiques, la conférence 2012 de l'IEC à Londres a été une manifestation véritablement digne d'une médaille d'or, grâce à des orateurs de classe mondiale, notamment : Sir Terry Leahy, le très réputé ancien Directeur général de Tesco ; Dr Chris Brown, responsable de la durabilité pour Asda, du groupe Walmart ; Dr Aline Veauthier, de l'Université de Vechta en Allemagne ; Dr Hongwei Xin, du Centre de l'industrie des œufs aux États-Unis ; et M. David Smith, Rédacteur en matière d'économie du journal le Sunday Times.

Confiance, transparence, fidélité et durabilité étaient les messages clés des orateurs de la conférence de cette année.

Confiance et transparence

Sir Terry Leahy a partagé son savoir commercial perspicace ainsi que certains des enseignements acquis lorsqu'il était Directeur général de Tesco. Il a expliqué qu'il est primordial de connaître la vérité à propos de votre organisation, expliquant à l'assistance que le guide le plus fiable pour une entreprise est le client. Il est parfois difficile de se faire une image collective claire du stade d'évolution d'une organisation et de là où des problèmes existent, mais Sir Terry est convaincu que si vous êtes prêts à écouter vos clients, ils vous diront ce qui va bien dans votre organisation, et ce qui ne va pas. Il a expliqué qu'il est impératif de savoir cela avant de pouvoir déterminer la bonne orientation de votre entreprise, et a déclaré : « Si vous ne connaissez pas votre point de départ, vous êtes condamnés à aller dans la mauvaise direction. »

Dr Aline Veauthier, de l'Université de Vechta, a souligné également l'importance de la confiance et de la transparence. Dr Veauthier dirige actuellement un projet dans la région allemande de la Basse-Saxe portant sur la transparence dans l'industrie de la volaille. Ce projet a pour objet de mieux faire connaître au public les systèmes modernes de production des œufs et de la viande de volaille, de l'informer sur la taille des cheptels, les systèmes de stabulation, les coûts, les bénéfices, la gestion des maladies ainsi que les problèmes de bien-être des animaux et environnementaux et les mesures prises pour les résoudre. Dans le cadre du projet, les élevages de volaille et les poulaillers de la Basse-Saxe ont ouvert leurs portes aux journalistes et au public. Dr Veauthier a insisté auprès de l'IEC sur l'importance de la transparence pour bâtir un système de confiance entre le consommateur et les producteurs d'œufs.

Fidélité

La fidélité est pour Sir Terry Leahy l'un des principaux moteurs de croissance commerciale. Il a décrit à l'IEC l'importance d'investir dans les clients existants, d'être attentif à leur égard et de préserver leur fidélité. En plus d'être une source de revenus, les clients existants satisfaits sont également un excellent outil de marketing, car ils aident à attirer de nouveaux clients dans une entreprise.

Susan Hallam, Directrice générale de la société de marketing Hallam Internet, a réitéré le message de Sir Terry concernant la fidélité des clients. Elle a évoqué l'importance de créer des campagnes de marketing sur internet qui visent à augmenter la fidélisation et à retenir la clientèle, en expliquant qu'il est plus facile de garder des clients existants que d'en acquérir de nouveaux. Susan a déclaré à l'IEC que la majorité des entreprises perdent des clients simplement parce que ceux-ci ne réalisent pas qu'elles offrent les services qu'ils recherchent. Elle affirme : « Veillez à ce que le client comprenne ce que vous faites, ne perdez pas des clients parce qu'ils ne sont pas au courant de ce que vous avez à offrir ».

Durabilité

Le dernier moteur de croissance cité par Sir Terry dans sa présentation à l'IEC est l'importance du « Virage vert ». Il a souligné que les questions d'écologie importent énormément aux consommateurs et qu'elles ne sont pas appelées à disparaître. Sir Terry a annoncé à l'IEC que la conservation et la durabilité sont bénéfiques pour l'activité commerciale ainsi que pour l'environnement, et que correctement mises en œuvre, elles peuvent en outre permettre aux organisations d'économiser de l'argent.

