

Warszawa, 20.09.2022 r.

OŚWIADCZENIE

W ostatnich dniach w przestrzeni informacyjnej internetu i mediów społecznościowych z dużym niepokojem obserwujemy bardzo agresywną komunikację noszącą znamiona dezinformacji gospodarczej ze strony stowarzyszenia "Otwarte Klatki", której głównym celem jest destabilizacja wizerunku polskich producentów drobiu oraz sieci handlowych w oczach konsumentów. Narzędziem, które ma pomóc w tym procederze, jest pamflet o charakterze paranaukowy opracowany przez stowarzyszenia "Otwarte Klatki" dot. jakości mięsa drobiowego oferowanego w sieciach handlowych.

Fakty:

- Autorzy materiału w sposób całkowicie antynaukowy w oparciu o niepotwierdzone informacje znalezione w sieci przeprowadzili kwerendę amatorskich fotografii wykonanych w sklepach sieci handlowych.
- Dokonując swoistej egzogenezy zdjęć wykonanych poza środowiskiem laboratoryjnym autorzy "raportu" dokonali klasyfikacji produktów w oparciu o subiektywne odczucia wizualne i decyzje trójki anonimowych osób.
- Prezentowany w materiale temat jakości oferowanych produktów drobiowych przez sieci handlowe jest całkowicie obojętny dla konsumentów zarówno pod względem bezpieczeństwa spożycia jak jakości oferowanych produktów. Naukowe opracowania na ten temat szeroko komunikowane w ostatnich latach jednoznacznie eliminują prezentowane przez stowarzyszenie "Otwarte Klatki" tezy w pamflecie.
- Analiza danych ilościowych wskazuje, że pomimo początkowych prób nachalnej promocji tematu w przestrzeni mediów, internetu i mediów społecznościowych m.in. poprzez wykup płatnych reklam w mediach nie udało im się w sposób szeroki zainteresować tematem przeciętnego odbiorcy. Sam

fakt, że z licznej rzeszy fanów (ponad 300 tys.) profilu stowarzyszenia "Otwarte Klatki" udało zaangażować tylko 0,002% odbiorców (interakcje vs fani), świadczy o bardzo niskim organicznym zainteresowaniu tematem oraz brakiem zrozumienia dla prezentowanych teorii paranaukowych w tym tematem.

- Warto podkreślić, że w raporcie nie znalazła się wypowiedź osoby zajmującej się naukowo tematem badań jakości mięsa ani osoby odpowiedzialnej za bezpieczeństwo handlowe jakości żywności a wyniki polskiej wersji "raportu" nie różnią się zasadniczo od brytyjskiego oryginału co sugeruje, że został zbudowany pod z góry przyjętą tezę.

Mając na uwadze powyższe fakty oraz ostatnie niepokojące informacje wskazujące na uruchomienie przez stowarzyszenie "Otwarte Klatki" kampanii płatnej promującej własny materiał kosztem wizerunku sieci handlowych pragniemy uspokoić i poinformować:

- Ze strony KRD będziemy kontynuować politykę "Zero tolerancji dla fake newsów na temat polskiego drobiu"
- Będziemy intensywnie prowadzić działania komunikacyjne w zakresie powstrzymania i rozpowszechniania tych nierzetelnych informacji na temat polskiego drobiu zarówno w przestrzeni mediów jak i internetu oraz mediów społecznościowych.
- Biorąc pod uwagę niski poziom zaangażowania i zainteresowania organicznego użytkowników sieci tematem będziemy unikać bezpośredniej eskalacji jakiej poszukują autorzy materiału.
- Bardzo gorąco rekomendujemy Państwu działania w przestrzeni social media o charakterze prawnym dot. nieuprawnionego wykorzystywania w reklamach stowarzyszenia "Otwarte Klatki" Państwa znaków handlowych.

DYREKTOR GENERALNY
Krajowa Rada Drobiarstwa - Izba Gospodarcza

Dariusz Goszczyński