

# Cage-Free Tracker

 एशिया



2025 संस्करण



### सिनर्जिया एनिमल द्वारा दिसंबर 2025 में प्रकाशित रिपोर्ट।

इस रिपोर्ट में दी गई जानकारी 31 अक्टूबर, 2025 तक की है।

इस तिथि के बाद कंपनियों द्वारा दी जाने वाली कोई भी नई जानकारी या अपडेट भविष्य की रिपोर्टों में शामिल की जाएगी।

# सामग्री

---

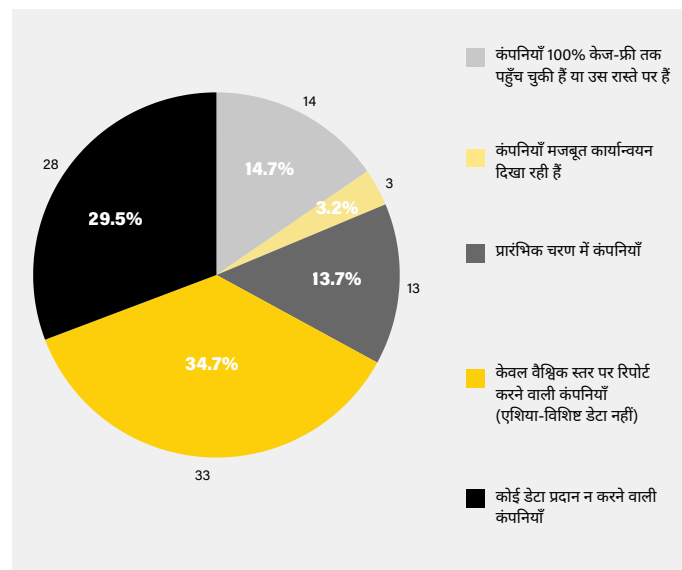
- 04 1मुख्य परिणाम
- 05 एशिया में केज-फ्री आंदोलन
- 07 'केज-फ्री' का क्या अर्थ है?
- 09 केज-फ्री नीति क्या होती है?
- 10 सर्वे कैसे किया गया?
- 11 प्रमुख निष्कर्ष
- 13 समग्र भागीदारी
- 15 टियर के अनुसार रैंकिंग
- 23 अन्य महत्वपूर्ण डेटा: रिपोर्ट के आँकड़े
- 27 कंपनियाँ जिनकी पूर्ण लागूकरण तिथि 2025 है
- 29 मुख्य चुनौतियाँ
- 30 निष्कर्ष और आगे के कदम
- 31 शब्दावली

# प्रस्तावना

Sinergia Animal का 2025 Asia Cage-Free Tracker ("Tracker") यह साफ़ दिखाता है कि पूरे क्षेत्र में कंपनियाँ केज-फ्री अंडों के उपयोग की अपनी प्रतिबद्धता को बेहद अलग-अलग रफ़्तार से लागू कर रही हैं। कहीं उल्लेखनीय प्रगति दिखती है, तो कहीं अभी भी बड़ी चुनौतियाँ बनी हुई हैं। एशिया दुनिया के लगभग 65% अंडा उत्पादन का केंद्र है।<sup>1</sup> ऐसे में यह क्षेत्र खाद्य सुरक्षा, स्थिरता और पशु कल्याण को प्रभावित करने की बड़ी क्षमता रखता है। फिर भी, यह विशाल उत्पादन अब तक मुख्य रूप से बैटरी केज सिस्टम पर टिका रहा है—एक ऐसा तरीका जो मृगियों<sup>2</sup> के प्राकृतिक व्यवहार को लगभग पूरी तरह रोक देता है और नैतिक दृष्टि से तथा सार्वजनिक स्वास्थ्य के लिहाज़ से गंभीर चिंताएँ खड़ी करता है।<sup>3</sup>

यूरोप और उत्तर अमेरिका के विपरीत, जहाँ केज-फ्री बदलावों को कानून ने आगे बढ़ाया है, एशिया में इस तरह की मजबूत नीतियाँ लगभग न के बराबर रही हैं। Sweden ने कई दशक पहले ही केज सिस्टम पर प्रतिबंध लगा दिया था, और उसके बाद European Union, New Zealand, Canada और U.S. states के कई राज्यों ने भी ऐसा ही कदम उठाया।<sup>4</sup> इसके उलट, India ने बैटरी केज को सीमित करने के लिए सलाहें तो जारी की हैं, लेकिन उनका पालन एकसमान तरीके से नहीं हो पाता।<sup>5</sup> पूरे क्षेत्र में Indonesia, Thailand, Malaysia और Japan जैसे देशों में अभी भी केज-आधारित उत्पादन हावी है, और बदलाव मुख्य रूप से कंपनियों की स्वैच्छिक प्रतिबद्धताओं पर निर्भर है।<sup>6</sup> ऐसे में, जब कानूनी नियम बाध्यकारी नहीं हैं, तो कॉर्पोरेट ज़िम्मेदारी और नागरिक समाज का दबाव बदलाव की सबसे बड़ी ताकत बन जाते हैं। साथ ही, विश्वसनीयता बनाए रखने के लिए पारदर्शिता का महत्व भी और अधिक बढ़ जाता है।<sup>7</sup>

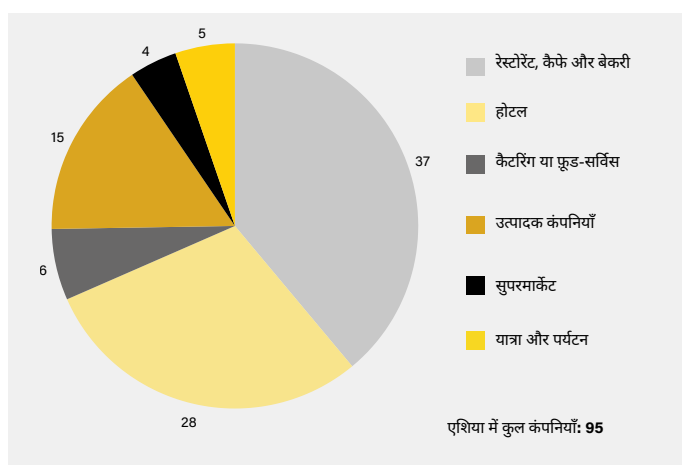
बदलाव के स्पष्ट संकेत अब उभरने लगे हैं। हमारे विश्लेषण से पता चलता है कि Malaysia और Japan में केज-फ्री फार्म यह दिखाते हैं कि ठोस और प्रभावी परिवर्तन केवल संभव ही नहीं, बल्कि व्यावहारिक भी है। वहीं Japan और Thailand में कंपनियाँ केज-फ्री अंडों की सोर्सिंग को अपने व्यवसाय मॉडल में शामिल कर रही हैं। यह दर्शाता है कि नवाचार और उपभोक्ता मांग साथ मिलकर सुधार की गति को तेज़ कर सकते हैं और उद्योग के रूपांतरण को आगे बढ़ा सकते हैं। फिर भी, Indonesia और India यह दिखाते हैं कि कंपनियों के वैश्विक वादों और उनके स्थानीय स्तर पर वास्तविक क्रियान्वयन के बीच अब भी स्पष्ट अंतर बना हुआ है। Malaysia में शुरुआती दिलचस्पी तो नज़र आती है, लेकिन वहाँ पारदर्शिता सीमित है और रिपोर्टिंग भी पर्याप्त मजबूत नहीं है। क्योंकि एशिया दुनिया के कुल अंडा उत्पादन का लगभग 65% हिस्सा रखता है—और अकेला China लगभग 38% का योगदान देता है—इसलिए इस क्षेत्र की प्रगति वैश्विक स्तर पर केज-फ्री सिस्टम की ओर होने वाले परिवर्तन को तय करने में अत्यंत महत्वपूर्ण साबित होगी।<sup>8</sup>



2025 में, Tracker ने पाँच एशियाई देशों की 95 कंपनियों का विस्तृत मूल्यांकन किया, जो 2024 में शामिल 78 कंपनियों की तुलना में स्पष्ट रूप से बड़ा दायरा है। निष्कर्षों से पता चलता है कि 14.7% (14 कंपनियाँ) पूरी तरह केज-फ्री सोर्सिंग हासिल कर चुकी हैं या 100% लक्ष्य की ओर ठोस प्रगति पर हैं, जबकि 3.2% (3 कंपनियाँ) मजबूत लागूकरण दिखा रही हैं। इसके साथ ही, 13.7% (13 कंपनियाँ) अभी भी शुरुआती चरण में हैं। दूसरी तरफ, 34.7% (33 कंपनियाँ) केवल वैश्विक स्तर पर रिपोर्ट जारी करती हैं और उनमें एशिया-विशेष डेटा उपलब्ध नहीं होता, जबकि 29.5% (28 कंपनियाँ) कोई रिपोर्टिंग ही नहीं करतीं। आधे से अधिक कंपनियों की समय-सीमा 2025 में ही तय है, और सिर्फ़ कुछ—जैसे Nando's, Kempinski और Lotus's Supermarket (पूर्व में Tesco Lotus)—अपनी समय-सीमा को 2027-2030 तक बढ़ाती हैं। कुल मिलाकर, 2024 की तुलना में 2025 का अपडेट अधिक गंभीर परिदृश्य दर्शाता है। भागीदारी का दायरा ज़रूर बढ़ा है, लेकिन लागूकरण और पारदर्शिता की खामियाँ अभी भी स्पष्ट रूप से बनी हुई हैं।

इन प्रमुख आंकड़ों से आगे देखें तो एशिया में केज-फ्री अंडों की आपूर्ति बढ़ ज़रूर रही है, लेकिन यह अब भी असमान बनी हुई है। उपलब्धता मुख्य रूप से Tokyo, Bangkok, और Jakarta जैसे बड़े महानगरीय क्षेत्रों के आसपास केंद्रित है, जबकि ग्रामीण और द्वितीयक बाज़ारों में इन अंडों तक पहुँच अब भी सीमित रहती है।

2025 में, Tracker ने एशिया के प्रमुख खाद्य क्षेत्रों में 95 कंपनियों को चिन्हित कर उनका मूल्यांकन किया, ताकि सेक्टर और भौगोलिक प्रतिनिधित्व के बीच संतुलन बनाया जा सके। इस नमूने में 37 रेस्टोरेंट, कैफ़े और बेकरी, 28 होटल, 6 कैटरिंग या फूड-सर्विस कंपनियाँ, 15 उत्पादक कंपनियाँ, 4 सुपरमार्केट, और 5 ट्रेवल व टूरिज़्म से जुड़ी कंपनियाँ शामिल थीं। कुल कंपनियों में सबसे बड़ा हिस्सा रेस्टोरेंट और कैफ़े का था, उसके बाद होटलों और मैनुफैक्चरर्स का स्थान रहा। वहीं कैटरिंग, सुपरमार्केट और ट्रेवल सेक्टर का हिस्सा छोटा होते हुए भी प्रभावशाली माना गया।





भौगोलिक दृष्टि से, Tracker ने Thailand (56 कंपनियों), Indonesia (57), Japan (55), Malaysia (46) और India (42) को कवर किया, जिससे तेज़ी से बढ़ती अर्थव्यवस्थाओं और विविध नीति वातावरण का मिश्रित प्रतिनिधित्व सामने आया। Indonesia और Thailand में सबसे अधिक कंपनी भागीदारी दर्ज की गई, जिसका मुख्य कारण होटल और रेस्टोरेंट/कैफ़े सेक्टर थे। इन दोनों देशों में यह सेक्टर कुल कंपनियों के 60% से अधिक हिस्से के लिए ज़िम्मेदार रहा। इसके विपरीत, India और Malaysia में निर्माताओं और मिश्रित सेक्टर में काम करने वाली कंपनियों का अनुपात अपेक्षाकृत अधिक था, जो बताता है कि वहाँ सप्लाय-चेन संरचना अधिक विविध है। कुल मिलाकर, मूल्यांकन में शामिल अधिकांश कंपनियाँ बहुराष्ट्रीय समूह हैं, जो इन पाँच देशों में से दो या अधिक देशों में संचालन करती हैं। टेबल 1 प्रत्येक देश के सेक्टर-वितरण का विस्तृत विवरण प्रस्तुत करता है:

देश	होटल	रेस्टोरेंट/कैफ़े	कैटरिंग/फूड सर्विसेज़	निर्माता कंपनियाँ	सुपरमार्केट	ट्रैवल और टूरिज़्म	कुल कंपनियाँ	बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ
India	11	11	5	14	-	1	42	42
Indonesia	20	21	4	9	-	3	57	50
Japan	15	21	1	13	-	5	55	51
Malaysia	16	13	4	9	1	3	46	46
Thailand	21	14	2	11	4	4	56	53

यह तस्वीर साफ़ दर्शाती है कि एशिया के खाद्य क्षेत्र में कॉर्पोरेट भागीदारी तो व्यापक रूप से फैली हुई है, लेकिन केज-फ्री प्रतिबद्धताओं की प्रगति विभिन्न क्षेत्रों और सेक्टरों में अब भी बेहद असंतुलित और अलग-अलग गति से आगे बढ़ रही है।

2025 में शामिल किए गए नए कंपनियों के समूह ने यह और भी उजागर किया कि पारदर्शिता से जुड़ी चुनौतियाँ लगातार बनी हुई हैं। कई क्षेत्रीय और बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ पहली बार Tracker का हिस्सा बनीं, लेकिन एशिया-विशेष लागूकरण से संबंधित सीमित जानकारी और मापने योग्य खुलासों की कमी के कारण उन्हें निचले स्तरों में रखा गया। इनमें Dough Lab, Impiana Hotels, Archipelago International और Rimping Supermarket जैसी कंपनियाँ शामिल हैं। साथ मिलकर, ये नए प्रतिभागी कुल मूल्यांकित कंपनियों के लगभग पाँचवें हिस्से का प्रतिनिधित्व करते हैं, जो यह दर्शाता है कि प्रभावशाली ब्रांड भी क्षेत्रीय लागूकरण, पारदर्शिता और रिपोर्टिंग के मामले में अब भी पीछे चल रहे हैं।

हौसला बढ़ाने वाली बात यह है कि कुछ सफल उदाहरण दिखाते हैं कि बदलाव पूरी तरह संभव है। Shake Shack, Starbucks, Capella Hotel Group, Illy Caffè और Aman Resorts जैसी कंपनियों ने साबित किया है कि एशिया में सिर्फ़ तीन से चार साल के भीतर केज-फ्री परिवर्तन हासिल किया जा सकता है। उनका नेतृत्व यह दिखाता है कि जटिल सप्लाय-चेन के बावजूद भी वादों को केवल घोषणा तक सीमित नहीं रहना पड़ता—उन्हें प्रभावी रूप से व्यवहार में बदला जा सकता है।

अब असली चुनौती इन सफलताओं को बड़े पैमाने पर लागू करने की है। नीति-निर्माताओं के लिए ज़रूरी है कि वे ऐसे मानक अपनाएँ जिन्हें स्पष्ट रूप से लागू कराया जा सके। कंपनियों को केज-फ्री सोर्सिंग को अपनी स्थिरता और ESG प्राथमिकताओं का स्थायी हिस्सा बनाना होगा। उपभोक्ताओं और निवेशकों को पारदर्शिता को प्रोत्साहित करना चाहिए, साथ ही पीछे रह जाने वालों पर कार्रवाई के लिए दबाव भी बनाना होगा। एशिया के पास सिर्फ़ इस वैश्विक केज-फ्री आंदोलन का हिस्सा बनने का ही नहीं, बल्कि इसे नेतृत्व देने का अवसर है—यह दिखाते हुए कि आर्थिक वृद्धि, स्थिरता और पशु कल्याण एक साथ आगे बढ़ सकते हैं। यहाँ लिए गए निर्णय आने वाले कई दशकों तक वैश्विक खाद्य तंत्र को आकार देंगे।<sup>6</sup>



**Nurkhayati Darunifah**  
कॉर्पोरेट अकाउंटेबिलिटी लीड – एशिया

# मुख्य परिणाम



## ज़्यादा कंपनियों का मूल्यांकन:

**2025** रिपोर्ट में कुल **95** कंपनियाँ शामिल की गई, जो **2024** की तुलना में **22%** (**17** कंपनियों) की वृद्धि दर्शाती है।

### नई प्रतिबद्धताएँ:

रिपोर्टिंग अवधि के दौरान **7%** (**7** कंपनियों) ने नई केज-फ्री प्रतिबद्धताएँ कीं।

### पूर्ण परिवर्तन:

**8.4%** (**8** कंपनियाँ) पूरी तरह **100%** केज-फ्री सप्लाई चेन अपना चुकी हैं, जबकि **6.3%** (**6** कंपनियाँ) कहती हैं कि वे **2025** के अंत तक पूरा लागूकरण हासिल कर लेंगी।