Dr Chris Brown, pour Asda (groupe Walmart), a également parlé de l'importance de la durabilité en s'adressant à l'IEC : « Nous ne pouvons pas éviter le fait que les clients existants et les futurs clients sont de plus en plus sensibilisés à ce thème ». Dr Brown a expliqué que la recherche menée par Asda révèle que les consommateurs attendent désormais du vendeur qu'il garantisse la durabilité des produits qu'il vend. Il a poursuivi en disant : « Nous pensons que si nous collaborons avec nos fournisseurs, l'augmentation de leur efficacité et de leur durabilité nous donnera, ainsi qu'à eux, un avantage concurrentiel décisif pour l'avenir. »

Dr Hongwei Xin, du Centre de l'industrie des œufs aux États-Unis, mène actuellement une nouvelle étude sur l'empreinte environnementale des œufs, en examinant les progrès faits par l'industrie au cours des 50 dernières années. Le projet a été lancé en juillet 2012, et compare l'empreinte environnementale de la production des œufs de 2010 à celle de 1960. Dr Xin a expliqué que bien que les résultats ne soient encore qu'au stade préliminaire, la production des œufs s'est considérablement améliorée au cours des 50 dernières années, réduisant de manière remarquable l'impact sur l'environnement par kilo d'œufs produits. Par rapport à 1960, les poules ont connu en 2010 une réduction de l'alimentation de 27 %, une augmentation de la production d'œufs journalière de 29 %, une amélioration de la conversion alimentaire de 45 %, une diminution de la mortalité de 53 % et une réduction des œufs rejetés de 84 %.

Comparé à l'empreinte environnementale de la production d'œufs de 1960, la production de 2010 a généré à peine un tiers des émissions de polluants acidifiants et eutrophisants, la moitié des émissions de gaz à effet de serre, et trois quarts de la demande en énergie cumulée.

Lors de l'après-midi de clôture de la conférence de l'IEC, les délégués ont eu la possibilité de prendre connaissance et de discuter des diverses questions de bien-être des animaux qui affectent la production d'œufs dans le monde entier. Le Professeur Hans-Wilhelm Windhorst a présenté une vue globale de la production d'œufs et un panel d'experts venus d'Europe, des États-Unis et d'Australie ont fourni des rapports détaillés concernant leur région, avant d'animer une séance de questions-réponses à ce sujet.

Journée mondiale de l'œuf 2012 – Vendredi 12 octobre

Lors de la Conférence 2012 à Londres, l'IEC a lancé un tout nouveau site web pour la Journée internationale de l'œuf : www.worldeggday.com. Dans le cadre des efforts continus de l'industrie des œufs de diffuser le message à l'échelle internationale, en faisant part des avantages de la consommation d'œufs au monde entier, le nouveau site web pour la Journée internationale de l'œuf

est en 10 langues : anglais, français, espagnol, chinois, italien, japonais, portugais, polonais, hindi et russe.

Les conférences de l'IEC ont lieu deux fois par an ; la prochaine se tiendra à Madrid, en Espagne, du 7 au 9 avril. Venez vous joindre à l'IEC et bénéficiez d'un échange d'idées direct avec les leaders de l'industrie mondiale des œufs.

Fin

COMUNICATO STAMPA – International Egg Commission

Fiducia, trasparenza, fedeltà e sostenibilità sono quattro dei messaggi chiave rivolti all'industria delle uova alla recente Conferenza IEC di Londra

A settembre più di 450 massimi esponenti e decisori dell'industria internazionale delle uova si sono dati appuntamento a Londra, Inghilterra, per la conferenza annuale di cinque giorni su Marketing e Produzione, indetta dalla International Egg Commission. L'evento, riconosciuto in tutto il mondo come il più importante nel calendario dell'industria delle uova, ha radunato delegati di 41 paesi per ascoltare un eccezionale parterre di relatori e discutere gli argomenti più attuali di interesse per i loro business globali.

Sulla scia delle Olimpiadi, la conferenza IEC Londra 2012 ha dimostrato di essere un evento degno di una medaglia d'oro, con relatori di fama internazionale quali Sir Terry Leahy, noto ex alto dirigente di Tesco, il Dott. Chris Brown, responsabile della sostenibilità di Asda (di proprietà di Wal-Mart), la Dott.ssa Aline Veauthier dell'Università di Vechta, Germania, il Dott. Hongwei Xin dell'Egg Industry Center, Stati Uniti, e il redattore economico del Sunday Times, David Smith.

Fiducia, trasparenza, fedeltà e sostenibilità sono i messaggi chiave dei relatori presenti quest'anno alla conferenza.

