



Alert! Rolnictwo Przemysłowe

Kwartalnik o Zindustrializowanej Produkcji Mięsnej

Smithfield Szaleje w Europie Wschodniej

Smithfield Foods jest jednym z największych producentów i przetwórców mięsa na świecie. W rodzimych Stanach Zjednoczonych, Smithfield znany jest z niedbałości o środowisko naturalne i interesy pracowników. Dorobił się także wątpliwej reputacji ze względu na pochłanianie mniejszych producentów i przetwórców mięsa, znajdujących się w problemach finansowych i przekształcanie ich w podległych kontraktorów. Gdy praktyki te spotkały się z ostrą krytyką w Stanach Zjednoczonych, Smithfield postanowił szukać innych dogodnych miejsc operacji i uznał, że Europa Wschodnia będzie idealnym miejscem do dalszej ekspansji. Polska i Rumunia wydały się bardzo atrakcyjne dla wieprzowego giganta, ze względu na ich rolniczy charakter, tanią siłę roboczą i dość luźne przepisy ochrony środowiska. Smithfield miał nadzieję na pozytywny odzew w obu krajach, które nie tak dawno otworzyły się na kapitalizm. Jednak doświadczenia Smithfielda okazały się być bardzo różne w każdym z nich.

Smithfield wkroczył do Polski w 1999 roku, gdy kupił udziały w Animexie, relikwie poprzedniego ustroju. Dwa lata później, dwóch polskich biznesmenów reprezentujących Prima Farm zaczęło wykupywać nieduże zakłady mięsne, które w poprzednim systemie należały do państwa. Wkrótce potem, polskie władze dostrzegły, że Smithfield używał Primi jako fasady, zapewniając jej fundusze na kupno pegeerowskich farm i przetwórní. Ta wygodna relacja pozwoliła Primie nabywać ziemie bez naruszania polskiego prawa,

które bardzo ściśle ogranicza zakup ziemi i gruntów rolnych przez zagraniczne firmy.

Nabywanie upadających zakładów kontynuowano w kolejnych latach i obecnie Smithfield Foods – pod szyldem Animexu – zarządza i koordynuje prace kilkunastu zakładów produkcyjnych w Polsce. W listopadzie 2004, Smithfield miał podpisane kontrakty z 1600 polskimi rolnikami, trudniącymi się hodowlą zwierząt. Główne obszary działania Grupy Animex to:

- produkcja i przetwórstwo mięsa wieprzowego i wołowego - Zakłady: Agryf S.A., ZM "Mazury", Constar S.A., Morliny, Krakus, Animex Agri z 3 farmami i łączną liczbą 32 499 tuczników, Animex Wielkopolska z 4 farmami i łączną liczbą 23 073 tuczników;
- produkcja i przetwórstwo drobiu (indyki, kurczaki, gęsi) – Zakłady: Ekodrob S.A., Opolskie Zakłady Drobiarskie S.A., Suwalskie Zakłady Drobiarskie LLC., Animex Południe LLC;
- produkcja paszy dla zwierząt – Contipasz S.A., Animex Pasze LLC.;
- produkcja pierza - Animex - Zakłady Pierzarskie LLC w Krakowie.

Ludzie mieszkający w sąsiedztwie farm Smithfielda skarżą się na wycieki gnojowicy i na smród z farm, który powoduje bóle głowy i nudności. W 2003 roku, Smithfield zanieczyścił wody gruntowe niedaleko jeziora Nepruszewskiego w północno- zachodniej Polsce. Wiosną 2003 roku, polskie władze odkryły, że niektóre farmy Smithfielda łamały prawo w zakresie ochrony środowiska, prawo budowlane oraz przepisy

weterynaryjne i sanitarne. Mimo, że w wyniku odkrycia władz nie zamknięto żadnej farmy, umocnił się opór obywateli wobec firmy Smithfield. Wsie, takie jak Więckowice i Kiełkowo w północno-zachodniej Polsce stały szczególnie znane z organizacji protestów przeciw firmie. Przedstawiciele lokalnej administracji we wsiach dotkniętych ekspansją Smithfielda, a nawet niektórzy polscy politycy otwarcie wypowiedzieli się przeciwko tej korporacji.