### रिपोर्टिंग में पारदर्शिता:

**10.5%** (**10** कंपनियाँ) एशिया-विशेष रिपोर्ट प्रकाशित करती हैं, **43.2%** (**41** कंपनियाँ) केवल वैश्विक स्तर पर रिपोर्ट जारी करती हैं, और **16.8%** (**16** कंपनियाँ) एक ही रिपोर्ट में वैश्विक और क्षेत्रीय दोनों प्रगति साझा करती हैं। इस प्रकार कुल **70.5%** (**67** कंपनियाँ) किसी न किसी रूप में प्रगति का अद्यतन सार्वजनिक करती हैं।

### 2025 या उससे पहले की समय-सीमा वाली कंपनियाँ:

कुल **75.8%** (**72** कंपनियाँ) ने अपना लागूकरण लक्ष्य **2025** या उससे पहले तय किया है।

इनमें से **8.4%** (**8** कंपनियाँ) यह लक्ष्य पहले ही पूरा कर चुकी हैं, जबकि **6.3%** (**6** कंपनियाँ) कहती हैं कि वे इसे **2025** के अंत तक हासिल कर लेंगी। इसके अलावा **17.9%** (**17** कंपनियाँ) लागूकरण के अलग-अलग स्तर पर हैं। **23.2%** (**22** कंपनियाँ) केवल वैश्विक स्तर पर रिपोर्ट जारी करती हैं, और **20%** (**19** कंपनियाँ) अपनी लागूकरण स्थिति पर कोई रिपोर्टिंग नहीं करतीं।

### मल्टीनेशनल कंपनियाँ:

**77.9%** (**74** कंपनियाँ) मल्टीनेशनल हैं, जबकि **22.1%** (**21** कंपनियाँ) केवल एशिया में ही संचालन करती हैं।

मल्टीनेशनल कंपनियों में:

- **6** कंपनियाँ अपनी प्रतिबद्धताओं को पूरी तरह लागू कर चुकी हैं।
- **4** कंपनियाँ पुष्टि करती हैं कि वे **2025** के अंत तक पूरा लागूकरण पूरा कर लेंगी।
- **4** कंपनियाँ **40%** से अधिक स्तर पर मजबूत से मध्यम प्रगति दिखाती हैं।
- **33** कंपनियाँ केवल वैश्विक स्तर पर रिपोर्ट करती हैं और एशिया-विशेष डेटा साझा नहीं करतीं।
- **17** कंपनियाँ किसी भी प्रकार की सार्वजनिक रिपोर्टिंग उपलब्ध नहीं करातीं।

### क्षेत्र में भागीदारी:

एशिया भर में कॉर्पोरेट भागीदारी लगातार बढ़ रही है, लेकिन पारदर्शिता और पूर्ण लागूकरण अब भी असमान बने हुए हैं। यह स्थिति मजबूत क्षेत्रीय जवाबदेही और अधिक सुसंगत सार्वजनिक रिपोर्टिंग की आवश्यकता को उजागर करती है। Tracker में शामिल पाँच देशों में हैं:

### Indonesia

Indonesia अब भी सबसे सक्रिय देशों में से एक है। यहाँ **57** कंपनियाँ शामिल हैं, जिनमें से **43** (**75.4%**) ने प्रगति की रिपोर्ट दी है। यह देश **Tier A** में सबसे अधिक प्रदर्शन करने वाली कंपनियों (**11** कंपनियाँ) को दर्ज करता है, जिन्हें बड़े होटल और रेस्टोरेंट चेन लीड कर रहे हैं। फिर भी, एक बड़ी संख्या अब भी **Tier D.1** (**22** कंपनियाँ) और **Tier E** (**14** कंपनियाँ) में है, जो बाज़ार में असमान अपनाने को दर्शाता है।

### India

India इसके तुरंत बाद आता है, जहाँ कुल **42** कंपनियों में से **33** (**78.6%**) ने प्रगति का खुलासा किया है। हालाँकि **8** कंपनियाँ **Tier A** तक पहुँच चुकी हैं, लेकिन अधिकांश—**18** कंपनियाँ **Tier D.1** में और **8** **Tier E** में—यह दिखाता है कि मजबूत बहुराष्ट्रीय उपस्थिति होने के बावजूद लागू किए जाने की प्रक्रिया असंगत बनी हुई है।

### Japan

Japan क्षेत्र में सबसे कम रिपोर्टिंग दर दिखाता है। यहाँ **55** कंपनियों में से केवल **39** (**70.9%**) ने अपडेट प्रकाशित किए हैं। **Tier A** (**9** कंपनियाँ) से आगे की प्रगति सीमित है, और **Tier D.1** तथा **Tier E** में अधिक संख्या (**15** कंपनियाँ) यह दर्शाती है कि घरेलू सप्लाई चेन में प्रगति धीमी है और पारदर्शिता भी कम है।

### Thailand

Thailand **56** में से **44** कंपनियों (**78.6%**) के साथ संयुक्त रूप से सबसे अधिक रिपोर्टिंग दर हासिल करता है, जो उच्च जागरूकता और भागीदारी दिखाता है। फिर भी, **26** कंपनियों के **Tier D.1** में होने से साफ़ है कि अधिकांश व्यवसाय अब भी शुरुआती चरणों में हैं, जबकि ठोस नतीजे कुछ चुनिंदा प्रमुख ब्रांडों तक सीमित हैं।

### Malaysia

Malaysia क्षेत्रीय केज-फ्री आंदोलन में शुरुआती और प्रभावशाली भूमिका निभाता रहा है। यहाँ **46** कंपनियों का मूल्यांकन किया गया, जिनमें से **35** (**76.1%**) ने प्रगति की रिपोर्ट दी है। हालाँकि, केवल चार कंपनियाँ (दो **Tier A.1** और दो **Tier A.2** में) उच्चतम जवाबदेही स्तर तक पहुँच पाई हैं, जबकि **21** कंपनियाँ अब भी **Tier D.1** में हैं।



# एशिया में केज फ्री अभियान

2025 में, एशिया दुनिया का प्रमुख अंडा-उत्पादक क्षेत्र बना रहा, जो वैश्विक उत्पादन का लगभग दो-तिहाई हिस्सा देता है।<sup>9</sup> इस उत्पादन का बड़ा भाग आज भी बैटरी केज सिस्टम से आता है, जहाँ अनुमानित 85-90% लेयर मुर्गियाँ रखी जाती हैं। इसके मुकाबले, aviary, barns, free-range या organic farms जैसे केज-फ्री सिस्टम कुल उत्पादन का केवल 10-15% ही बनाते हैं।<sup>10</sup> यह असंतुलन दिखाता है कि कई NGOs के प्रयासों और उपभोक्ताओं तथा कंपनियों में बढ़ती जागरूकता के बावजूद, केज-फ्री सप्लाई चेन को बड़े पैमाने पर लागू करना अभी भी चुनौती बना हुआ है। इसके विपरीत, यूरोप में केज-फ्री हिस्सेदारी 65-70% से भी अधिक है, जहाँ जर्मनी, नीदरलैंड और Sweden जैसे कई देशों में यह स्तर पहले ही 80%<sup>11</sup> से ऊपर पहुँच चुका है। उत्तरी अमेरिका में भी स्थिति बेहतर है—यूनाइटेड स्टेट्स में 40-45% और कनाडा में लगभग 30% उत्पादन केज-फ्री है।<sup>12</sup> यह तेज़ अंतर साफ दिखाता है कि एशिया अभी भी उच्च-कल्याण वाले प्रणालियों को अपनाने में काफी पीछे है, जबकि वही दुनिया के अंडा उत्पादन का बड़ा हिस्सा आगे बढ़ा रहा है।

साथ ही, एशिया व्यापक स्तर पर खाद्य प्रणालियों में टिकाऊपन और मजबूती से अलग नहीं रहा है। इस संदर्भ में, एशिया के खाद्य उद्योग की ज़िम्मेदारी सिर्फ अपने क्षेत्रीय संचालन तक सीमित नहीं रहती। यहाँ लिए गए निर्णय वैश्विक स्तर पर पशु कल्याण, खाद्य सुरक्षा और उपभोक्ता विश्वास जैसे मानकों को प्रभावित करते हैं, और इसके साथ ही अधिक मजबूत और ज़िम्मेदार खाद्य प्रणालियों के निर्माण में योगदान भी देते हैं।

एशिया में उपभोक्ताओं की अपेक्षाएँ भी बदल रही हैं। पशु कल्याण अभी भी एक नया सार्वजनिक मुद्दा है, लेकिन सर्वे बताते हैं कि पारदर्शिता और भोजन के स्रोत के प्रति रुचि लगातार बढ़ रही है।<sup>13</sup> खासकर शहरी मध्यम-वर्गीय बाज़ारों में उपभोक्ता उन ब्रांडों का समर्थन करने के लिए अधिक तैयार दिख रहे हैं, जो नैतिक स्रोतों से सामान लेते हैं और अपनी ज़िम्मेदारी स्पष्ट रूप से दिखाते हैं। यह रुझान उन व्यवसायों के लिए नए अवसर पैदा कर रहा है, जो मजबूत कल्याण मानकों पर काम करते हैं और अपनी प्रगति को खुले तरीके से साझा करते हैं।

Sinergia Animal के दृष्टिकोण से, हम देखते हैं कि केज-फ्री सोर्सिंग क्षेत्र में लगातार गति पकड़ रही है। अधिक कंपनियाँ अब सार्वजनिक प्रतिबद्धताएँ कर रही हैं, और कुछ ने तो कम समय में पूरी तरह इन मानकों को लागू भी कर लिया है।





यह प्रगति दो वजहों से आगे बढ़ रही है—एक तरफ अंतरराष्ट्रीय ब्रांड अपने वैश्विक मानकों को एशिया के अनुसार ढाल रहे हैं, और दूसरी तरफ क्षेत्रीय कंपनियाँ भी समझ रही हैं कि पशु संरक्षण को अपनी दीर्घकालिक रणनीतियों में शामिल करना कितना ज़रूरी है।

इस रिपोर्ट में, हम एशिया की उन प्रमुख कंपनियों को उजागर करते हैं जो **2025 तक अपनी पूरी तरह केज-फ्री संचालन की प्रतिबद्धता को पूरा करने की राह पर हैं:**



#### Capella Hotel Group

एक लग्जरी होटल ब्रांड जिसने एशिया में अपने सभी संचालन में पूरी तरह केज-फ्री सोर्सिंग लागू कर दी है।



#### Illy Caffè

एक वैश्विक कॉफी ब्रांड जिसकी एशिया में मजबूत मौजूदगी है और जिसने सफलतापूर्वक केज-फ्री सोर्सिंग को अपनाया है।



#### Lotus Bakeries

एक बहुराष्ट्रीय खाद्य निर्माता जिसने 100% केज-फ्री सोर्सिंग की अपनी परिवर्तन प्रक्रिया पूरी कर ली है।



#### Pizza Express

एक अंतरराष्ट्रीय रेस्टोरेंट श्रृंखला जिसने 2017 में प्रतिबद्धता ली थी और 2025 तक अपना बदलाव पूरा करने की राह पर मजबूती से आगे बढ़ रही है।



#### Bali Buda

Indonesia का एक क्षेत्रीय रेस्टोरेंट समूह, जिसने 100% केज-फ्री सोर्सिंग की प्रतिबद्धता ली है और 2025 के अंत तक अपना संक्रमण पूरा करने की दिशा में सही रास्ते पर है।

ऐसे बाज़ार-अग्रणी दिखाते हैं कि यह बदलाव दशकों की मांग नहीं करता—कंपनियाँ यदि पारदर्शिता और ज़िम्मेदारी के साथ आगे बढ़ें, तो तीन से चार साल में ही यह परिवर्तन संभव है। उनकी यह सफलता न सिर्फ सप्लाई चेन को बदल रही है, बल्कि पूरे उद्योग के लिए नए मानक भी तय कर रही है।

जैसे-जैसे ये प्रतिबद्धताएँ आगे बढ़ रही हैं, उनका प्रभाव पूरे क्षेत्र में फैलने की उम्मीद है, जिससे एशिया के अन्य ब्रांड भी इसी दिशा में कदम बढ़ाएँ। केज-फ्री सोर्सिंग को अब टिकाऊपन और कॉर्पोरेट ज़िम्मेदारी की योजनाओं का एक वैध और महत्वपूर्ण हिस्सा माना जा रहा है। इस परिप्रेक्ष्य में, हमारा प्रयास दोहरी दिशा में केंद्रित है, एक ओर यह सुनिश्चित करना कि की गई प्रतिबद्धताएँ पूरी हों, और दूसरी ओर उन कंपनियों पर दबाव बनाए रखना जो अब भी पीछे चल रही हैं।

उत्पादकों, खाद्य कंपनियों और उपभोक्ताओं के बीच सहयोग बेहद ज़रूरी है, लेकिन प्रगति के लिए सरकारों और वित्तीय संस्थानों की मजबूत भागीदारी भी उतनी ही अहम होगी। नियमों, प्रमाणन प्रणालियों और निवेश प्रोत्साहनों की भूमिका केज-फ्री सिस्टम को बड़े पैमाने पर अपनाने और एशिया में अंडा उत्पादन के लिए एक अधिक मानवीय और टिकाऊ भविष्य सुनिश्चित करने में निर्णायक साबित होगी।



# “केज-फ्री” का क्या मतलब होता है?

पारंपरिक बैटरी केज में मुर्गियों को बहुत भीड़भाड़ में रखा जाता है, जहाँ हर मुर्गी को अक्सर A4 शीट से भी कम जगह मिलती है।<sup>14</sup> ऐसी जगहों पर वे अपने पंख ठीक से फैलाना, घोंसला बनाना, बैठना या दाना चुगना—जो उनके लिए स्वाभाविक और ज़रूरी व्यवहार हैं—इन सबको नहीं कर पातीं। वैज्ञानिक अध्ययन बताते हैं कि ऐसी पाबंदियाँ उन्हें निराशा, तनाव और गंभीर सेहत संबंधी समस्याओं में धकेल देती हैं, जिनमें हड्डियों का कमज़ोर होना और अन्य कल्याण से जुड़ी दिक्कतें शामिल हैं।

केज-फ्री उत्पादन प्रणालियाँ एक बेहतर विकल्प पेश करती हैं। इनमें मुर्गियाँ खुले बाड़ों या बड़े खुले पक्षी-शेड में रहती हैं, और कई बार उन्हें बाहर आने-जाने की सुविधा भी मिलती है। इन स्थानों में अंडे देने के लिए नेस्ट बॉक्स, आराम करने के लिए बैठने की डंडियाँ, और ऐसा बिछावन होता है जिसमें वे दाना चुग सकें और धूल स्नान कर सकें।<sup>15</sup> ये सुविधाएँ मुर्गियों को एक अधिक स्वाभाविक माहौल देती हैं, जहाँ वे अपने प्राकृतिक व्यवहारों की व्यापक श्रेणी को खुलकर व्यक्त कर पाती हैं।

हालाँकि केज-फ्री प्रणालियों में भी सावधानी से प्रबंधन करने की ज़रूरत होती है और ये सभी कल्याण संबंधी चुनौतियों को पूरी तरह खत्म नहीं करतीं, फिर भी ये पिंजरे की तुलना में एक बड़ा सुधार मानी जाती हैं। जिन्हें सही तरीके से लागू किया जाए, वे झुंड की सेहत को बेहतर बनाए रखने, उत्पादन स्तर को स्थिर रखने और मुर्गियों को होने वाली पीड़ा को काफी हद तक कम करने में मदद करती हैं।

क्योंकि एशिया वैश्विक अंडा उत्पादन का प्रमुख केंद्र है, इसलिए इस क्षेत्र में केज-फ्री प्रणालियों की ओर बदलाव आपूर्ति श्रृंखलाओं को पूरी तरह नया रूप दे सकता है। यह कदम पशु कल्याण से जुड़े मजबूत मानक भी स्थापित कर सकता है, जो एशिया की सीमाओं से बाहर तक उद्योग की कार्यप्रणालियों को प्रभावित करेंगे।



# बैटरी केज की सच्चाई



## जगह की कमी:

एक ही पिंजरे में 12 तक मुर्गियों को ठूस दिया जाता है, जहाँ हर मुर्गी को अक्सर A4 आकार की शीट से भी कम जगह मिलती है।

16 17 18 19



## हताशा:

मुर्गियाँ अपने पंख पूरी तरह फैलाना, खुलकर चलना या घोंसला बनाना जैसे प्राकृतिक व्यवहार नहीं कर पातीं, जिससे उनमें हताशा और बेचैनी पैदा होती है।