Fiducia e Trasparenza

Sir Terry Leahy ha condiviso la sua preziosa conoscenza del business ed alcune lezioni imparate quando era CEO di Tesco. Egli ha spiegato che è essenziale accertare la verità sulla propria azienda, rivelando al suo pubblico che la guida più affidabile per il business è il cliente. A volte è difficile avere un punto di vista chiaro e collettivo sulla posizione dell'azienda e sapere dove siano i problemi; ma Sir Terry ritiene che, se siamo disposti ad ascoltare i clienti, essi ci sveleranno gli aspetti positivi della nostra azienda, oltre a quelli negativi. Egli ha asserito che è assolutamente essenziale esserne al corrente prima di decidere in quale direzione andare con il business: “Se non sapete qual è il vostro punto di partenza, siete destinati a prendere la direzione sbagliata”.

Anche la Dott.ssa Aline Veauthier, dell'Università di Vechta, ha discusso l'importanza della fiducia e della trasparenza. La Dott.ssa Veauthier dirige un progetto sulla trasparenza nel settore avicolo nella regione tedesca della Bassa Sassonia. Il progetto si propone di migliorare l'informazione al pubblico

sui metodi moderni di produzione di uova e carni avicole, e di informarlo sulle dimensioni degli stormi, sui sistemi di allevamento, su costi e utili, sulla gestione delle malattie, sul benessere degli animali, sulle questioni ambientali e sulle misure prese per risolvere tali problematiche. Come parte del progetto, gli allevamenti avicoli e i pollai della Bassa Sassonia sono stati aperti ai giornalisti e al pubblico. La Dott.ssa Veauthier ha sottolineato alla IEC l'importanza della trasparenza nella realizzazione di un sistema di fiducia tra il consumatore e i produttori di uova.

Fedeltà

La fedeltà è uno dei principali driver di Sir Terry Leahy in materia di crescita del business. Egli ha evidenziato l'importanza di investire nei clienti già acquisiti, seguirli e fidelizzarli. I vecchi clienti soddisfatti, oltre ad essere una fonte di reddito, sono un ottimo strumento di marketing, in quanto contribuiscono ad attirare nuovi clienti.

Susan Hallam, Amministratrice Delegata dell'azienda di internet marketing "Hallam Internet", ha ribadito il messaggio di Sir Terry riguardo alla fedeltà della clientela. Ella ha parlato dell'importanza di creare campagne di marketing via internet, incentrate sulla fidelizzazione dei clienti e mantenerli, spiegando che è più facile mantenere i clienti già acquisiti che acquisirne di nuovi. Susan ha precisato che la maggioranza dei business perde clienti semplicemente perché il cliente non si rende conto che il business offre il servizio di cui egli ha bisogno. E ha ammonito: "Accertatevi che il cliente comprenda ciò che fate; non perdetevi clienti perché essi non sanno che cosa fate".

Sostenibilità

L'ultimo driver della crescita, di cui ha parlato Sir Terry nella sua presentazione alla IEC, è l'importanza di essere più sensibili alle tematiche ambientali, ovvero "Going Green". Egli ha sottolineato che le problematiche ambientali sono molto importanti per i clienti, e sono una realtà. Sir Terry ha confermato che la conservazione e la sostenibilità fanno bene sia al business sia all'ambiente, e quando sono applicate bene possono anche far risparmiare denaro all'azienda.

Anche il Dott. Chris Brown, di Asda (di proprietà di Wal-Mart), ha trattato l'importanza della sostenibilità e ha spiegato: "Non possiamo evitare la realtà che i clienti già acquisiti e i futuri consumatori sono sempre più coscienti di questa tematica". Il Dott. Brown ha spiegato che la ricerca svolta da Asda dimostra che, ora, i consumatori esigono la garanzia del rivenditore che i prodotti che vende sono sostenibili. E ha proseguito: "Noi crediamo che, se collaboriamo con i nostri fornitori e

loro sono più efficienti e più sostenibili, sia noi sia loro godremo di un vantaggio duraturo e competitivo per il futuro”.

Il Dott. Hongwei Xin dell'Egg Industry Center, Stati Uniti, è al timone di un nuovo studio sull'impronta ecologica delle uova, che osserva il progresso nell'ambito di questo settore negli ultimi cinquant'anni. Il progetto, lanciato nel luglio del 2012, raffronta l'impronta ecologica della ovo produzione nel 2010 a quella del 1960. Il Dott. Xin ha spiegato che, sebbene a questo punto i risultati siano solo preliminari, negli ultimi cinquant'anni la ovo produzione ha fatto passi da gigante, riducendo in modo sostanziale l'impatto ecologico per chilo di uova prodotto. Rispetto al 1960, nel 2010 le galline hanno assunto una quantità di mangime del 27% inferiore, l'ovo produzione per gallina/giorno è aumentata del 29%, la conversione del mangime è migliorata del 45%, la mortalità è stata ridotta del 53% e le uova scartate sono state ridotte dell'84%.