Poprzez przejęcie wielu polskich zakładów mięsnych, Smithfield Foods stał się właścicielem bardzo popularnych marek wędliniarskich, takich jak Krakus, Yano, Pek, i Morliny, które w przeszłości szeroko utożsamiano z tradycyjnymi recepturami i doskonałą jakością. Inne znane marki, takie jak Morlinki i Tygryski reklamowane są jako specjalne marki dla dzieci. Ludzie kupujący produkty ze znaczkiem Krakusa i Morlinek, ze względu na długoletnią lojalność markową i z przyzwyczajenia, mają pewne wobec nich oczekiwania. Spodziewają się tradycyjnych polskich produktów, pochodzących z zakładów, mających polskich właścicieli i przestrzegających norm ochrony środowiska. Niestety, konto Smithfielda w zakresie higieny i ochrony

środowiska w Polsce dalekie jest od perfekcji, o której zapewnijają szefowie firmy.

Przykładem to ilustrującym jest skandal z kwietnia 2005 roku, kiedy media odkryły, że należący do Smithfielda zakład mięsny Constar ze Starachowic “odświeżał” wędliny po upływie ich czasu przydatności do spożycia i po ich wycofaniu ze sklepów. Stare wędliny były jeszcze raz przetwarzane lub wysyłane do sklepów, po kąpielu w oleju i zmianie daty ważności. W odpowiedzi na zarzuty Smithfield oświadczył, że takie praktyki są typowe dla polskich zakładów mięsnych, ale nie dla Smithfielda. Oprócz obwiniania polskich pracowników o niskie standardy sanitarne, szefowie Smithfielda oskarżyli polskie media o zaaranżowanie skandalu. Wkrótce potem, Richard Poulson, wiceprezes Smithfielda wyraził swoje rozczarowanie polską opinią publiczną, szargając reputację korporacji. Jednocześnie Poulson pochwalił rząd Rumunii za przychylność wobec jego firmy.

Smithfield dotarł do Rumunii w 2004 roku, kiedy kupił największego przetwórcę mięsa w tym kraju, Comtim Group SRL za \$83 miliony dolarów. Comtim nie jest gigantem, ale jest pionowo

Informacje o organizacji Public Citizen

Public Citizen (PC) już od ponad 35 lat jest ważnym uczestnikiem ruchu społecznego w USA i ma swoją główną siedzibę w Waszyngtonie. Ta wspierana przez 150000 członków organizacja przywiązuje wielką wagę do długoterminowego zadania ochrony konsumentów, jaki i demokratycznej zasady odpowiedzialności w rządzie i sektorze gospodarczym. PC cieszy się dużą wiarygodnością społeczną w swoim kraju, gdzie pracuje nad ochroną demokracji, zdrowia publicznego i bezpieczeństwa konsumentów przy inicjatywach Kongresu USA i agencji federalnych. Public Citizen wywiera nacisk na władzę wykonawczą i sądownictwo w celu zakazu stosowania niebezpiecznych lekarstw, zamknięcia elektrowni nuklearnych, i poprawienia bezpieczeństwa samochodów.

W Unii Europejskiej, Program Masy Krytycznej na rzecz Konserwacji Energii i Środowiska organizacji Public Citizen zdecydowanie promuje zrównoważone rolnictwo pokazując zagrożenia ze strony farm przemysłowych i napromieniania żywności. Public Citizen ma swoich przedstawicieli w dwóch krajach Unii Europejskiej: Morgan Ody w Belgii i Annę Witowską w Polsce.

Już od pięciu lat Public Citizen współpracuje z grupami konsumenckimi, takimi jak Movimento dei Consumatorio, we Włoszech stowarzyszeniami rolniczymi, jak na przykład Europejska Koordynacja Farmerska (CPE), organizacjami ekologicznymi, jak Przyjaciele Ziemi (sekcja europejska), oraz wieloma innymi grupami społeczeństwa obywatelskiego w całej Europie. W Polsce, Public Citizen ma dobre relacje z Instytutem Ochrony Zwierząt, Stowarzyszeniem Producentów Żywności Metodami Ekologicznymi EKOLAND i innymi mniejszymi grupami. Public Citizen w Polsce stara się budować relacje z uczestnikami społeczeństwa obywatelskiego by chronić konsumentów, rolników i środowisko przed negatywnym wpływem modelu rolnictwa przemysłowego.