## सार्वजनिक स्वास्थ्य:

Salmonella दुनिया भर में सबसे अधिक रिपोर्ट किए जाने वाले फूडबोर्न रोगजनकों में से एक है, और अंडों को इसके संक्रमण का प्रमुख माध्यम माना जाता है। Indonesia में की गई एक स्टडी में पाया गया कि सुपरमार्केट के अंडे Salmonella से संक्रमित थे—वह भी ऐसे स्ट्रेन्स से जो कई दवाओं के प्रति प्रतिरोधक हैं। यह संक्रमण अंडों के छिलकों पर भी मिला और अंडों के अंदर भी।<sup>20</sup>

दवाओं के प्रति प्रतिरोधी

बैक्टीरिया सार्वजनिक स्वास्थ्य के लिए एक बड़ी समस्या हैं, और यह खतरा एंटीबायोटिक्स और अन्य एंटीमाइक्रोबियल दवाइयों के गलत इस्तेमाल से और बढ़ जाता है। केवल 2019 में ही एंटीमाइक्रोबियल रेजिस्टेंस लगभग 50 लाख मौतों से जुड़ा पाया गया।<sup>21</sup> कुछ अध्ययनों में अलग-अलग हाउसिंग प्रणालियों में Salmonella के स्तर की तुलना की गई है, लेकिन नतीजे हमेशा एक जैसे नहीं होते क्योंकि यह ज्यादातर इस बात पर निर्भर करता है कि झुंड का प्रबंधन कितना अच्छा है। एशिया और अन्य क्षेत्रों से मिले प्रमाण बताते हैं कि अच्छी सफाई, मजबूत बायोसिक्योरिटी और सावधानीपूर्वक झुंड प्रबंधन Salmonella को नियंत्रित रखने के सबसे प्रभावी तरीके हैं। जब ये उपाय सही ढंग से अपनाए जाएँ, तो केज-फ्री, फ्री-रेंज और ऑर्गेनिक प्रणालियाँ भी पारंपरिक केज प्रणालियों जितनी सुरक्षित हो सकती हैं। सही प्रबंधन के साथ केज-फ्री प्रणालियाँ उच्च खाद्य सुरक्षा मानकों को हासिल कर सकती हैं, पशु कल्याण को बढ़ावा दे सकती हैं, और One Health तथा One Welfare ढाँचों का समर्थन कर सकती हैं—जो संयुक्त राष्ट्र द्वारा मान्यता प्राप्त वह अवधारणा है जो मानव, पशु और पर्यावरणीय स्वास्थ्य के आपसी संबंध को स्वीकार करती है।

# केज-फ्री नीति क्या होती है?

एशिया में स्थानीय संचालकों से लेकर बहुराष्ट्रीय कंपनियों तक कई संगठन अपनी सप्लाई चेन से पिंजरे में पाले गए अंडों को हटाने का संकल्प ले रहे हैं। इस Tracker में किसी प्रतिबद्धता को तभी मान्यता दी जाती है जब वह सार्वजनिक रूप से घोषित हो और अंडों के सभी प्रकार—शेल, तरल, पाउडर और सामग्री के रूप में उपयोग होने वाले अंडों—के लिए पूर्ण बदलाव को शामिल करे। अधिकतर रेस्तराँ, कैफ़े, बेकरी, होटल और कैटरिंग सेवा प्रदाता वर्ष 2025 को अपना लक्ष्य मानते हैं, जबकि सुपरमार्केट आम तौर पर 2028 का लक्ष्य रखते हैं। उत्पादन क्षेत्र तथा यात्रा और पर्यटन से जुड़ी कंपनियाँ भी केज-फ्री लक्ष्य अपनाने लगी हैं, हालाँकि जटिल स्रोत व्यवस्था और परिचालन संरचनाओं के कारण उनकी समय-सीमा अलग-अलग होती है।

केज-फ्री नीतियों में एशिया के खाद्य उद्योग में एक तरह की डोमिनो प्रतिक्रिया शुरू करने की क्षमता होती है। जब कोई एक कंपनी यह प्रतिबद्धता लेती है, तो उसके प्रतिस्पर्धियों पर भी इसी तरह की नीतियाँ अपनाने का दबाव बढ़ता है। उत्पादकों को केज-फ्री प्रणालियों की ओर बढ़ने या कम से कम इनके लिए अलग उत्पादन लाइन विकसित करने के लिए प्रोत्साहन मिलता है, और उपभोक्ताओं को औद्योगिक अंडा उत्पादन की वास्तविकताओं और पिंजरे से होने वाली पीड़ा के बारे में जागरूकता मिलती है।<sup>22</sup> यह श्रृंखला प्रतिक्रिया एशिया में इसलिए और भी महत्वपूर्ण है क्योंकि यहाँ उत्पादन का पैमाना इतना बड़ा है कि कुछ बड़े खिलाड़ियों द्वारा किया गया परिवर्तन भी वैश्विक स्तर पर असर डाल सकता है।

आम तौर पर, केज-फ्री नीति को लागू करने की प्रक्रिया कई चरणों में आगे बढ़ती है:

## 1 कंपनी अपने संचालन के तहत अंडों की आपूर्ति करती है या बेचती है।

- A. कंपनी एक सार्वजनिक केज-फ्री नीति जारी करती है, जिसमें वह पूरी तरह केज-फ्री आपूर्तिकर्ताओं पर जाने का वादा करती है।<sup>23</sup>
- B. यदि कोई कंपनी ऐसी नीति प्रकाशित नहीं करती, तो Sinergia Animal और अन्य संगठन संवाद शुरू करते हैं, और ज़रूरत पड़ने पर सार्वजनिक अभियानों के माध्यम से उसे यह नीति अपनाने के लिए प्रोत्साहित करते हैं।

## 2 कंपनी बदलाव की प्रक्रिया शुरू करती है, और अपनी सप्लाई चेन में केज-फ्री अंडों का अनुपात धीरे-धीरे बढ़ाती जाती है। साथ ही, प्रतिबद्ध समय-सीमा के भीतर 100% लक्ष्य पूरा होने तक नियमित प्रगति अपडेट भी प्रकाशित करती रहती है।





# सर्वे कैसे संचालित किया गया?



इस रिपोर्ट में वे सभी कंपनियाँ शामिल हैं जिन्होंने पिछले वर्षों में एशियाई बाजारों में केज-फ्री अंडों की सप्लाई चेन लागू करने का संकल्प लिया है और जो मूल्यांकन किए गए पाँच देशों—India, Indonesia, Japan, Malaysia, और Thailand—में से कम से कम एक में कार्यरत हैं। इसके अतिरिक्त, इसमें एशिया के अन्य हिस्सों में संचालन करने वाली वे कंपनियाँ भी शामिल हैं, जैसे वैश्विक ब्रांड Hilton, Nestlé, Starbucks और अन्य, जिनकी प्रतिबद्धताएँ क्षेत्र के कई देशों तक फैली हुई हैं।

**यह वर्गीकरण 31 October 2025 तक साझा की गई जानकारी के आधार पर तैयार किया गया है।**

इस तिथि के बाद कंपनियों द्वारा जारी किए गए अपडेट रैंकिंग में शामिल न हो पाए हों। सबसे ताज़ा जानकारी के लिए, कृपया कंपनियों की नवीनतम घोषणाओं और प्रकाशनों को देखें। कटऑफ तिथि के बाद रिपोर्ट की गई प्रगति को 2026 Asia Cage-Free Tracker की तैयारी में शामिल किया जाएगा।

## जानकारी के स्रोत:

इस रिपोर्ट में प्रस्तुत जानकारी विभिन्न माध्यमों से एकत्रित की गई है—कंपनियों द्वारा भरी गई प्रश्नावली, वेबसाइटों पर प्रकाशित सार्वजनिक वक्तव्य, स्थिरता रिपोर्टें, सोशल मीडिया, और पारदर्शिता को बढ़ावा देने के लिए काम करने वाले सहयोगी संगठनों का सहयोग, जिनके लिए हम आभार व्यक्त करते हैं। इस रिपोर्ट में दिए गए परिणाम और आँकड़ों का ऑडिट नहीं किया गया है; ये पूरी तरह कंपनियों द्वारा सार्वजनिक रूप से साझा की गई जानकारी पर आधारित हैं।

कुल 67 कंपनियों ने अपनी केज-फ्री प्रगति वेबसाइटों, स्थिरता रिपोर्टों और अन्य सार्वजनिक संचार माध्यमों के ज़रिए साझा की। इनमें से 6 कंपनियों ने Sinergia Animal की प्रश्नावली के माध्यम से सीधे अपडेट भी भेजे। दूसरी ओर, 6 कंपनियों ने रिपोर्टें तो प्रकाशित कीं, पर उनमें केज-फ्री प्रगति से संबंधित कोई जानकारी शामिल नहीं थी। इसके अलावा, 28 कंपनियों ने बिल्कुल भी कोई सार्वजनिक अपडेट जारी नहीं किया—इनमें से 6 कंपनियाँ ऐसी भी थीं जिन्होंने सामान्य स्थिरता या CSR रिपोर्टें तो प्रकाशित कीं, लेकिन अपने केज-फ्री संकल्प का किसी भी रूप में उल्लेख नहीं किया।



# मुख्य बिंदु



## रिपोर्टें प्राप्त करना

कंपनियाँ अपने केज-फ्री संकल्प को पहले से अधिक महत्व दे रही हैं, और यह उनके कार्यान्वयन रिपोर्टों में लगातार बढ़ रही संख्या से साफ़ दिखाई देता है। कुल रिपोर्टों में से 70.5% (67) विभिन्न तरीकों से प्राप्त हुईं। इसके अलावा, 10.5% (10) रिपोर्टों में एशिया या किसी एक देश में किए गए कार्यान्वयन का विस्तृत विवरण शामिल था।



## मल्टीनेशनल कंपनियों की भागीदारी

मूल्यांकन की गई कुल 74 मल्टीनेशनल कंपनियों में से 77% (57) ने अपनी केज-फ्री प्रगति सार्वजनिक रूप से साझा की है, जो बढ़ती पारदर्शिता और वैश्विक जवाबदेही को दर्शाता है। इनमें से 6 कंपनियों ने अपनी प्रतिबद्धताओं को पूरी तरह लागू कर दिया है, जबकि 4 कंपनियाँ वर्ष 2025 के अंत तक अपनी सप्लाई चेन को 100% केज-फ्री बनाने की योजना रखती हैं। एक कंपनी ने 40% से अधिक प्रगति की रिपोर्ट दी है, और 3 कंपनियाँ अभी शुरुआती चरण में हैं, जहाँ उनकी प्रगति 1-15% के बीच है। इसके बावजूद, 17 मल्टीनेशनल कंपनियों ने अब तक इस क्षेत्र में अपने केज-फ्री कार्यान्वयन से संबंधित कोई भी सार्वजनिक अपडेट प्रकाशित नहीं किया है।



## रिपोर्टिंग चैनलों में विविधता

कंपनियों ने अपनी प्रगति अलग-अलग माध्यमों के ज़रिए साझा की। कुल 70.5% (67) कंपनियों ने अपनी वेबसाइटों, स्थिरता रिपोर्टों या CSR रिपोर्टों के माध्यम से अपनी जानकारी प्रकाशित की, जिनमें से 6 कंपनियों ने Sinergia Animal की प्रश्नावली का सीधे उत्तर भी दिया, जिससे उनकी प्रतिबद्धताओं की अतिरिक्त पुष्टि होती है। वहीं, 29.5% (28) कंपनियों ने या तो कोई रिपोर्ट प्रकाशित नहीं की, या ऐसी रिपोर्ट जारी की जिसमें केज-फ्री प्रगति से संबंधित कोई जानकारी शामिल नहीं थी।



## कंपनियाँ जिन्होंने उत्तर तो दिया, लेकिन अपना क्षेत्र/देश विशेष रिपोर्ट प्रस्तुत नहीं की

मूल्यांकन में शामिल कंपनियों में से 43.2% (41) ने केवल वैश्विक स्तर पर प्रगति साझा की, जिसमें एशिया से संबंधित कोई विशिष्ट डेटा शामिल नहीं था। इसके विपरीत, 10.5% (10) कंपनियों ने एशिया के लिए अलग क्षेत्रीय रिपोर्ट प्रकाशित की, जबकि 16.8% (16) कंपनियों ने एक ही रिपोर्ट में वैश्विक और क्षेत्रीय—दोनों तरह का डेटा प्रस्तुत किया। उधर, 29.5% (28) कंपनियों ने या तो कोई रिपोर्ट जारी नहीं की, या जारी की गई रिपोर्ट में केज-फ्री प्रगति से संबंधित जानकारी शामिल नहीं थी।



## कंपनियाँ जिन्होंने न तो उत्तर दिया और न ही क्षेत्र/देश के अनुसार प्रगति रिपोर्ट की

कंपनियाँ जिन्होंने न तो उत्तर दिया और न ही क्षेत्र/देश के अनुसार प्रगति रिपोर्ट की: इस रिपोर्ट में शामिल कुल कंपनियों में से 29.5% (कुल 28 कंपनियाँ) ने किसी भी तरह का कार्यान्वयन प्रगति अपडेट साझा नहीं किया। इस समूह में Millenium & Copthorne जैसी मल्टीनेशनल कंपनियाँ शामिल हैं, साथ ही वे कंपनियाँ भी जिनकी प्रतिबद्धताएँ किसी विशेष देश से संबंधित हैं—जैसे Food Passion (Thailand) और IMU Hotel Kyoto (Japan)।



### पीछे रह रही कंपनियाँ

McCain Foods और General Mills अभी भी केवल वैश्विक स्तर की जानकारी ही साझा कर रही हैं और एशिया से संबंधित कोई अपडेट उपलब्ध नहीं करवा रही हैं, जबकि उनका पूर्ण कार्यान्वयन लक्ष्य वर्ष 2025 ही है। Costa Coffee भी इसी श्रेणी में बनी हुई है, क्योंकि इसकी ओर से कोई क्षेत्रीय प्रगति सार्वजनिक नहीं की गई है। वहीं, Food Passion, Four Seasons, और Central Food Retail ने अपने संकल्प तो दर्ज किए हैं, लेकिन अब तक कोई रिपोर्ट प्रकाशित नहीं की है, जिसके कारण उनके 2025 कार्यान्वयन की वर्तमान स्थिति स्पष्ट नहीं है।



### विविध संक्रमण स्तर

केज-फ्री अंडों की ओर कंपनियों का बदलाव अभी भी असमान गति से आगे बढ़ रहा है। कुल 8.4% (8 कंपनियाँ) अपनी केज-फ्री प्रतिबद्धताओं को पूरी तरह लागू कर चुकी हैं, जबकि 6.3% (6 कंपनियाँ) कहती हैं कि वे अपना कार्यान्वयन वर्ष 2025 के अंत तक पूरा कर लेंगी। इसके अलावा, 12.6% (12 कंपनियाँ) ने 15% से अधिक प्रगति की रिपोर्ट की है, जबकि 7 कंपनियाँ अभी 0.1-14% की सीमा में हैं—सिवाय Autogrill के, जिसने जून 2025 में CFT सर्वे के माध्यम से अपनी प्रगति साझा की थी, लेकिन कोई सार्वजनिक बयान या रिपोर्ट प्रकाशित नहीं की है। इसी दौरान, 32.6% (31 कंपनियाँ) केवल वैश्विक स्तर पर रिपोर्ट करती हैं और एशिया से संबंधित कोई विशिष्ट डेटा उपलब्ध नहीं करातीं। वहीं, 29.5% (28 कंपनियाँ) ने या तो कोई केज-फ्री प्रगति रिपोर्ट नहीं की, या अपनी सार्वजनिक घोषणाओं में इस जानकारी का उल्लेख ही छोड़ दिया।



### अंडों के उपयोग का वितरण

केज-फ्री मुर्गियों से प्राप्त अंडों के उपयोग की ओर बदलाव के मामले में एशियाई कंपनियाँ अलग-अलग स्तर की प्रगति दिखाती हैं। अधिकांश प्रतिबद्धताएँ आम तौर पर ताज़े या शेल तथा तरल अंडों को कवर करती हैं, जबकि प्रोसेस्ड या इनग्रेडिएंट-आधारित अंडों को कम निरंतरता के साथ शामिल किया जाता है। यह दर्शाता है कि अंडे शामिल करने वाले आउटसोर्स उत्पादों की पूरी तरह जाँच सुनिश्चित करना अभी भी कंपनियों के लिए एक बड़ा चुनौतीपूर्ण पहलू है। हम ज़ोर देकर कहना चाहते हैं कि पशुओं पर वास्तविक सकारात्मक प्रभाव डालने के लिए कंपनियों के लिए यह आवश्यक है कि वे अपनी प्रतिबद्धता को उन सभी प्रकार के अंडों तक विस्तारित करें, जिनका वे अपने उत्पादों में उपयोग करती हैं या बेचती हैं।