A confronto dell'impronta ecologica dell'ovo produzione negli anni '60, nel 2010 le emissioni acidificanti ed eutrofizzanti dell'ovo produzione sono state ridotte a un terzo, le emissioni di gas serra a metà e l'energia cumulativa a tre quarti.

L'ultimo pomeriggio della conferenza IEC i delegati hanno avuto l'occasione di apprendere e discutere le varie tematiche connesse al benessere degli animali, che interessano l'ovo produzione nel mondo. Il Professor Hans-Wilhelm Windhorst ha presentato un riesame globale della ovo produzione, mentre un gruppo di esperti provenienti da Europa, Stati Uniti e Australia ha offerto relazioni approfondite sulla propria regione, seguite da una sessione di domande e risposte sul tema.

Giornata Mondiale dell'Uovo 2012 – Venerdì 12 ottobre

Durante la conferenza IEC Londra 2012, la IEC ha lanciato un nuovo sito internet dedicato alla Giornata Mondiale dell'Uovo: www.worldeggday.com. Il nuovo sito fa parte del continuo programma dell'industria delle uova, volto a diffondere il messaggio a livello internazionale per educare i popoli del mondo sui benefici delle uova; il nuovo sito della Giornata Mondiale dell'Uovo è disponibile in dieci lingue: inglese, francese, spagnolo, cinese, italiano, giapponese, portoghese, polacco, hindi e russo.

Le conferenze IEC si tengono due volte l'anno; la prossima avrà luogo a Madrid, Spagna, dal 7 al 9 aprile. Venite e associatevi a IEC, trarrete vantaggio da uno scambio diretto di idee con i massimi esponenti dell'industria mondiale delle uova.

Fine

Report post conferenza IEC Londra 2012

Пресс-релиз – Международная яичная комиссия

«Доверие», «прозрачность», «верность» и «устойчивость» – такими были четыре ключевых обращения к яичной отрасли на конференции МЯК в Лондоне

Около 450 международных лидеров и ключевых фигур яичной отрасли встретились в сентябре в Лондоне, Великобритания, на ежегодной пятидневной конференции Международной яичной комиссии (МЯК) по маркетингу и производству. Эта конференция считается важнейшим событием в календаре мировой яичной отрасли, и делегаты из 41 страны собрались, чтобы послушать выдающихся лекторов и обсудить актуальные вопросы, влияющие на их бизнес по всему миру.

Следуя почти сразу за Олимпийскими Играми, лондонская конференция 2012 года показала себя «золотым» мероприятием, на котором выступили такие докладчики мирового уровня, как сэр Терри Лихи, широко известный бывший президент Tesco, д-р Крис Браун, глава службы устойчивого развития в принадлежащей Walmart компании Asda, д-р Алин Вотье из университета г. Вехты в Германии, д-р Хунвэй Синь из центра яичной промышленности в США, экономический редактор газеты Sunday Times Дэвид Смит.

«Доверие», «прозрачность», «верность» и «устойчивость» были четырьмя ключевыми темами докладчиков конференции в этом году.

Доверие и прозрачность

Сэр Терри Лихи поделился своим уникальным знанием бизнеса и привел несколько примеров из своей практики на посту президента Tesco. Он объяснил, что крайне важно выяснять правду о вашей организации, рассказав аудитории, что наиболее надежным источником полезной информации для бизнеса являются клиенты. Получить ясное коллективное мнение о месте организации и ее проблемных точках может быть непросто, но сэр Терри Лихи убежден, что если вы готовы слушать своих клиентов, они расскажут вам, что в вашей организации хорошего и что плохого. Он пояснил, что абсолютно необходимо знать это до того, как вы определите верное направление, в котором должен двигаться ваш бизнес, и сказал: «Если вам неизвестна точка отправления, вам суждено двигаться в неверном направлении».