zintegrowany jak Smithfield. W Comtimie rocznie chowanych jest 200 000 tuczników. Comtim ma także w swoim posiadaniu dwie duże ubojnie. Smithfield zakupił też Agroalim Distribution, największą firmę dystrybucji żywności na terenie Rumunii. Ponadto podpisał kontrakty z 250 rolnikami rumuńskimi, prowadzącymi hodowle świń, na łączną sumę 55 milionów dolarów. Smithfield planuje zainwestować następne 800 milionów dolarów w kraju, który według planu ma wejść do Unii Europejskiej w 2007 roku.

Jeśli Smithfield kontynuuje swój plan konsolidacyjny, konsumenci europejscy będą wkrótce mieli bardzo ograniczony wybór producentów mięsa, które trafia na ich stoły. Będą wprawdzie wybierać między różnymi markami mięsnymi, ale ostatecznie wszystkie te marki należeć będą do korporacyjnych farm przemysłowych. Stowarzyszenia rolników i konsumenci muszą razem starać się powstrzymać tę monopolizację, zanim będzie za późno.

Napromienianie żywności w Europie

Napromienianie suszonych ziół i przypraw warzywnych jest dozwolone we wszystkich krajach Unii Europejskiej. Niektóre kraje Unii zezwalają na napromienianie większej ilości produktów, w tym warzyw, kurczaków, żabich udek i białek jaj. Generalnie, konsumenci europejscy mają znikomą wiedzę na temat tej technologii konserwacji żywności. Napromienianie produktów żywnościowych oznacza poddanie ich działaniu jonizującej radiacji, przy użyciu kobaltu-60 lub cezu-137. Zastosowanie tych radioaktywnych izotopów odpowiada radiacji równej miliardowi rentgenów klatki piersiowej.

Prawo UE wymaga oznaczania wszystkich produktów żywnościowych, które poddano radiacji. Oznacza się je znakiem radury lub napisem „napromienione”. Niestety, te regulacje prawne nie zawsze są przestrzegane. Testy przeprowadzone przez władze odpowiedzialne za bezpieczeństwo żywności w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Irlandii i Danii pokazały, że duża liczba produktów uzupełniających diety, sprzedawanych w Unii Europejskiej jest napromienianych bez zezwolenia i bez oznakowania.¹

Chociaż przemysł nuklearny, a nawet niektóre agencje rządowe i organizacje pozarządowe twierdzą, że napromienianie żywności jest bezpieczne i nie ma wpływu na zdrowie ludzi, Public Citizen nie zgadza się z tymi stwierdzeniami i prezentuje obszerne dowody wskazujące, że napromienianie żywności jest szkodliwe. Napromienianie wytwarza nowe związki chemiczne, zwane 2-ABC, które mogą prowadzić do uszkodzeń genetycznych i uszkodzeń w komórkach organizmów szczerów. Ponadto, badania prowadzone na przestrzeni 50 lat wykazały, że u zwierząt laboratoryjnych i ludzi karmionych żywnością napromienioną często zdarzały się przypadki przedwczesnej śmierci, nietypowych nowotworów, niewydolności organów i wielu innych problemów zdrowotnych. Napromienione produkty spożywcze mają niższą zawartość witamin niż te nie poddane radiacji. Napromienianie może także drastycznie i negatywnie zmienić smak, zapach i konsystencję jedzenia.²

Wielkie korporacje promują napromienianie żywności, ponieważ przedłuża ono trwałość produktów spożywczych, co pozwala na jej transport na dalekie odległości. Niektóre koncerny mięsne chcą, aby więcej mięsa poddawano napromienianiu, gdyż proces ten zabija bakterie i sprawia, że produkcja mięsa jest tańsza. Napromienianie może być zachętą do wprowadzenia luźniejszych przepisów higieny i bezpieczeństwa pracowników w ubojniach i przetwórnich, gdyż maskuje ono brud pochodzący z rzeźni i przetwórni, które zabijają nawet 1200 świń na godzinę. W rezultacie, konsumenci będą spożywać napromienione mięso, które nie zawiera szkodliwych bakterii, ale nadal pozostaje zanieczyszczone kałem zwierzęcymi, moczem i wymiotami, których radiacja nie może usunąć. Napromienianie nie jest konieczne, natomiast koniecznym jest spowolnienie produkcji i dostosowanie jej do standardów sanitarnych i przepisów regulujących bezpieczeństwo pracowników.