# भागीदारी

## 2025 की रिपोर्ट में कुल 95 कंपनियाँ शामिल थीं।

इनमें से 67 कंपनियों (70.5%) ने cage-free अंडों की सोर्सिंग के कुछ न कुछ स्तर पर कार्यान्वयन रिपोर्ट किया। इन कंपनियों में से 10.5% (10 कंपनियाँ) ने ऐसी रिपोर्टें प्रकाशित कीं जो विशेष रूप से एशिया या किसी एक देश को कवर करती थीं, 43.2% (41 कंपनियाँ) ने केवल वैश्विक स्तर पर रिपोर्टिंग की, और 16.8% (16 कंपनियाँ) ने एक ही रिपोर्ट में वैश्विक तथा एशिया-विशिष्ट दोनों तरह का डेटा प्रस्तुत किया।

## एशिया की कंपनियों की पूर्ण सूची

1. Accor
2. Aman Resorts
3. Archipelago International
4. Au Bon Pain
5. Autogrill HMSHost
6. Bali Buda
7. Banyan Tree Holdings
8. Best Western
9. Bloomin' Brands
10. Blue Steps Villa and Resto
11. Capella Hotel Group
12. Central Food Retail (Central Retail)
13. Chatrium Hotels & Residences
14. Club Med
15. Compass Group
16. Costa Coffee
17. Dough Lab
18. Ellior Group
19. Food Passion
20. Four Seasons
21. Gategroup
22. General Mills
23. Go To Foods (formerly Focus Brands)
24. Group Le Duff
25. Groupe Holder
26. Groupe Savencia
27. Grupo Bimbo
28. Hayashi Natural
29. Hilton
30. Hokkaido Baby
31. Hotel Matsumoto
32. Hyatt
33. IHG
34. IKEA
35. Illy - Caffè
36. Impiana Hotels/ Magma Group Berhad
37. IMU Hotel Kyoto
38. Inspire Brands
39. Ismaya Group
40. ISS World
41. JDE Peet's Coffee
42. Kempinski
43. Kraft Heinz
44. Krispy Kreme
45. Langham Hospitality Group
46. Le Pain Quotidien
47. Lotus PLC (Tesco)
48. Lotus Bakeries
49. Lotus's Supermarket (formerly Tesco Lotus)- CP Extra Public Co
50. Louvre Hotels
51. Mandarin Oriental
52. Marriot
53. McCain Foods
54. McCormick
55. Meliá Hotels International
56. Metro AG
57. MGM Resorts International
58. Millennium & Copthorne Hotels
59. Minor Foods
60. Minor Hotels
61. Mondelez
62. Nando's
63. Nestle
64. Norwegian Cruise Line
65. Panda Express
66. Pepsico
67. Pierre Herme
68. Pizza Express
69. Pizza Marzano

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| 70. Playon                                | 87. The Cheesecake Factory            |
| 71. Puratos                               | 88. The Peninsula Hotels              |
| 72. Radisson Hotel Group                  | 89. Toridoll Holdings Corporation     |
| 73. Raya Collection                       | 90. Travel Leisure Co                 |
| 74. Restaurant Brands International (RBI) | 91. Unilever                          |
| 75. Retail Food Group                     | 92. Viavia Restaurant                 |
| 76. REWE                                  | 93. Wyndham                           |
| 77. Rimping Supermarket                   | 94. YUM! Brands                       |
| 78. Royal Caribbean                       | 95. Zen Group (ZEN Corporation Group) |
| 79. SaladStop!                            |                                       |
| 80. Shake Shack                           |                                       |
| 81. Sodexo                                |                                       |
| 82. Spur Corporation                      |                                       |
| 83. SSP Group                             |                                       |
| 84. Starbucks                             |                                       |
| 85. Subway                                |                                       |
| 86. Sukishi Interngroup                   |                                       |



# स्तरों के अनुसार रैंकिंग



- **Indonesia** में **Bali Buda** और एशिया में **Capella Hotel Group** ने अपनी पूरी उत्पादन और मार्केटिंग श्रृंखला से केज अंडों का उपयोग पूरी तरह समाप्त कर दिया है। हम उनके इस सराहनीय प्रयास और पशु संरक्षण पर पड़ने वाले उनके सीधे सकारात्मक प्रभाव के लिए उन्हें हार्दिक बधाई और धन्यवाद देते हैं।
- एशिया की जिन कंपनियों ने अपने पूर्ण कार्यान्वयन के तय लक्ष्य को हासिल नहीं किया है, उनकी नीति स्थिति को लाल रंग में दर्शाया गया है।

## स्तर A

### A.1: 8 कंपनियाँ अपनी प्रतिबद्धता का 100% कार्यान्वयन पहले ही पूरा कर चुकी हैं।

एशिया रिपोर्ट में शामिल 8.4% कंपनियों ने 31 जुलाई 2025 से पहले ही क्षेत्रीय या राष्ट्रीय स्तर पर केज-फ्री मुर्गियों से प्राप्त अंडों की सोर्सिंग का 100% बदलाव पूरा कर लिया है। इसमें यह भी शामिल है कि प्रतिबद्धता किस वर्ष शुरू हुई थी और कंपनी इस नीति को पूरी तरह लागू करते हुए कितने वर्षों से कार्य कर रही है।

प्रतिबद्धता प्रारंभ वर्ष	कंपनी का नाम	केज-फ्री के वर्ष की संख्या	एशिया में जिन देशों में संचालित होती है
2018	Aman Resorts	7	TH, JP, CN, ID, IN, BT
2022	Capella Hotel Group	3	SG, TH, VN, ID, JP
2021	Illy Caffè	4	CN, JP, KR, IN, ID
2012	Lotus Bakeries	13	CN, KR, JP, MY, ID
2021	Pizza Marzano	4	ID, HK, MO, SG, IN, VN
2016	Shake Shack	9	JP, KR, SG, CN, TH, MY, VN, PH
2008	Starbucks	17	CN, JP, ID, IN, KR
2015	The Cheesecake Factory	10	CN, HK, TH

#### नोट्स:

Starbucks भले ही वर्तमान अवधि में 100% केज-फ्री सोर्सिंग दर्शाता है, लेकिन एशिया के कई बाजारों (जैसे *China* और *Japan*) में सीमित केज-फ्री उत्पादन भविष्य में इस स्तर को बनाए रखने की इसकी क्षमता पर असर डाल सकता है। इसके अलावा, नीति शुरू होने का वर्ष और कंपनी के केज-फ्री रहने के कुल वर्षों में अंतर इसलिए दिख सकता है क्योंकि कुछ कंपनियाँ अपनी प्रतिबद्धता को सार्वजनिक रूप से घोषित और औपचारिक करने से पहले ही इस प्रथा का पालन कर रही थीं।

**A.2: 6 कंपनियाँ सार्वजनिक रूप से बताती हैं कि वे वर्ष 2025 के अंत तक अपनी प्रतिबद्धता का 100% कार्यान्वयन पूरा कर लेंगी।**

एशिया रिपोर्ट में शामिल 6.3% कंपनियाँ 31 जुलाई 2025 तक अपनी प्रतिबद्धता की प्रगति की जानकारी देती हैं—जिनमें से दो कंपनियाँ यह रिपोर्ट क्षेत्रीय स्तर पर, तीन वैश्विक स्तर पर, और एक कंपनी दोनों—क्षेत्रीय और वैश्विक—स्तरों पर करती है। वे लिंक भी शामिल हैं जहाँ कंपनियों ने अपने कार्यान्वयन की जानकारी साझा की है और यह घोषित किया है कि वे 2025 के अंत तक अपना पूर्ण कार्यान्वयन लक्ष्य हासिल कर लेंगी।

प्रतिबद्धता प्रारंभ वर्ष	कंपनी का नाम	जुलाई 2025 तक कार्यान्वयन का प्रतिशत	31 दिसंबर 2025 तक प्रतिबद्धता का लिंक	एशिया में जिन देशों में संचालित होती है
2024	Bali Buda	Asia : 100	<a href="https://balibuda.com/blog/eggs-unsrambling-the-nutrition-types-and-environmental-impacts">https://balibuda.com/blog/eggs-unsrambling-the-nutrition-types-and-environmental-impacts</a>	ID
2019	Groupe Holder	Global : 100	<a href="https://www.groupeholder.com/en/page/our-commitments">https://www.groupeholder.com/en/page/our-commitments</a>	JP, TW, SG, ID, IN, KR
2021	Groupe Savencia	Global : 99.9	<a href="https://www.savencia-fromagedairy.com/wp-content/uploads/sites/2/2025/04/Savencia_2024_Annual_Report.pdf">https://www.savencia-fromagedairy.com/wp-content/uploads/sites/2/2025/04/Savencia_2024_Annual_Report.pdf</a>	CN, IN, JP, KR
2015	IKEA	Global : 100	<a href="https://www.ikea.com/global/en/images/IKEA_Sustainability_Report_2024.pdf">https://www.ikea.com/global/en/images/IKEA_Sustainability_Report_2024.pdf</a>	JP, IN, ID, MY, SG
2017	Pizza Express	Asia : 100/ Global : 100	<a href="https://www.pizzaexpress.com/-/media/Files/PDFs/2024/PEX_Cage_Free_2024_Fashx?utm_source">https://www.pizzaexpress.com/-/media/Files/PDFs/2024/PEX_Cage_Free_2024_Fashx?utm_source</a>	ID, IN, PH, SG, HK
2021	ViaVia Restaurant	Asia : 100	<a href="https://www.instagram.com/reel/C21-ko0rHhI/?igsh=NG1gMzMwN2wybTg1">https://www.instagram.com/reel/C21-ko0rHhI/?igsh=NG1gMzMwN2wybTg1</a>	ID

नोट:

Bali Buda ने 31 जुलाई 2025 के बाद 100% कार्यान्वयन हासिल किया, इसलिए इसे A.2 स्तर में सूचीबद्ध किया गया है। PizzaExpress ने Indonesia और India में पहले ही 100% कार्यान्वयन हासिल कर लिया है, जहाँ वे शेल और इनग्रेडिएंट—दोनों प्रकार के अंडों का उपयोग करते हैं। इसके अलावा, Singapore, Hong Kong, और Philippines में भी उनका कार्यान्वयन 100% है। IKEA ने FY24 में 100% केज-फ्री या फ्री-रेंज अंडों की सोर्सिंग हासिल की (रिपोर्ट की गई कवरेज लगभग 65%), जो FY25 के लक्ष्य से पहले है।

**स्तर B**

**B.1: 3 कंपनियाँ, जो अपनी प्रतिबद्धता के कार्यान्वयन की रिपोर्ट क्षेत्रीय या राष्ट्रीय स्तर पर प्रस्तुत करती हैं, 70%-98.99% की प्रगति दिखाती हैं।**

इस रिपोर्ट में शामिल 3.2% कंपनियों ने एशिया या राष्ट्रीय स्तर पर केज-फ्री मूर्गियों से प्राप्त अंडों की सोर्सिंग की दिशा में अपनी मौजूदा प्रगति साझा की है, और इनका कार्यान्वयन 70% से 98.99% के बीच है।

नीति स्थिति	कंपनी का नाम	शेल अंडे	तरल या प्रोसेस्ड अंडे	इनग्रेडिएंट के रूप में उपयोग होने वाले अंडे	एशिया में कार्यान्वयन का प्रतिशत	वैश्विक कार्यान्वयन का प्रतिशत	एशिया में जिन देशों में संचालित होती है
2023-2025	Hokkaido Baby	उपयोग करता है, कोई अपडेट नहीं	उपयोग करता है, कोई अपडेट नहीं	उपयोग करता है, कोई अपडेट नहीं	90%	-	ID
2020-2024	JDE Peet's Coffee	उपयोग करता है, कोई अपडेट नहीं	उपयोग करता है, कोई अपडेट नहीं	उपयोग करता है, कोई अपडेट नहीं	96%	66.40%	CN, JP
2024-2028	Zen Group (ZEN Corporation Group)	उपयोग करता है, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	उपयोग करता है, कोई अपडेट नहीं	80%	-	TH, LA, KH, MM

● Yellow — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 में है, ● Red — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 से पहले ही समाप्त हो चुकी है, ● Green — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 के बाद निर्धारित है

नोट:

Zen Group ने 80% प्रगति की रिपोर्ट की है, लेकिन यह केवल उनके Thailand में उपलब्ध उत्पादों पर लागू होती है। उनकी रिपोर्ट में अन्य देशों के लिए कोई विस्तृत जानकारी उपलब्ध नहीं है।

## B.2: 4 कंपनियाँ, जो अपनी प्रतिबद्धता के कार्यान्वयन की रिपोर्ट क्षेत्रीय या राष्ट्रीय स्तर पर प्रस्तुत करती हैं, 40%-69.99% की प्रगति दिखाती हैं।

इस रिपोर्ट में शामिल कंपनियों में से 4.2% ने एशिया में या राष्ट्रीय स्तर पर पिंजरे से मुक्त मुर्गियों से अंडे प्राप्त करने की दिशा में अपने संक्रमण की वर्तमान स्थिति पर रिपोर्ट दी है, जिसका कार्यान्वयन 40% और 69.99% के बीच है।

नीति स्थिति	कंपनी का नाम	शेल अंडे	तरल या प्रोसेस्ड अंडे	इनग्रेडिएंट के रूप में उपयोग होने वाले अंडे	एशिया में कार्यान्वयन का प्रतिशत	वैश्विक कार्यान्वयन का प्रतिशत	एशिया में जिन देशों में संचालित होती है
2019-2025	Best Western	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	40%	66.70%	LA, BD, CN, LK, MM, TH, VN
2019-2025	Hilton	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	50%	70%	JP, KR, FM
2022-2030	Nando's	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	52%	90%	MY, SG
2020-2025	Restaurant Brands International (RBI)	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	40%	Not informed	CN, IN, ID, JP, MY, PH, SG, TH

● Yellow — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 में है, ● Red — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 से पहले ही समाप्त हो चुकी है, ● Green — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 के बाद निर्धारित है

नोट:

Restaurant Brands International (RBI) ने एशिया में 40% प्रगति की रिपोर्ट की है, लेकिन अपने वैश्विक आँकड़े का खुलासा नहीं किया है। Hilton के लिए एशिया में प्रतिशत Sinergia Animal द्वारा कंपनी द्वारा प्रदान की गई जानकारी के आधार पर अनुमानित किए गए हैं।

## Level C

### C.1: क्षेत्रीय या राष्ट्रीय स्तर पर अपनी प्रतिबद्धता की रिपोर्ट करने वाली 6 कंपनियों ने 20%-39.99% के बीच प्रगति दिखाई है।

इस रिपोर्ट में शामिल कंपनियों में से 6.3% ने एशिया में या राष्ट्रीय स्तर पर पिंजरे से मुक्त मुर्गियों से अंडे प्राप्त करने की दिशा में अपने बदलाव की वर्तमान स्थिति पर रिपोर्ट दी है, जिसका कार्यान्वयन 20% और 39.99% के बीच है।

नीति स्थिति	कंपनी का नाम	शेल अंडे	तरल या प्रोसेस्ड अंडे	इनग्रेडिएंट के रूप में उपयोग होने वाले अंडे	एशिया में कार्यान्वयन का प्रतिशत	वैश्विक कार्यान्वयन का प्रतिशत	एशिया में जिन देशों में संचालित होती है
2016-2025	Accor	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	26%	56%	SG, MY, ID, TH, KH
2015-2025	Grupo Bimbo	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	32%	37%	CN, IN, KR, KZ, TR
2020-2025	Langham Hospitality Group	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	35%	80%	CN, ID, MY, TH, JP
2019-2025	Radisson Hotel Group	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	22%	24.30%	CN, IN, ID, TH, VN, MY, PH, BD, LK, SG
2015-2025	Subway	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	20%	36%	SG, MY, TH, PH, VN, ID
2020-2025	The Peninsula Hotels	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	38.60%	59.90%	HK, CN, JP, TH, PH, VN

● Yellow — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 में है, ● Red — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 से पहले ही समाप्त हो चुकी है, ● Green — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 के बाद निर्धारित है

नोट:

The Peninsula Hotels ने आंशिक जानकारी साझा की है, और एशिया के लिए दिया गया प्रतिशत Sinergia Animal द्वारा उपलब्ध डेटा के आधार पर अनुमानित है।

**C.2: क्षेत्रीय या राष्ट्रीय स्तर पर अपनी प्रतिबद्धता के कार्यान्वयन पर रिपोर्ट करने वाली 7 कंपनियों ने 1% से 19.99% की प्रगति दिखाई है।**

इस रिपोर्ट में शामिल कंपनियों में से 7.4% ने एशिया में या राष्ट्रीय स्तर पर पिंजरे से मुक्त मुर्गियों से अंडे प्राप्त करने की दिशा में अपने संक्रमण की वर्तमान स्थिति पर रिपोर्ट दी है, जिसका कार्यान्वयन 1% और 19.99% के बीच है।