Д-р Алин Вотье из Университета г. Вехты также говорила о важности доверия и прозрачности. Д-р Вотье ведет проект развития прозрачности в птицеводстве в германском регионе Нижняя Саксония. Цель проекта – лучше информировать общественность о современных системах производства яиц и мяса, информировать их о размерах поголовья, системах содержания, затратах, прибылях, контроле заболеваний, благополучии животных, экологических проблемах и шагах, предпринимаемых для их решения. В рамках проекта птицеводческие фермы и дома в Нижней Саксонии были открыты для журналистов и общественности. Д-р Вотье подчеркнула перед МЯК важность прозрачности для создания системы доверия между потребителем и производителями яиц.

Верность

Для сэра Терри Лихи верность является один из главных двигателей роста. Он сказал МЯК, что важно инвестировать в существующих клиентов, заботиться о них и беречь их верность. Верные клиенты являются не только источником дохода, но и превосходным маркетинговым инструментом, поскольку помогают привлечь новых клиентов для бизнеса.

Сюзан Халлам, управляющий директор компании по интернет-маркетингу Hallam Internet повторила заявление сэра Терри относительно верности клиента. Она говорила о важности создания маркетинговых кампаний в Интернете, фокусирующихся на создании и укреплении верности и удержании клиентов, пояснив, что удержать существующих клиентов проще, чем привлечь новых. Сюзан сообщила МЯК, что большинство компаний теряют клиентов только потому, что клиент не знает, что компания предлагает нужную ему услугу. Она сказала: «Убедитесь, что клиент понимает, что вы делаете. Не теряйте клиентов из-за того, что они не знают, что вы делаете».

Устойчивость

Последним двигателем роста, о котором сэр Терри Лихи говорил на своей презентации, была важность «зеленого подхода». Он подчеркнул, что экологические вопросы очень важны для потребителей, и эти вопросы никуда не денутся. Сэр Терри сказал МЯК, что охрана природы и экологическая устойчивость полезны как для окружающей среды, так и для бизнеса, и при хорошей реализации также могут сэкономить компаниям средства.

Д-р Крис Браун из принадлежащей Walmart компании Asda, также говорил о важности экологической устойчивости: «Мы не можем игнорировать тот факт, что информированность

существующих и будущих потребителей в этих вопросах возрастает». Д-р Браун пояснил, что проведенное Asda исследование показало, что сейчас потребитель ожидает, чтобы розничный торговец обеспечивал экологическую устойчивость продаваемой им продукции. Он продолжил: «Мы убеждены: если мы будем работать с нашими поставщиками и они повысят свою эффективность и экологическую рациональность, в будущем это даст стабильное конкурентное преимущество как нам, так и им самим».

Д-р Хунвэй Синь из Центра яичной промышленности США проводит новое исследование экологического следа яиц, изучая прогресс в отрасли за последние 50 лет. Проект был запущен в июле 2012 г., и в нем сравнивается экологический след производства яиц в 2010 г. и в 1960 г. Д-р Синь пояснил, что, несмотря на то что на данном этапе результаты являются предварительными, за прошедшие 50 лет производство яиц было радикально усовершенствовано и было достигнуто значительное снижение экологического воздействия на килограмм производимых яиц. По сравнению с 1960 годом несушки потребляли на 27% меньше корма, производство яиц с несушки в день выросло на 29%, конверсия корма улучшилась на 45%, смертность снизилась на 53%, а яичный брак – на 84%.

По сравнению с экологическим следом яичного производства в 1960 году, кислотные и эвтрофикационные выбросы яичного производства уменьшились на треть, наполовину сократились выбросы парниковых газов, и на три четверти снизилось совокупное потребление энергии.

В заключительный день конференции МЯК делегаты имели возможность узнать и обсудить различные вопросы благополучия животных, влияющие на производство яиц во всем мире. Профессор Ханс-Вильгельм Виндхорст представил глобальный взгляд на производство яиц, а эксперты из Европы, США и Австралии представили подробные доклады из своих регионов, после чего состоялась сессия вопросов и ответов по теме.

Всемирный день яиц – пятница, 12 октября

Во время конференции 2012 года в Лондоне МЯК запустила новый веб-сайт Всемирного дня яиц – www.worlddegday.com. В рамках постоянной работы яичной отрасли по информированию людей по всему миру о пользе употребления яиц новый веб-сайт Всемирного дня яиц доступен на 10 языках: английском, французском, испанском, китайском, итальянском, японском, португальском, хинди и русском.