नीति स्थिति	कंपनी का नाम	शेल अंडे	तरल या प्रोसेस्ड अंडे	इनग्रेडिएंट के रूप में उपयोग होने वाले अंडे	एशिया में कार्यान्वयन का प्रतिशत	वैश्विक कार्यान्वयन का प्रतिशत	एशिया में जिन देशों में संचालित होती है
2016–2025	Elior Group	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	1.40%	22%	IN, CN, HK
2019–2025	Autogrill HMSHost	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	15%	Not informed	IN, ID, MY
2019-2025	Central Food Retail (Central Retail)	कोई जानकारी नहीं	कोई जानकारी नहीं	कोई जानकारी नहीं	7.5%	N/A	TH, VN
2022–2025	Gategroup	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	5%	55%	JP, ID, KH, PH, SG
2016–2025	IHG	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	4.10%	70.30%	ID, LA, MY, MV, TH, JP, CN
2019–2028	Lotus's Supermarket (formerly Tesco Lotus) - CP Extra Public Company	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	कोई जानकारी नहीं	8%	-	TH
2024–2025	Louvre Hotels	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	8%	41%	CN, IN, ID, VN, MY

● Yellow — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 में है, ● Red — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 से पहले ही समाप्त हो चुकी है, ● Green — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 के बाद निर्धारित है

नोट:

Autogrill HMSHost को Tier C.2 में इसलिए शामिल किया गया है क्योंकि इसका 15% प्रगति आँकड़ा Sinergia Animal के सर्वे के माध्यम से रिपोर्ट किया गया था। इसकी स्थिरता रिपोर्ट में केवल इतना उल्लेख है कि 2024 में 419 प्रमाणित आपूर्तिकर्ताओं से खरीदारी की गई, जिससे सटीक केज-फ्री प्रगति की पुष्टि करना मुश्किल हो जाता है। - Central Food Retail की सार्वजनिक प्रतिबद्धता—जैसा कि उसकी वेबसाइट पर घोषित है—वर्ष 2025 तक केज-फ्री अंडों का अनुपात 50% तक बढ़ाने की है। इस लक्ष्य के भीतर, उसका अपना ब्रांड “My Choice” पहले ही 100% केज-फ्री हासिल कर चुका है। अक्टूबर 2025 में कंपनी ने बताया कि उसने अपने लक्ष्य का 15% पूरा कर लिया है—अर्थात उसकी कुल अंडा बिक्री में लगभग 7.5% बिक्री केज-फ्री अंडों की है। - Louvre Hotels ने केवल आंशिक जानकारी साझा की है, और एशिया के लिए दिया गया प्रतिशत उपलब्ध डेटा के आधार पर Sinergia Animal द्वारा अनुमानित किया गया है।



## D.1: 33 ऐसी कंपनियां जो वैश्विक स्तर पर रिपोर्ट करती हैं और क्षेत्रीय या राष्ट्रीय स्तर पर कोई विवरण प्रदान नहीं करती हैं।

इस रिपोर्ट में शामिल कंपनियों में से 34.7% कंपनियां क्षेत्रीय या राष्ट्रीय स्तर पर विभाजन किए बिना वैश्विक स्तर पर अपनी प्रतिबद्धता की स्थिति के बारे में जानकारी देती हैं।

नीति स्थिति	कंपनी का नाम	शेल अंडे	तरल या प्रोसेस्ड अंडे	इनग्रेडिएंट के रूप में उपयोग होने वाले अंडे	वैश्विक कार्यान्वयन का प्रतिशत	एशिया में जिन देशों में संचालित होती है
2023-2025	Banyan Tree Holdings	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	14%	CN, JP, KR, SG, TH
2016-2030	Bloomin' Brands	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	69%	CN, HK, JP, MY, TH
2022-2027	Club Med	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	51%	JP, CN, TH, VN, ID
2019-2025	Costa Coffee	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	74%	IN, JP, MY, PK
2015-2025	General Mills	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	76%	IN, TH, ID, MY, JP
2021-2025	Groupe Le Duff	कोई जानकारी नहीं	कोई जानकारी नहीं	कोई जानकारी नहीं	89%	JP
2021-2025	Inspire Brands	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	30%	SG, MY, PH, HK, IN
2019-2030	Kempinski	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	23.20%	ID, SG, TH
2017-2030	Kraft Heinz	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	66%	CN, IN, JP
2021-2025	Krispy Kreme	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	70%	JP, KR, TW, HK, CN
2021-2028	Lotus PLC (Tesco)	कोई जानकारी नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	90.5	TH, MY
2019-2024	Mandarin Oriental	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	93%	TH, CN, ID, MY, SG
2018-2025	Marriott	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	59.50%	CN, IN, JP, KR, ID, TH
2017-2025	McCain Foods	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	97%	IN, JP, TW, CN, KR, TH
2020-2025	Meliá Hotels International	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	40.70%	VN, TH, ID, MY, MM
2016-2027	Metro AG	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	55%	TR, RU, UA, IN, PK, JP
2020-2030	MGM Resorts International	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	79.30%	CN, JP

नीति स्थिति	कंपनी का नाम	शेल अंडे	तरल या प्रोसेस्ड अंडे	इनग्रेडिएंट के रूप में उपयोग होने वाले अंडे	वैश्विक कार्यान्वयन का प्रतिशत	एशिया में जिन देशों में संचालित होती है
2021-2027	Minor Foods	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	57%	TH, CN, VN, KH, MM, LA
2021-2027	Minor Hotels	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	27%	KH, CN, IN, ID, LA, MY, SG, TH, VN
2016-2025	Mondelez	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	66%	CN, IN, ID, JP, MY, PH
2015-2025	Nestlé	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	74.40%	CN, HK, JP, KR, TW
2015-2025	Norwegian Cruise Line	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	79%	JP, TH, VN, SG, MY
2020-2025	Puratos	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	31%	Asia
2024-2025	Raya Collection	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	92%	TH, MY
2016-2025	REWE	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	87%	HK, CN, TH, VN
2022-2025	Royal Caribbean	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	कोई जानकारी नहीं	95%	CN, HK, TW, JP, TH, VN
2016-2025	Sodexo	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	56.60%	CN, IN, MY, PH, SG
2021-2025	Spur Corporation	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	कोई जानकारी नहीं	90%	IN, SA
2020-2025	SSP Group	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	कोई जानकारी नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	78%	MY, PH, TH, SG, IN
2022-2030	Toridoll Holdings	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	4%	JP, ID, VN, SG, MY
2018-2025	Unilever	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	79%	CN, IN, JP, ID, TH, VN
2017-2025	Wendy's	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	70%	IN, CN, JP, ID, TH, VN
2021-2030	YUM! Brands	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	उपयोग किया गया, कोई अपडेट नहीं	94%	CN, IN, TH, MY, ID, PH

- Kempinski ने अपनी प्रतिबद्धता की पूर्ण कार्यान्वयन तिथि 2025 से बदलकर 2030 कर दी है। अधिक जानकारी के लिए देखें: Kempinski Sustainability <https://www.kempinski.com/en/content/download/99205/file/Kempinski> - कुल 41 कंपनियाँ अपनी कार्यान्वयन जानकारी केवल वैश्विक स्तर पर रिपोर्ट करती हैं। इस संख्या में इस श्रेणी की 33 कंपनियाँ शामिल हैं, साथ ही वे 8 कंपनियाँ भी शामिल हैं जो वैश्विक स्तर पर रिपोर्ट करती हैं और स्तर A.1 और A.2 में स्थित हैं, क्योंकि उन्होंने या तो कार्यान्वयन पूरा कर लिया है या यह बताया है कि वे 2025 में इसे पूरा कर लेंगी।

## D.2: ऐसी 0 कंपनियां हैं जिन्होंने अपनी प्रतिबद्धता बताई है लेकिन अभी तक कार्यान्वयन शुरू नहीं किया है।

इस रिपोर्ट में शामिल कंपनियों में से 0% कंपनियों ने पिछरे-मुक्त होने की प्रतिबद्धता जताई है, लेकिन कार्यान्वयन प्रक्रिया शुरू नहीं की है।

## स्तर E

### E.1: 28 कंपनियों ने प्रतिबद्धता पर अपनी प्रगति की रिपोर्ट नहीं दी।

इस रिपोर्ट में शामिल कंपनियों में से 29.5% कंपनियां अपने कार्यान्वयन की रिपोर्ट नहीं देती हैं। इन कंपनियों में से कुछ बहुराष्ट्रीय हैं जबकि अन्य केवल स्थानीय स्तर पर काम करती हैं।

प्रतिबद्धता प्रारंभ वर्ष	कंपनी का नाम	पूर्ण कार्यान्वयन की समय-सीमा	एशिया में जिन देशों में संचालित होती है
2024	Archipelago International	2031	ID, MY, PH
2021	Au Bon Pain	2025	TW, TH
2022	Blue Steps Villa and Resto	2023	ID
2022	Chatrium Hotels & Residences	2025	TH, MM, JP
2016	Compass Group	2025	IN, ID, JP, MY, SG, TH, VN
2024	Dough Lab	2025	ID
2021	Food Passion	2025	TH
2018	Four Seasons Hotels & Resorts	2025	TH, ID, IN, JP, MY, PH, VN
2017	Go To Foods (formerly Focus Brands)	2028	SG, IN, JP, CN
2024	Hayashi Natural	2028	JP
2021	Hotel Matsumoto	2027	JP
2019	Hyatt Hotels	2025	IN, ID, JP, CN, MY, TH
2024	Impiana Hotels / Magma Group Berhad	2028	MY, TH, ID
2020	IMU Hotel Kyoto	2027	JP
2022	Ismaya Group	2028	ID
2019	ISS World	2025	CN, IN, ID, HK, JP, MY, SG
2021	Le Pain Quotidien	2025	JP, IN, TR
2017	McCormick	2025	CN, IN, JP, MY, SG, KR
2018	Millennium & Copthorne Hotels	2025	SG, MY, ID, TH, VN

2022	Panda Express	2030	JP, PH, SA, KR
2020	PepsiCo	2025	CN, IN, PK, TH, VN, PH
2018	Pierre Hermé	2025	JP, HK, SG
2023	PlayOn	2025	ID
2016	Retail Food Group	2025	CN, SG, ID
2024	Rimping Supermarket	2027	TH
2018	SaladStop!	2025	SG, PH, ID, HK, TH
2023	Sukishi International Group	2025	TH, MY, CN, VN, HK
2020	Travel + Leisure Co	2025	JP, PH, TH

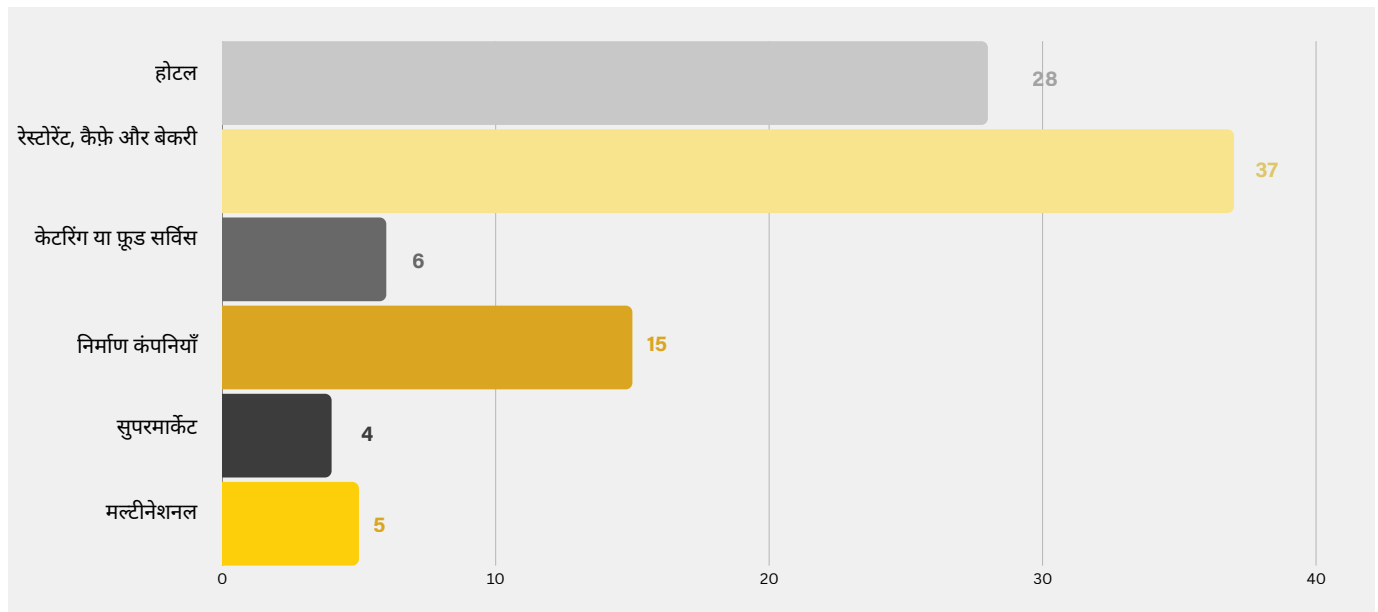
● Yellow — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 में है, ● Red — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 से पहले ही समाप्त हो चुकी है, ● Green — वे कंपनियाँ जिनकी समय-सीमा 2025 के बाद निर्धारित है

#### नोट:

Go To Foods (पूर्व में Focus Brands) ने अपने पूर्ण कार्यान्वयन की अंतिम तिथि 2025 से बढ़ाकर 2028 कर दी है।

# अन्य प्रासंगिक डेटा: संख्याओं में रिपोर्ट

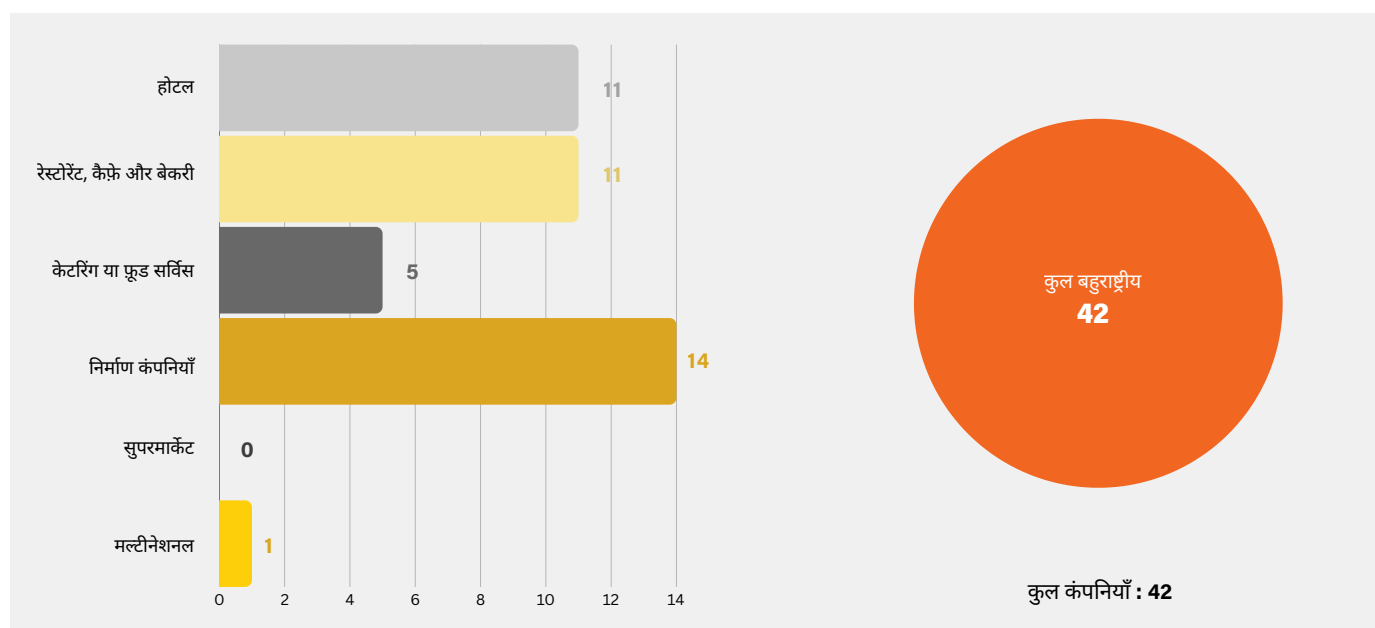
रिपोर्ट में शामिल की गई 95 कंपनियों में से 28 होटल हैं, 37 रेस्तरां, कैफे और बेकरी हैं, 6 खानपान या खाद्य सेवाएं प्रदान करती हैं, 15 विनिर्माण कंपनियां हैं, 4 सुपरमार्केट हैं और 5 यात्रा और पर्यटन क्षेत्र से संबंधित हैं।



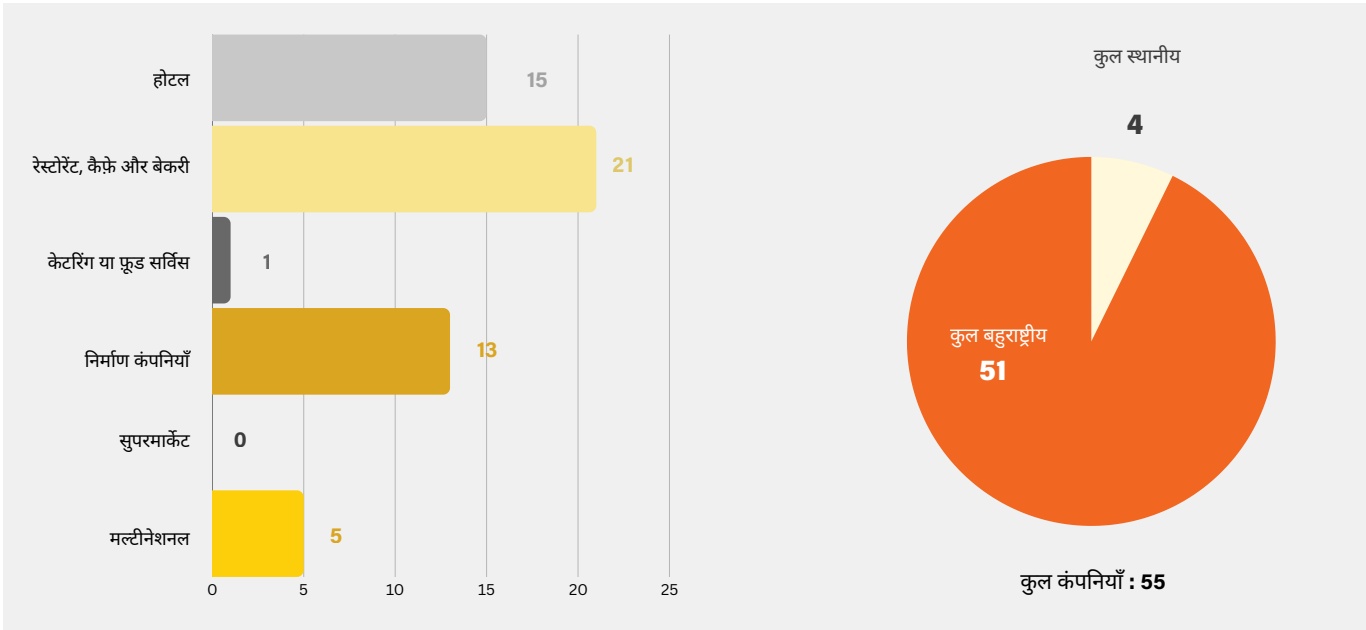
नोट: चार्ट में देश में कार्यरत स्थानीय और बहुराष्ट्रीय दोनों कंपनियों को शामिल किया गया है, जिन्हें व्यावसायिक क्षेत्र के अनुसार विभाजित किया गया है।

## मूल्यांकित देशों के अनुसार ग्राफ

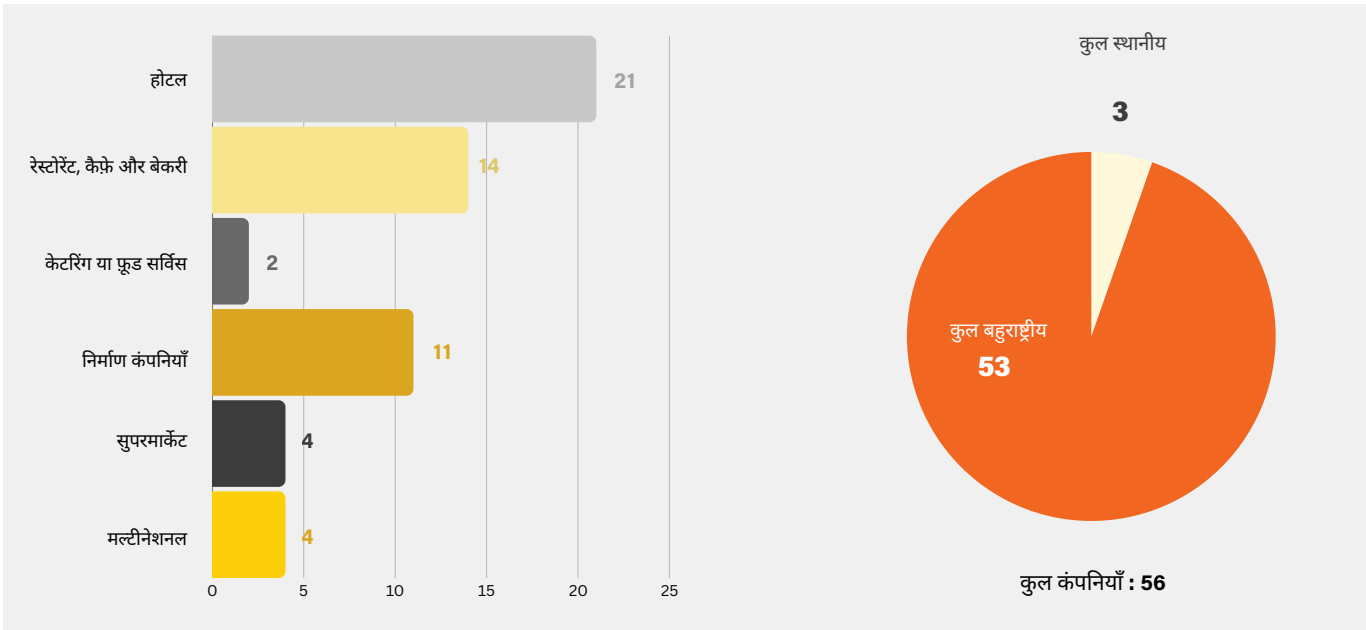
India (42 कंपनियाँ)



Japan (55 कंपनियाँ)

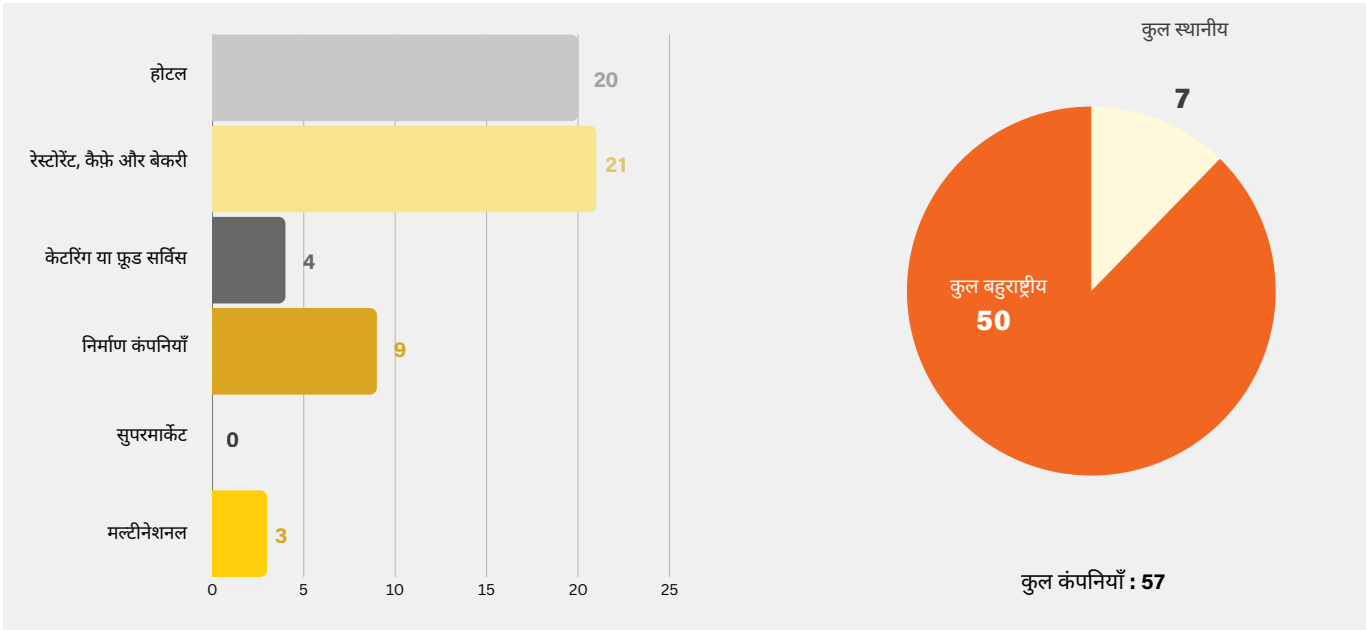


Thailand (56 कंपनियाँ)

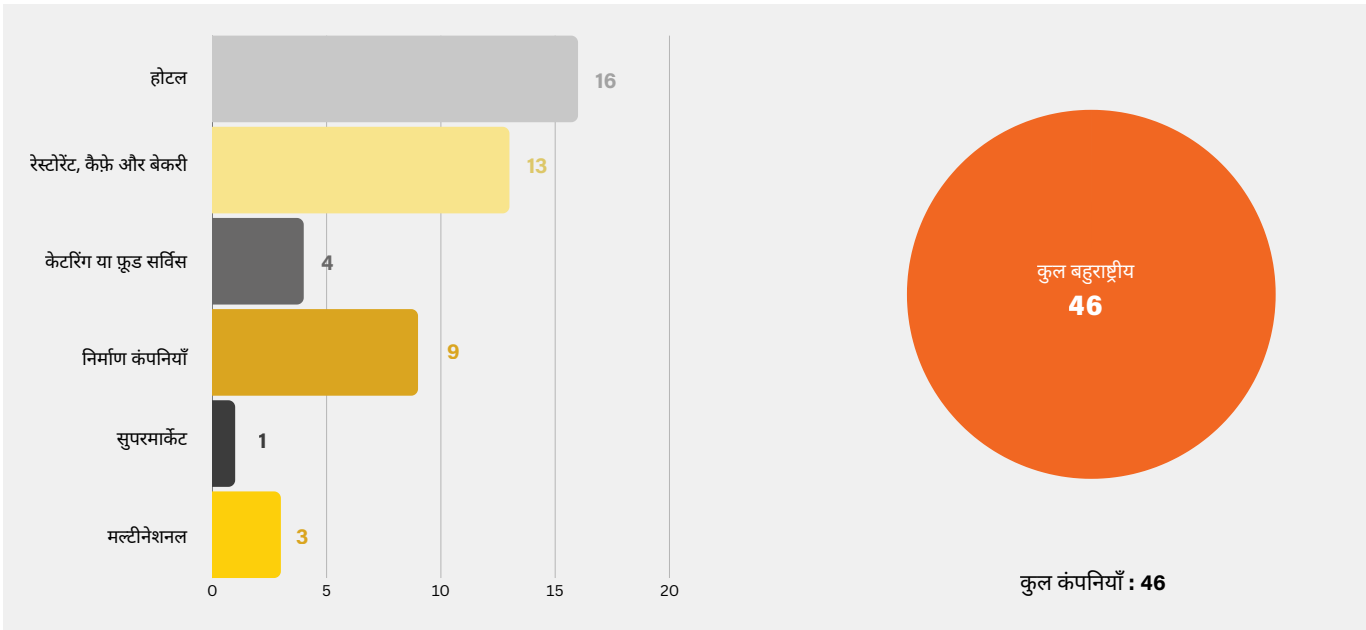




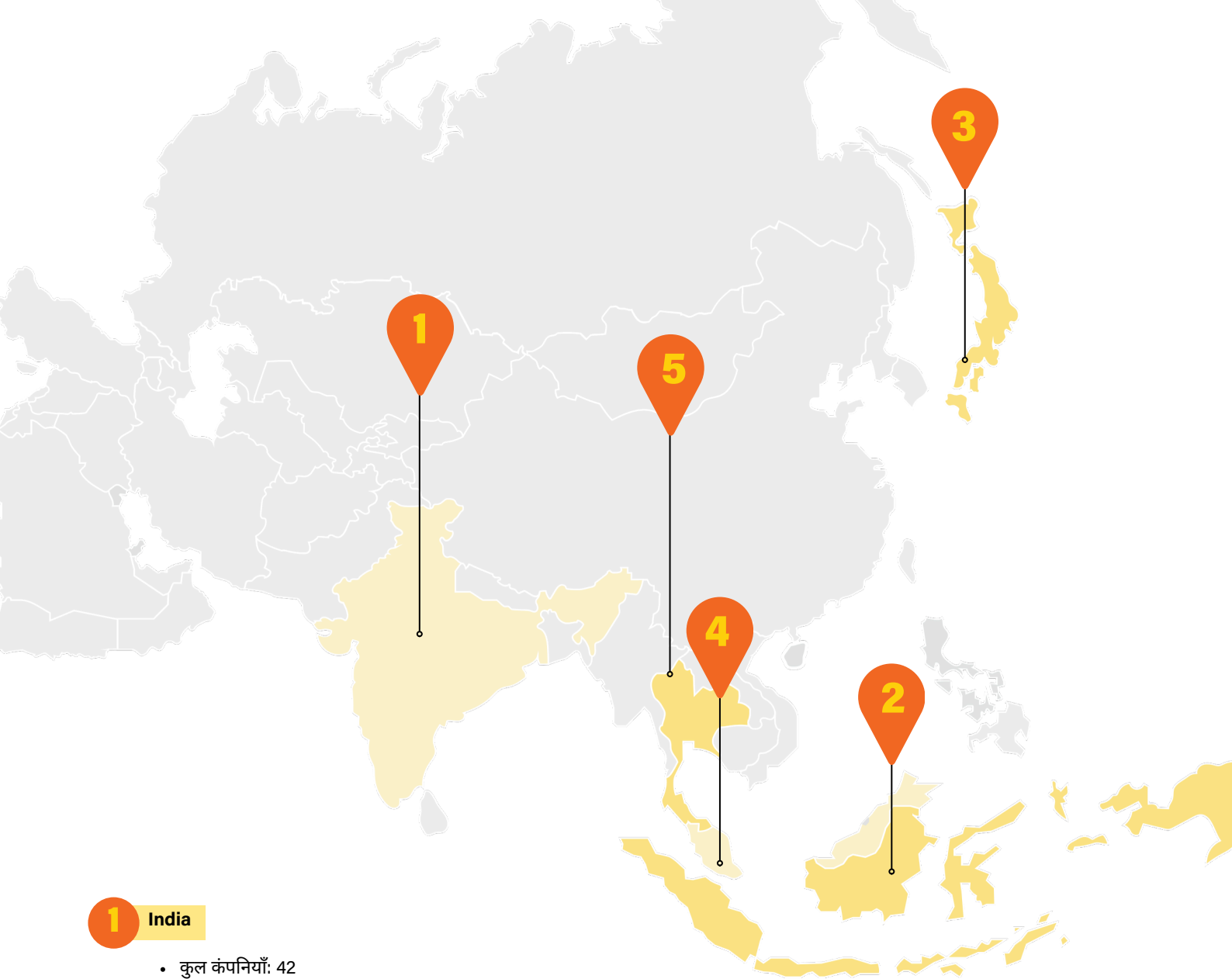
**Indonesia (57 कंपनियाँ)**



**Malaysia (46 कंपनियाँ)**



नोट:  
चार्ट में उस देश में संचालित होने वाली स्थानीय और मल्टीनेशनल, दोनों तरह की कंपनियाँ शामिल हैं, और उन्हें उनके बिज़नेस सेक्टर के अनुसार वर्गीकृत किया गया है।



## 1 India

- कुल कंपनियाँ: 42
- टियर वितरण: A.1 (4), A.2 (4), B.1 (0), B.2 (2), C.1 (2), C.2 (4), D.1 (18), D.2 (0), E (8)
- रिपोर्टिंग दर: 78.6% (42 में से 33 कंपनियाँ)
- मल्टीनेशनल उपस्थिति: 74 मल्टीनेशनल कंपनियों में से 42 India में संचालित होती हैं।

## 2 Indonesia

- कुल कंपनियाँ: 57
- टियर वितरण: A.1 (6), A.2 (5), B.1 (1), B.2 (2), C.1 (3), C.2 (4), D.1 (22), D.2 (0), E (14)
- रिपोर्टिंग दर: 75.4% (57 में से 43 कंपनियाँ)
- मल्टीनेशनल उपस्थिति: 74 मल्टीनेशनल कंपनियों में से 50 Indonesia में संचालित होती हैं

## 4 Malaysia

- कुल कंपनियाँ: 46
- टियर वितरण: A.1 (2), A.2 (2), B.1 (0), B.2 (2), C.1 (4), C.2 (4), D.1 (21), D.2 (0), E (11)
- रिपोर्टिंग दर: 76.1% (46 में से 35 कंपनियाँ)
- मल्टीनेशनल उपस्थिति: 74 में से 46 मल्टीनेशनल कंपनियाँ Malaysia में संचालित होती हैं।