Конференции МЯК проводятся дважды в год, и следующая пройдет в Мадриде, Испания, с 7 по 9 апреля. Приходите и присоединитесь к МЯК и получите дивиденды от прямого обмена идеями с лидерами глобальной яичной отрасли.

Ends

新闻稿——国际蛋品委员会（IEC）

信任、透明度、忠诚度和可持续性是近日 IEC 伦敦会议向禽蛋业传达的四个重要信息

450 多名禽蛋业的各国行业领导者和决策者于 9 月份在英国伦敦汇聚一堂，参加国际蛋品委员会一年一度的营销和生产会议，会议为期五天。在这个全球禽蛋业最重要的盛会中，来自 41 个国家的代表听取了一系列重要的演讲，并探讨了影响他们全球业务的最新问题。

在奥运会的热潮之后，IEC 伦敦 2012 年会议盛大召开，会议中发表讲话的世界一流演讲者包括：乐购前首席执行官，享誉全球的 Terry Leahy 先生；沃尔玛旗下阿斯达公司可持续发展部主管 Chris Brown 博士；德国费希塔大学的 Aline Veauthier 博士；美国蛋业中心的辛宏伟博士；以及星期日泰晤士报的经济编辑 David Smith。

*信任、透明度、忠诚度和可持续性*是今年会议的演讲者传达的重要信息。

信任和透明度

Terry Leahy 先生分享了他对于行业的独到见解，以及他在乐购担任首席执行官期间总结出的一些经验教训。他表示，企业必须洞悉自身的真实情况，而客户是企业的最可靠向导。虽然很难清楚、全面地掌握企业的运转情况并发现问题所在，但 Terry 先生认为，如果您愿意去倾听客户的意见，他们将会告诉您，您的企业在什么地方表现出色，在什么地方还需要改进。他指出，在确定什么是企业的正确方向之前，了解这一点必不可少：“如果您不清楚从哪里开始，很可能会南辕北辙。”

费希塔大学的 Aline Veauthier 博士也就信任和透明度的重要性发表了讲话。Veauthier 博士目前正在领导德国下萨克森州地区的一个家禽业实现透明度的项目。该项目的目标是让公众更好地了解蛋品和家禽肉类生产的现代化系统；让他们了解家禽群的大小、家禽舍系统、成本、利润、病害管理和动物关怀及环境问题，以及为解决这些问题所采取的措施。作为项目的一部分，下萨克森州地区的家禽养殖场和家禽舍向媒体和公众开放。Veauthier 博士在 IEC 会议上强调了透明度对于在客户和蛋品生产商之间建立信任的重要性。

忠诚度

Terry Leahy 先生认为，忠诚度是企业发展的主要推动因素之一。他在会上表示，企业必须重视现有客户，关注他们的需要，保持他们的忠诚度。除了带来收入之外，满意的现有客户还是出色的市场营销工具，可以帮助企业吸引新客户。

互联网营销公司 Hallam Internet 的**董事总经理** Susan Hallam 肯定了 Terry 先生有关客户忠诚度的观点。她介绍了通过互联网营销活动建立忠诚度和保留客户的重要性，认为保留现有客户比获得新客户更为容易。Susan 在会上指出，大多数企业失去客户只是因为客户没有意识到企业提供了他所需要的服务。她表示：“要确保客户明白企业做了什么——不要因为他们不知道你做了什么而失去客户。”

可持续性

Terry 先生在发言中提出，企业发展的最后一个推动因素是“环保”的重要性。他强调指出，环保问题对于消费者非常重要，环境是消费者赖以生存的基础。Terry 先生表示，保护环境和实现可持续发展既有利于企业，也有利于环境，如果能够得到有效的实施，还能为企业节省资金。

沃尔玛旗下阿斯达公司的 Chris Brown 博士也谈及了可持续性的重要意义，他在会上表示：

“现有的消费者和未来的消费者越来越关注这个话题，我们不能回避这一事实。” Brown 博士解释道，阿斯达公司开展的研究显示，消费者现在期望零售商确保其销售的产品是可持续的产品。他补充道：“我们认为，如果我们和供应商共同努力，提高他们的效率和可持续性，将可在未来为我们和他们带来长期的竞争优势。”