## 3 Japan

- कुल कंपनियाँ: 55
- टियर वितरण: A.1 (6), A.2 (3), B.1 (1), B.2 (4), C.1 (2), C.2 (2), D.1 (22), D.2 (0), E (15)
- रिपोर्टिंग दर: 70.9% (55 में से 39 कंपनियाँ)
- मल्टीनेशनल उपस्थिति: 74 मल्टीनेशनल कंपनियों में से 51 Japan में संचालित होती हैं

## 5 Thailand

- कुल कंपनियाँ: 56
- टियर वितरण: A.1 (4), A.2 (3), B.1 (1), B.2 (3), C.1 (4), C.2 (3), D.1 (26), D.2 (0), E (12)
- रिपोर्टिंग दर: 78.6% (44 में से 56 कंपनियाँ)
- मल्टीनेशनल उपस्थिति: 74 में से 53 मल्टीनेशनल कंपनियाँ Thailand में संचालित होती हैं।

# जिन कंपनियों ने अपनी प्रतिबद्धता के पूर्ण कार्यान्वयन के लिए 2025 या उससे पहले की समय सीमा निर्धारित की है।

एशिया में 2025 एक निर्णायक मील का पत्थर है, क्योंकि कई कंपनियों के लिए पिंजरे-मुक्त अंडों की ओर पूर्ण परिवर्तन करने की यही अंतिम तिथि है। उपभोक्ता और पशु कल्याण समर्थक इन प्रतिबद्धताओं को केवल प्रतीकात्मक या दिखावटी नहीं, बल्कि वास्तविक प्रगति के रूप में देखना चाहते हैं जो पशु कल्याण में सच्ची रुचि दर्शाती हो।

लैटिन अमेरिका की तरह, जो हमारे द्वारा अध्ययन किया जाने वाला एक अन्य क्षेत्र है, एशियाई बाजारों में पारदर्शिता और जवाबदेही की मांग तेजी से बढ़ रही है, जहां कंपनियों से यह साबित करने की अपेक्षा की जाती है कि उनके वादे पशुओं के लिए ठोस कार्यों में तब्दील हुए हैं।

कार्यान्वयन की समय-सीमा अलग-अलग है, फिर भी कुछ सफलता की कहानियां पहले से ही मौजूद हैं जो इस क्षेत्र की इस लक्ष्य को प्राप्त करने की क्षमता को दर्शाती हैं। ये उदाहरण दर्शाते हैं कि विभिन्न आपूर्ति श्रृंखलाओं में पूर्ण परिवर्तन संभव है, और ये इस उम्मीद को मजबूत करते हैं कि 2025 पशुओं के लिए महत्वपूर्ण प्रगति लेकर आएगा।

2025 में, एशिया भर की 72 कंपनियों ने पिंजरे-मुक्त अंडों के पूर्ण कार्यान्वयन के लिए 2025 या उससे पहले की समय-सीमा निर्धारित की। 31 जुलाई, 2025 तक उनकी वर्तमान कार्यान्वयन स्थिति इस प्रकार है:

## जिन कंपनियों की अंतिम तिथि 2025 या उससे पहले की है:

कंपनियों की संख्या	कुल का प्रतिशत	कार्यान्वयन स्थिति	स्तर
8	8.4%	have already achieved 100% cage-free sourcing	A.1
6	6.3%	have committed to completing their transition by the end of 2025	A.2
2	2.1%	report implementation between 70 and 98.9%	B.1
3	3.2%	report implementation between 40 and 69.9%	B.2
12	12.6%	are in the early stages, with less than 40% implementation	C.1 and C.2
22	23.2%	do not report regionally for Asia, only globally	D.1
19	20.0%	do not report at all	E.1



इन 72 कंपनियों में से 8 (8.4%) ने पहले ही 100% पिंजरे-मुक्त सोर्सिंग (स्तर A.1) हासिल कर ली है, और 6 (6.3%) ने 2025 के अंत तक अपना परिवर्तन पूरा करने की प्रतिबद्धता जताई है (स्तर A.2)। एक छोटा समूह आंशिक प्रगति दिखा रहा है, स्तर B.1 पर 2 कंपनियों ने 70-98.9% कार्यान्वयन की रिपोर्ट की है, और स्तर B.2 पर 3 कंपनियों ने 40-69.9% कार्यान्वयन की रिपोर्ट की है। अन्य 12 कंपनियां प्रारंभिक चरणों में हैं (स्तर C.1-C.2), जिनमें 40% से कम कार्यान्वयन हुआ है। 22 कंपनियां केवल वैश्विक स्तर पर प्रगति का खुलासा करती हैं, जबकि 19 कंपनियां कोई सार्वजनिक अपडेट प्रदान नहीं करती हैं।

कुल मिलाकर, पिंजरे-मुक्त सोर्सिंग की दिशा में प्रगति हो रही है, लेकिन लगभग दो-तिहाई कंपनियों के पास अभी भी क्षेत्र-विशिष्ट डेटा या मापने योग्य प्रगति का अभाव है, जो एशिया के खाद्य क्षेत्र में अधिक पारदर्शिता और जवाबदेही की आवश्यकता को रेखांकित करता है।

## ट्रैकर द्वारा मूल्यांकित सभी कंपनियों का सामान्य वर्गीकरण:

- |   |  |  |
|---|--|--|
| 1. Accor (C1)                                 | 37. IMU Hotel Kyoto (E)  | 72. Radisson Hotel Group (C1)                  |
| 2. Aman Resorts (A1)                          | 38. Inspire Brands (D1)  | 73. Raya Collection (D1)                       |
| 3. Archipelago International (E)              | 39. Ismaya Group (E)   | 74. Restaurant Brands International (RBI) (B2) |
| 4. Au Bon Pain (E)                            | 40. ISS World (E)  | 75. Retail Food Group (E)                      |
| 5. Autogrill HMSHost (C2)                     | 41. JDE Peet's Coffee (B1)   | 76. REWE (D1)                                  |
| 6. Bali Buda (A2)                             | 42. Kempinski (D1)   | 77. Rimping Supermarket (E)                    |
| 7. Bayan Tree Holdings (D1)                   | 43. Kraft Heinz (D1)   | 78. Royal Caribbean (D1)                       |
| 8. Best Western (B2)                          | 44. Krispy Kreme (D1)  | 79. SaladStop! (E)                             |
| 9. Bloomin' Brands (D1)                       | 45. Langham Hospitality Group (C1)                                       | 80. Shake Shack (A1)                           |
| 10. Blue Steps Villa and Resto (E)            | 46. Le Pain Quotidien (E)  | 81. Sodexo (D1)                                |
| 11. Capella Hotel Group (A1)                  | 47. Lotus PLC (Tesco) (D1)   | 82. Spur Corporation (D1)                      |
| 12. Central Food Retail (Central Retail) (C2) | 48. Lotus Bakeries (A1)  | 83. SSP Group (D1)                             |
| 13. ChatriumHotels & Residences (E)           | 49. Lotus's Supermarket (formerly Tesco Lotus) - CP Extra Public Co (C2) | 84. Starbucks (A1)                             |
| 14. Club Med (D1)                             | 50. Louvre Hotels (C2)   | 85. Subway (C1)                                |
| 15. Compass Group (E)                         | 51. Mandarin Oriental (D1)   | 86. Sukishi Interntgroup (E)                   |
| 16. Costa Coffee (D1)                         | 52. Marriot (D1)   | 87. The Cheesecake Factory (A1)                |
| 17. Dough Lab (E)                             | 53. McCain Foods (D1)  | 88. The Peninsula Hotels (C1)                  |
| 18. Ellior Group (C2)                         | 54. McCormick (E)  | 89. Toridoll Holdings Corporation (D1)         |
| 19. Food Passion (E)                          | 55. Meliá Hotels International (D1)                                      | 90. Travel + Leisure Co (E)                    |
| 20. Four Seasons Hotels & Resorts (E)         | 56. Metro AG (D1)  | 91. Unilever (D1)                              |
| 21. Gategroup (C2)                            | 57. MGM Resorts International (D1)                                       | 92. Viavia Restaurant (A2)                     |
| 22. General Mills (D1)                        | 58. Millenium & Copthorne Hotels (E)                                     | 93. Wyndham (D1)                               |
| 23. Go To Foods (formerly Focus Brands) (E)   | 59. Minor Foods (D1)   | 94. YUM! Brands (D1)                           |
| 24. Group Le Duff (D1)                        | 60. Minor Hotels (D1)  | 95. Zen Group (ZEN Corporation Group) (B1)     |
| 25. Groupe Holder (A2)                        | 61. Mondelez (D1)  |  |
| 26. Groupe Savencia (A2)                      | 62. Nando's (B2)   |  |
| 27. Grupo Bimbo (C1)                          | 63. Nestlé (D1)  |  |
| 28. Hayashi Natural (E)                       | 64. Norwegian Cruise Line (D1)   |  |
| 29. Hilton (B2)                               | 65. Meliá Hotels International (D1)                                      |  |
| 30. Hokkaido Baby (B1)                        | 66. Metro AG (D1)  |  |
| 31. Hotel Matsumoto (E)                       | 67. MGM Resorts International (D1)                                       |  |
| 32. Hyatt Hotels (E)                          | 68. Millenium & Copthorne Hotels (E)                                     |  |
| 33. IHG (C2)                                  | 69. Pizza Marzano (A1)   |  |
| 34. IKEA (A2)                                 | 70. PlayOn (E)   |  |
| 35. Illy - Caffè (A1)                         | 71. Puratos (D1)   |  |
| 36. Impiana Hotels/ Magma Group Berhad (E)    |  |  |

# मुख्य चुनौतियाँ



एशिया में किए गए हमारे सर्वेक्षण के दौरान, हमने कंपनियों की प्रगति पर मात्रात्मक डेटा एकत्र किया, लेकिन हमने उन मुख्य बाधाओं को भी समझने का प्रयास किया जो पिंजरे-मुक्त अंडे की पूरी तरह से खरीद प्रक्रिया में रुकावट डाल सकती हैं। इस क्षेत्र में पहचानी गई चुनौतियों को चार मुख्य क्षेत्रों में वर्गीकृत किया जा सकता है।



## आर्थिक वातावरण और लागत

एशियाई बाज़ार अत्यधिक विविधतापूर्ण हैं, लेकिन अधिकांश बाज़ारों में कीमतों के प्रति प्रबल संवेदनशीलता पाई जाती है। पिंजरे में पाली गई और पिंजरे से मुक्त अंडों की कीमतों में अंतर सबसे बड़ी बाधाओं में से एक है, विशेष रूप से दक्षिण और दक्षिणपूर्व एशिया में, जहाँ उपभोक्ताओं की क्रय शक्ति कम है और हाल के वर्षों में खाद्य मुद्रास्फीति लगातार बनी हुई है।<sup>24</sup> कई कंपनियों के लिए इन अतिरिक्त लागतों को उपभोक्ताओं पर डालना उनकी प्रतिस्पर्धात्मकता को जोखिम में डाल सकता है, जबकि इन्हें भीतर ही समायोजित करना लंबे समय में टिकाऊ नहीं है। यही स्थिति बदलाव की गति को धीमा करती है और केज-फ्री विकल्प को प्रीमियम या शहरी बाज़ारों से आगे बढ़े पैमाने पर अपना कठिन बना देती है।<sup>25</sup>



## उत्पादन और सप्लाई चेन की सीमाएँ

एशिया में केज-फ्री अंडों की आपूर्ति बढ़ रही है, लेकिन अभी भी असमान है। उत्पादन अधिकतर बड़े महानगरीय क्षेत्रों—जैसे Tokyo, Bangkok और Jakarta—के आसपास केंद्रित है, जबकि ग्रामीण और द्वितीयक बाज़ारों में उपलब्धता सीमित रहती है।<sup>26</sup> तरल या पाउडर रूप में उपलब्ध प्रोसेस्ड केज-फ्री अंडे विशेष रूप से कम मिलते हैं, जिसके कारण कंपनियों को उच्च लागत पर आयात करना पड़ता है।<sup>27</sup> इसके अलावा, ट्रेसबिलिटी सिस्टम विभिन्न देशों में काफ़ी भिन्न हैं, और अधिकांश स्थानों पर उत्पादकों के लिए अपनी उत्पादन पद्धतियाँ सार्वजनिक करने की कोई नियामक अनिवार्यता नहीं है।<sup>28</sup> इन असंगतियों के कारण कंपनियों के लिए अपनी प्रगति की पुष्टि करना या अपनी क्षेत्रीय सप्लाई चेन को अपनी प्रतिबद्धताओं के अनुरूप बनाना बेहद कठिन हो जाता है।



## जानकारी और जवाबदेही की कमी

कई कंपनियाँ यह बताती हैं कि उन्हें आपूर्तिकर्ताओं से सटीक और भरोसेमंद डेटा प्राप्त करने में कठिनाई होती है। जटिल सप्लाई चेन, कई मध्यस्थों की भागीदारी, और व्यापक स्तर पर सब-कॉन्ट्रैक्टिंग की वजह से अंडों की उत्पत्ति का पता लगाना मुश्किल हो जाता है—खासतौर पर हॉस्पिटैलिटी, फूड सर्विस, और मैनुफैक्चरिंग क्षेत्रों में।<sup>29</sup> पारदर्शिता को बाध्यकारी बनाने वाली आवश्यकताओं की कमी इस समस्या को और बढ़ा देती है, जिससे कंपनियों के पास अनुपालन सुनिश्चित करने के लिए सीमित अधिकार रह जाते हैं। परिणामस्वरूप, कॉर्पोरेट जवाबदेही कमजोर पड़ जाती है, और निगरानी तथा सत्यापन में मौजूद खामियों के कारण उनके संकल्प लागू होने से पहले ही प्रभावित होने का जोखिम बढ़ जाता है।<sup>30</sup>



## सांस्कृतिक और विनियामक भिन्नताएँ

अन्य क्षेत्रों के विपरीत, एशिया में पशु-कल्याण मानकों के लिए कोई एकरूप ढांचा मौजूद नहीं है, और पशु-कल्याण को लेकर सांस्कृतिक दृष्टिकोण देशों के बीच काफ़ी भिन्न हैं।<sup>31</sup> कुछ बाज़ारों में केज-फ्री उत्पादों की माँग बढ़ रही है—विशेषकर युवाओं और शहरी आबादियों<sup>32</sup>, के बीच—जबकि अन्य स्थानों पर जागरूकता अब भी सीमित है। यह असमान सांस्कृतिक परिदृश्य, साथ ही सशक्त नियामक दबाव की कमी, इस बात का संकेत देता है कि कई कंपनियों के पास अपनी प्रतिबद्धताओं को तेज़ी से आगे बढ़ाने के लिए बहुत कम प्रोत्साहन है।<sup>33</sup> सुसंगत मानकों और प्रभावी प्रवर्तन तंत्रों के अभाव में बदलाव की गति मुख्यतः स्वैच्छिक प्रयासों पर निर्भर रहती है, जिसके कारण पूरे क्षेत्र में कार्यान्वयन में असमानताएँ पैदा होती हैं।

# निष्कर्ष और आगे के कदम

**Cage-Free Tracker 2026** की तैयारी में, एशिया में हमारी रणनीति उन कंपनियों के साथ निरंतर संवाद बनाए रखने पर केंद्रित रहेगी, जो अपने आपूर्तिकर्ताओं से प्राप्त डेटा को पहले से साझा करती हैं। हमारा उद्देश्य इस जानकारी की गुणवत्ता, सटीकता और स्थिरता को बेहतर बनाना होगा। हम अपने प्रयास उन कंपनियों पर भी केंद्रित करेंगे जिनकी पूर्ण कार्यान्वयन की समय-सीमा **2025** या उससे पहले निर्धारित थी, ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि वे अपनी प्रतिबद्धताओं को पूरा करें—चाहे प्रक्रिया प्रारंभिक समय-सीमा से आगे बढ़नी पड़े। इस दृष्टिकोण का एक प्रमुख हिस्सा विस्तृत रोडमैप (कार्य-योजना) तैयार करना और प्रकाशित करना होगा, जो यह दिखाएगा कि कंपनियों में वर्षों पहले की गई अपनी प्रतिबद्धताओं को पूरा करने की वास्तविक इच्छा मौजूद है। साथ ही, हम एशिया भर में केज-फ्री अंडा आपूर्तिकर्ताओं के डेटाबेस को नियमित रूप से अपडेट और साझा करते रहेंगे, जिससे कंपनियाँ स्थानीय और क्षेत्रीय स्तर पर विश्वसनीय और नवीनतम आपूर्ति स्रोतों तक आसानी से पहुँच सकें।

साथ ही, हम उन कंपनियों का भी समर्थन करेंगे जिन्होंने अभी तक अपने केज-फ्री संक्रमण की रिपोर्टिंग की प्रक्रिया को पूरी तरह अपनाया या समझा नहीं है। इन कंपनियों को यह बताया जाएगा कि अपनी प्रगति को कैसे ट्रैक करें, सर्वोत्तम प्रक्रियाओं को कैसे लागू करें, और अपनी उपलब्धियों को प्रभावी रूप से कैसे सार्वजनिक करें, इसके लिए उन्हें स्पष्ट और व्यावहारिक दिशा-निर्देश प्रदान किए जाएंगे। स्थानीय हितधारकों और अंतरराष्ट्रीय पार्टनर संगठनों के साथ सहयोग हमारी प्राथमिकता बना रहेगा, ताकि हमारे सामूहिक प्रयास और अधिक प्रभावशाली हों और वैश्विक मानकों के अनुरूप आगे बढ़ें। विशेष ध्यान मल्टीनेशनल कॉर्पोरेशनों पर दिया जाएगा, उन्हें प्रोत्साहित किया जाएगा कि वे अपनी वेबसाइटों पर पारदर्शी रिपोर्टें प्रकाशित करें, जिनमें डेटा को क्षेत्रों और अंडों के प्रकारों के आधार पर अलग-अलग प्रस्तुत किया गया हो। इससे जवाबदेही, तुलना करने की क्षमता और हितधारकों के विश्वास, तीनों में सुधार होगा।

एशिया का खाद्य उद्योग एक निर्णायक मोड़ पर खड़ा है। पर्याप्त प्रगति इसलिए संभव हो पाई है क्योंकि NGOs उन कंपनियों के साथ काम कर रही हैं जिन्होंने यह दिखाया है कि परिवर्तन संभव है; लेकिन क्षेत्र के बड़े हिस्से में पारदर्शिता की कमी अभी भी पूर्ण बदलाव हासिल करने में एक बड़ा अवरोध बनी हुई है। Cage-Free Tracker Asia न केवल उपलब्धियों को उजागर करता है और उनका स्वागत करता है, बल्कि उन कंपनियों के लिए एक स्पष्ट आह्वान भी जारी करता है जो अब भी इस पहल को टाल रही हैं या इसे प्राथमिकता नहीं दे रही हैं। जैसे-जैसे उपभोक्ताओं, नागरिक समाज और निवेशकों की अपेक्षाएँ बढ़ती जा रही हैं, एशिया भर की कंपनियों पर यह ज़िम्मेदारी और भी बढ़ जाती है कि वे अपनी प्रतिबद्धताओं में तेजी लाएँ ताकि अंडा उत्पादन में पिंजरों को समाप्त करना इस क्षेत्र के लिए वास्तविकता बन सके।





# Cage-Free Tracker

## 2025 शब्दावली

### केज-फ्री सोर्सिंग

एक व्यावसायिक प्रक्रिया जिसमें कंपनियाँ केवल उन मुर्गियों से प्राप्त अंडे खरीदती हैं जिन्हें केज-फ्री प्रणालियों में पाला जाता है—चाहे वे शेल अंडे हों, तरल, पाउडर रूप में हों, या प्रोसेस्ड उत्पादों में इनग्रेडिएंट के रूप में इस्तेमाल किए जाते हों।

### पशु सुरक्षा

पशुओं की सुरक्षा से जुड़ी वे सभी स्थितियाँ, जिनसे उनका शारीरिक स्वास्थ्य और प्राकृतिक व्यवहार सुनिश्चित होता है, जिसमें चलने-फिरने की स्वतंत्रता, आवश्यक संसाधनों तक पहुँच, और अनावश्यक पीड़ा से मुक्त रहना शामिल है।

### सप्लाई चेन

कंपनियों द्वारा अंडों और अंडा-युक्त उत्पादों के उत्पादन, वितरण और विपणन में शामिल सभी पक्षों, प्रक्रियाओं और आपूर्तिकर्ताओं का समूह।

### Cage-Free Tracker Asia

Sinergia Animal द्वारा प्रकाशित एक वार्षिक निगरानी और ट्रैकिंग उपकरण है, जो यह मापता है कि एशिया की कंपनियाँ बैटरी केज में पाली जाने वाली मुर्गियों से प्राप्त अंडों के उपयोग को समाप्त करने की अपनी प्रतिबद्धताओं पर कितनी प्रगति और पारदर्शिता दिखा रही हैं।

### केज-फ्री प्रतिबद्धता

किसी कंपनी द्वारा किया गया वह सार्वजनिक घोषणा, जिसमें वह अपनी सभी उत्पाद श्रृंखलाओं, संचालन और बाजारों में केवल केज-फ्री अंडों की सोर्सिंग करने के लिए एक निर्धारित समय-सीमा और स्पष्ट योजना तय करती है।

### कार्यान्वयन की समय-सीमा

किस वर्ष तक कोई कंपनी अपने सभी संचालन में 100% केज-फ्री अंडों की सोर्सिंग प्राप्त करने का संकल्प लेती है।  
उदाहरण: रेस्टोरेंट, होटल, बेकरी और कैटरिंग या फूड सर्विस प्रदाताओं के लिए 2025; सुपरमार्केट के लिए 2028।

### मानवता का दिखावा

वह प्रथा जिसमें कोई कंपनी पशु संरक्षण की ज़िम्मेदारी निभाने का दिखावा करती है, लेकिन वास्तव में अपने दावों का समर्थन करने वाले ठोस या सत्यापनीय कदम नहीं उठाती।

### बैटरी केज

एक गहन उत्पादन प्रणाली जिसमें अंडे देने वाली मुर्गियों को बहुत छोटे पिंजरों में सीमित रखा जाता है, जिनमें उन्हें अक्सर A4 आकार की शीट से भी कम जगह मिलती है। यह सीमित स्थान उनके प्राकृतिक व्यवहारों को काफ़ी हद तक बाधित कर देता है।

## Asia

इस रिपोर्ट में शामिल एशियाई देशों—India, Indonesia, Japan, Malaysia, और Thailand—का एक भौगोलिक और सांस्कृतिक क्षेत्र। इसके अतिरिक्त, इसमें क्षेत्र के अन्य बाज़ारों में संचालित मल्टीनेशनल कंपनियों का संचालन भी शामिल है।

### कार्यान्वयन स्तर (स्तरों के अनुसार रैंकिंग)

Cage-Free Tracker में कंपनियों को उनके केज-फ्री प्रतिबद्धताओं के कार्यान्वयन की प्रगति के आधार पर वर्गीकृत करने के लिए उपयोग किया जाने वाला एक प्रणालीबद्ध ढाँचा:

#### स्तर A:

वे कंपनियाँ जिनका कार्यान्वयन 100% पूरा हो चुका है, या जो यह घोषणा करती हैं कि वे इसे 2025 में प्राप्त कर लेंगी।

#### स्तर B:

वे कंपनियाँ जिनकी प्रगति उल्लेखनीय है (40%–98.99%)।

#### स्तर C:

वे कंपनियाँ जिन्होंने आंशिक प्रगति की है (1%–39.99%)।

#### स्तर D:

वे कंपनियाँ जो केवल वैश्विक स्तर पर रिपोर्ट करती हैं या जिनका एशिया में कार्यान्वयन 0% है।

#### स्तर E:

वे कंपनियाँ जो कोई प्रगति रिपोर्ट नहीं करतीं।

### कॉर्पोरेट कार्यान्वयन रिपोर्ट

एक दस्तावेज़, प्रकाशन या आधिकारिक बयान जिसमें कोई कंपनी अपनी केज-फ्री प्रतिबद्धता की प्रगति साझा करती है, चाहे वह उसकी वेबसाइट, स्थिरता रिपोर्टें, वार्षिक रिपोर्टें, या अन्य सार्वजनिक माध्यम हों।

### केज की विकल्प प्रणालियाँ

ऐसे उत्पादन मॉडल, जैसे एवियरी या फ्री-रेंज सिस्टम, जिनमें मुर्गियों को अधिक स्थान मिलता है और वे पिंजरों से मुक्त रहती हैं, चाहे उन्हें बाहरी क्षेत्रों तक पहुँच हो या न हो। इन प्रणालियों में पर्यावरणीय समृद्धि भी शामिल होती है, जो पशु-पीड़ा को कम करने में मदद करती है।

### संक्रमण

वह प्रक्रिया जिसके माध्यम से कोई कंपनी धीरे-धीरे पिंजरे में पाली गई मुर्गियों के अंडों के उपयोग से हटकर केवल केज-फ्री मुर्गियों से प्राप्त अंडों की सोर्सिंग अपनाती है।

### ज़ूनोसिस

एक संक्रामक बीमारी जो जानवरों से इंसानों में फैल सकती है, जैसे एवियन फ्लू, जिसका खतरा ज़्यादा पशुधन सिस्टम में बढ़ जाता है।

# Footnote

- <sup>1</sup> FAO. Egg production trends / statistical overview (2024). Retrieved from: <https://www.fao.org/statistics>
- <sup>2</sup> AviNews Asia. Expanding horizons: the global poultry industry in 2024. Retrieved from: <https://avinews.com>
- <sup>3</sup> FoodBev Media. Sweden goes cage-free in historic animal welfare move. Retrieved from: <https://www.foodbev.com/news/sweden-goes-cage-free-in-historic-animal-welfare-mov>
- <sup>4</sup> Appleby, M. C. (2003). The EU ban on battery cages: History and prospects. In D. J. Salem & A. N. Rowan (Eds.), *The State of the Animals II: 2003* (pp. 159–174). Washington, DC: Humane Society Press. Available at: [https://www.wellbeingintlstudiesrepository.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=sota\\_2003](https://www.wellbeingintlstudiesrepository.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=sota_2003)
- <sup>5</sup> Rokade, J., Champati, A., Sonale, N., Wadajkar, P., Madheshwaran, M., Bhaisare, D., & Tiwari, A. K. (2024). The cage-free egg sector: Perspectives of Indian poultry producers. *Frontiers in Veterinary Science*, 11, 1442580. <https://doi.org/10.3389/fvets.2024.1442580>
- <sup>6</sup> de Luna, M. C. T., Yang, Q., Agus, A., Ito, S., Idrus, Z., Iman, R. H. S., Jattuchai, J., Lane, E., Nuggehalli, J., Hartcher, K., & Sinclair, M. (2022). Cage egg producers' perspectives on the adoption of cage-free systems in China, Japan, Indonesia, Malaysia, Philippines, and Thailand. *Frontiers in Veterinary Science*, 9, 1038362. <https://doi.org/10.3389/fvets.2022.1038362>
- <sup>7</sup> Hartcher, K., Nuggehalli, J., Yang, Q., de Luna, M. C. T., Agus, A., Ito, S., Idrus, Z., Rahayu, I. H. S., Jattuchai, J., Descovich, K., Lane, E., & Sinclair, M. (2023). Improving hen welfare on cage-free egg farms in Asia: Egg producers' perspectives. *Animal Welfare Journal*, 32, e64. <https://doi.org/10.1017/awf.2023.85>
- <sup>8</sup> FAO (2024). *World Food and Agriculture – Statistical Yearbook 2024*. Rome: FAO. p. 191, Table 24 "Production of hen eggs (thousand tonnes)" and p. 18, Figure 29 "World production of hen eggs (2022)". Retrieved from <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cd2971en>
- <sup>9</sup> Hartcher, K., & Sinclair, M. (2023). Improving hen welfare on cage-free egg farms in Asia: Egg producers' perspectives (p. 2). University of Edinburgh. Retrieved from <https://www.research.ed.ac.uk/files/420153029/improving-hen-welfare-on-cage-free-egg-farms-in-asia-egg-producers-perspectives.pdf>
- <sup>10</sup> Global Coalition for Animal Welfare (GCAW). (2023, December). Cage-free eggs: A global landscape review – Executive summary (pp. 3–4). Retrieved from <https://www.gc-animalwelfare.org/wp-content/uploads/2024/02/GCAW-Knowledge-Share-Cage-Free-Eggs-Global-Landscape-Review-Executive-Summary.pdf>
- <sup>11</sup> Global Coalition for Animal Welfare (GCAW). (2024). Cage-free eggs: A global landscape review – Infographics (p. 2). Retrieved from <https://www.gc-animalwelfare.org/wp-content/uploads/2024/02/GCAW-Knowledge-Share-Cage-Free-Eggs-Global-Landscape-Review-Infographics.pdf>
- <sup>12</sup> United Egg Producers (UEP). (2024). Facts & stats. Retrieved from <https://unitedegg.com/facts-stats/> — "At the end of 2024, 38.7% of all hens were in cage-free production."
- <sup>13</sup> Faunalytics (2024). Consumer Attitudes Toward Animal Welfare and Food Transparency in Asia. Retrieved from <https://faunalytics.org> — Data on consumer awareness and purchasing behaviour.
- <sup>14</sup> EFSA Panel on Animal Health and Welfare. Welfare of laying hens in conventional cages (Scientific Opinion). *EFSA Journal* (2023).
- <sup>15</sup> Compassion in World Farming. Cage-Free Farming Systems Overview. Retrieved from: <https://www.ciwf.org>
- <sup>16</sup> Hanh, H. Q., Phuong, N. T., Tien, N. D., Nhung, D. T., Lebailly, P., & Ton, V. D. (2021). Effects of stocking density in group cages on egg production, profitability, and aggressive pecking of hens. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 26(3), 374–385. <https://doi.org/10.10888705.2021.1983723>
- <sup>17</sup> The Humane League. (n.d.). Factory farms stuff up to 12 hens in a tiny cage. <https://thehumaneleague.org/article/dunkin-billboard>
- <sup>18</sup> Sinergia Animal. (n.d.). Eggs. <https://www.sinergiaanimalinternational.org/eggs>
- <sup>19</sup> Ritchie, H., & Roser, M. (2021). Do better cages or cage-free environments really improve the lives of hens? *Our World in Data* <https://ourworldindata.org/do-better-cages-or-cage-free-environments-really-improve-the-lives-of-hens>
- <sup>20</sup> Notably, 87.5% of the Salmonella-positive eggs were resistant to oxytetracycline, an antibiotic used to treat conditions such as malaria, respiratory infections, and acne. Marhaeni, A., Utami, P. A., Kurniawan, D., Nugraha, R. A., & Pratiwi, R. (2024). Detection and antibiotic resistance of Salmonella spp. isolated from supermarket eggs in Yogyakarta, Indonesia. *Indonesian Journal of Veterinary Sciences*, 38(1), pp. 3–5. <https://journal.ugm.ac.id/ijvs/article/view/82745>
- <sup>21</sup> Murray, C. J. L., Ikuta, K. S., Sharara, F., Swetschinski, L., Robles Aguilar, G., Gray, A., et al. (2022). Global burden of bacterial antimicrobial resistance in 2019: A systematic analysis. *The Lancet*, 399(10325), pp. 629–655 (esp. p. 629 & 650). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35065702/>
- <sup>22</sup> EFSA & ECDC. European Union One Health 2021 Zoonoses Report. *EFSA Journal* 2022;20(12):7666. <https://doi.org/10.2903/j.efsa.2022.7666>
- <sup>23</sup> Open Wing Alliance. Corporate Cage-Free Commitments in Asia (2024). Retrieved from: <https://openwingalliance.org>
- <sup>24</sup> FAO, *Food Outlook: Global Food Markets* (2023)
- <sup>25</sup> Rabobank, *Global Animal Protein Outlook* (2024)
- <sup>26</sup> CIWF, *EggTrack Asia Report* (2022)
- <sup>27</sup> USDA Foreign Agricultural Service – *Global Agricultural Trade System*
- <sup>28</sup> OIE (WOAH), *Animal Welfare Standards: Laying Hens* (2021)
- <sup>29</sup> World Bank, *Agrifood Supply Chains in Asia* (2020)
- <sup>30</sup> BSR, *Cage-Free Eggs in Asia: Supply and Demand Dynamics* (2021)
- <sup>31</sup> UNEP, *Sustainable Food Systems in Asia* (2022)
- <sup>32</sup> Euromonitor International, *Consumer Trends in Asia: Ethical Consumption* (2023)
- <sup>33</sup> Asia Food Regulation Information Service (AFRIS), *Food Safety & Animal Welfare Standards in Asia* (2023)



## के बारे में

सिनर्जिया एनिमल एक अंतरराष्ट्रीय पशु संरक्षण संगठन है जो वैश्विक दक्षिण के देशों में काम करता है। इसका उद्देश्य पालतू पशुओं की पीड़ा को कम करना और अधिक दयालु भोजन विकल्पों को बढ़ावा देना है।

एनिमल चैरिटी इवैल्यूएटर्स (ACE) द्वारा हमें विश्व के सबसे प्रभावी पशु संरक्षण गैर-सरकारी संगठनों में से एक के रूप में मान्यता प्राप्त है।



[www.sinergiaanimalinternational.org](http://www.sinergiaanimalinternational.org)