美国蛋业中心的**辛宏伟**博士目前领导一项有关蛋品环境影响情况的新研究，回顾行业过去 50 年取得的发展。该项目在 2012 年 7 月开始，将 2010 年的蛋品生产环境影响情况与 1960 年进行对比。**辛**博士指出，虽然研究的结果目前还处于初步阶段，在过去 50 年蛋品生产已经获得了巨大的进步，生产每千克蛋品对环境的影响显著减少。和 1960 年相比，2010 年母鸡的采食量减少 27%；鸡蛋日产量增加 29%；饲料转化率提高 45%；死亡率减少 53%；以及丢弃鸡蛋数量减少 84%。

和 1960 年的蛋品生产环境影响情况相比，2010 年的蛋品生产的酸化物和营养物排放量仅有当年水平的三分之一；温室气体排放量下降至一半，累计能量需求下降至四分之三。

在 IEC 会议最后一天的下午，与会代表们了解和探讨了影响全球蛋品生产的各种动物关怀问题。Hans-Wilhelm Windhorst 教授对全球蛋品生产进行了回顾，来自欧洲、美国和澳大利亚的多名专家也带来了各自地区的深入报告，并在最后举行了有关这一话题的问答环节。

2012 年世界鸡蛋日——10 月 12 日星期五

在 IEC 伦敦 2012 年会议上，IEC 推出了全新的世界鸡蛋日网站——www.worldeggday.com。禽蛋业一直在努力向国际社会传达信息，向全球人民宣扬吃鸡蛋的好处，新的世界鸡蛋日网站正是在这个背景下应运而生的，新网站提供 10 种语言的版本：英语、法语、西班牙语、中文、意大利语、日语、葡萄牙语、波兰语、印地语和俄语。

IEC 会议每年举行两次；下一届会议将于 4 月 7-9 日在西班牙马德里举行。敬请加入 IEC，与全球蛋业领导者直接交流，分享观点，收获成功。

完

2012年9月

プレスリリース - International Egg Commission

信頼、トランスペアレンシー、忠誠心、維持可能性は、最近開催された IEC ロンドンのカンファレンスでの卵業界への主なメッセージでした

卵業界の 450 人を超えた国際的リーダーや意志決定者達が、International Egg Commission の毎年 5 日間にわたって開催されるマーケティング & 生産カンファレンスのために英国ロンドンで 9 月に会合しました。卵業界のカレンダーで最も重要なイベントとして世界中で認められているこのイベントには、41 ヶ国からの参加者が集まり、抜群の講演者からの話を聞き、グローバルなビジネスに影響している最新の課題について話し合いました。

オリンピックの直後に開催された 2012 年 IEC ロンドンカンファレンスは、次のような世界一流の講演者を集めた金メダル級のイベントになりました。著名な元 Tesco の最高業務責任者 Terry Leahy 卿、Walmart's Asda の維持可能性責任者 Chris Brown 博士、ドイツの Vechta 大学の Aline Veauthier 博士、米国の Egg Industry Center の Hongwei Xin 博士、Sunday Times の経済担当編集者 David Smith など。

今年のカンファレンスでは、信頼、トランスペアレンシー、忠誠心、維持可能性が、講演者達からのキーメッセージでした。

信頼とトランスペアレンシー

Terry Leahy 卿はビジネスについての貴重なインサイト、そして Tesco の最高業務責任者であった時代に学んだ教訓などを話されました。Leahy 卿は、自分の組織についての真実を知ることが欠かせないと説明し、また、ビジネスで最も信頼性の高いガイドは、お客様であると語りました。組織の位置づけ、問題などについて明確で集合的な視点を得ることは容易ではありません。しかし、Leahy 卿は、お客様の意見を良く聞けば、その組織の良い点と欠点についてわかると語りました。ビジネスの適切な方向付けを判断するためには、このようなことを知ることがとても重要であると説明しました。「開始点について知らなければ、間違った方向に行ってしまうのです。」

Vechta 大学の Aline Veauthier 博士も、信頼とトランスペアレンシーの重要性について話しました。Veauthier 博士は、ドイツのニーダーザクセン地域で家禽業界のトランスペアレンシ

2012年 IEC ロンドン - カンファレンスのレポート

ーについてのプロジェクトをリードしています。このプロジェクトの目標は、現代の卵と鶏肉生産システムについて、一般市民に情報を提供し、群れのサイズ、飼い方のシステム、コスト、収益、疾病管理、動物福祉、環境の課題や、問題解決のためのステップなどについて知らせることです。プロジェクトの一部として、ニーダーザクセン地域の家禽農家などをジャーナリストや一般に公開しています。Veauthier 博士は、IEC に対して、消費者と卵生産者との間で信頼関係のシステムを築き上げるためには、トランスペアレンシーが重要であることを強調しました。

忠誠心

忠誠心は、Terry Leahy 卿のビジネス発展のキー ドライバーです。既存のお客様に投資し、そのようなお客様を大切に育て、忠誠心を培うことの重要性について語りました。既存のお客様に満足していただくと、収入源であるだけでなく、ビジネスに新しいお客様を集めることができるため、優れたマーケティングツールにもなります。

インターネットマーケティング会社 Hallam Internet の社長 Susan Hallam は、お客様の忠誠心についての Leahy 卿のメッセージを再度強調しました。忠誠心を培い、お客様を保持することを重視したインターネットマーケティングキャンペーンを作り出すことが重要であると語り、既存のお客様を保持する方が、新しいお客様を獲得するよりも簡単であると説明しました。Susan は、多くのビジネスは、お客様が必要としてサービスをそのビジネスが提供していることをお客様に理解していただけないために、お客様を失っていると IEC に語りました。次のように語っていました。「お客様が、貴社のビジネスについて理解するようにしてください。貴社が何を提供しているか知らないために、お客様を失ってしまわないようにしてください。」

持続可能性

Leahy 卿は、IEC へのプレゼンテーションで成長のための最後の駆動力として、「環境重視」の重要性について語りました。消費者にとって環境の課題はとても重要であり、その姿勢は今後も変わらないであろうと語りました。環境保全と維持可能性は、環境だけでなくビジネスにも良いことであり、うまく導入すれば、組織のコスト節減にもつながると語りました。

Walmart's Asda の Chris Brown 博士も維持可能性の重要性について語りました。「既存の消費者と今後の消費者が、このトピックについてさらに認識度を高めていることは否めません。」 Brown 博士は、Asda のリサーチによると、消費者達が、小売店が、維持可能な製品を販売していることを要求していることが判明していると説明し、次のように語りました。「サプライヤーと協力し、さらに効率と維持可能性を高めると、サプライヤーと我々に、今後も長期的な利点と競争的利点をもたらします。」

米国の Egg Industry Center の Hongwei Xin 博士は、卵の環境の足跡についての新しい研究をリードしています。この研究では、過去 50 年にわたる卵業界での進歩を考察しています。このプロジェクトは 2012 年 7 月に開始され、2010 年の卵生産の環境的足跡を、1960 年と比較しています。Xin 博士は、現段階では結果は初期のものであるが、卵の生産が過去 50 年間に劇的に改善し、卵 1 キロ当たりの環境的インパクトが驚異的に削減されていることを説明しました。1960 年と比較して、2010 年には雌鳥の飼料摂取量は 27% 低く、雌鳥一羽当たりの卵の生産日数は 29% 高く、飼料変換率は 45% 高くなり、死亡率は 53% 下がり、破棄される卵は 84% 減少しました。

1960 年代の卵生産の環境的足跡と比較して、2010 年の卵生産では、酸化・富化放出量がほんの 3 分の 1 に下がり、温室化ガスの放出力は半減し、累積のエネルギー需要は 4 分の 3 に減少しました。

IEC カンファレンスの最終日の午後に、参加者達は、世界中で卵の生産に影響している様々な動物福祉の課題について話し合いました。Hans-Wilhelm Windhorst 教授が、卵生産についての世界的レビューのプレゼンテーションを行い、ヨーロッパ、米国とオーストラリアのエキスパートで構成されたパネルが、各地域からの詳しいレポートを提供し、その後、この題目についての質問と答えのセッションを開催しました。

2012 年世界卵の日 - 10 月 12 日金曜日

2012 年 IEC ロンドン カンファレンスで、IEC が新しい世界卵の日のウェブサイトを発表しました - www.worldeggday.com. 卵業界では国際的にメッセージを繰り広げ、卵を食べるメリットについて世界中の人々を教育する努力の一部である、新しい世界卵の日のウェブサイトは、英語、フランス語、スペイン語、中国語、イタリア語、日本語、ポルトガル語、ポーランド語、ヒンズー語、ロシア語の 10 ヶ国で提供されています。

2012 年 IEC ロンドン - カンファレンスのレポート

IEC カンファレンスは年に2回開催されます。今回はスペイン、マドリードで4月7日から9日に開催されます。IEC にご参加いただき、世界の卵業界のリーダーの方々と直接アイデアを交換できる絶好の機会です。

終わり