Polska

W Polsce, napromienianie mięsa jest nadal nielegalne, ale prawo polskie pozwala na napromienianie kilku innych produktów żywnościowych, oprócz ziół i suszonych przypraw. Jest to zgodne z wymogami prawnymi Unii

Europejskiej, która pozwala krajom członkowskim mieć swoje własne listy produktów, które mogą być poddawane jonizującej radiacji. Polskie prawo uznaje napromienianie żywności za dopuszczalne w następujących celach:

1) eliminacji lub redukcji drobnoustrojów chorobotwórczych do poziomu pozwalającego na bezpieczną konsumpcję;

2) zapobieganie psuciu się żywności przez eliminację bakterii, pleśni, grzybów i pasożytów powodujących jej rozkład;

3) przedłużenia okresu składowania owoców i warzyw poprzez hamowanie naturalnych biologicznych procesów takich jak kiełkowanie, dojrzewanie i starzenie się.

Prawo nie wspomina o tym, że ludzie, tak naprawdę, nie potrzebują żywności o sztucznie przedłużonej trwałości dzięki użyciu technologii nuklearnej. Dla zdrowia ludzkiego najlepsze jest spożywanie świeżych produktów. Przedłużony okres trwałości owoców i warzyw na półkach sklepowych przynosi korzyści dla wielkiego agrobiznesu, który produkuje tanią żywność i transportuje ją na dalekie odległości. Dla międzynarodowych koncernów mięsnych napromienianie może być korzystne gdyż możliwy będzie ubój większej liczby zwierząt i przetworzenie większej ilości mięsa w krótkim czasie. Wreszcie, na technologii tej skorzysta też przemysł nuklearny, ale nie konsumenci.

Fakt, że kilka utrwalonych radiacyjnie produktów warzywnych już dociera do polskich konsumentów stwarza dla przemysłu nuklearnego i spożywczego szansę do wywierania nacisku na polski rząd w celu zwiększenia liczby takich produktów na rynku poprzez rozszerzenie listy napromienianych produktów lub przez pełne wykorzystanie listy prawnie dozwolonych produktów i dawek. Rząd polski musi wykazać więcej ostrożności w związku z tą sprawą.

¹ <http://www.irradiation.info/>

² <http://www.citizen.org/documents/Top10.pdf>

„The Meatrix” zdobywa popularność w Europie

„The Meatrix”, najpopularniejszy w historii internetowy film z przesłaniem, może już być oglądany w kilku językach europejskich na stronie www.themeatrix.com/eu. Europejska Kampania Meatrixa została wszczęta przez Światowe Centrum Akcji na Rzecz Środowiska (Global Resource Action Center for the Environment - GRACE) i Public Citizen. Do filmu wykonano dubbing w pięciu europejskich językach – katalońskim, francuskim, rosyjskim, polskim i hiszpańskim, oraz napisy w dodatkowych siedmiu językach – duńskim, holenderskim, greckim, węgierskim, włoskim, portugalskim i szwedzkim. Dostępne są również zawiadomienia o akcjach europejskich i informacje źródłowe w tych językach. Grupy GRACE i Public Citizen mają nadzieję, że europejska wersja filmu „Meatrix” przyczyni się do dalszego rozwoju międzynarodowego przedsięwzięcia na rzecz sprawiedliwej i zrównoważonej polityki rolnej.

W czterominutowej parodii cyklu filmowego „Matrix” występuje Leo, młody prosiak, który wierzy, że żyje na sielskiej farmie rodzinnej, do czasu, gdy zostaje zaczepiony przez odzianego w długi płaszcz byka o imieniu Moopheus, który wyjawia mu ohydą prawdę o hodowli zwierząt na farmach przemysłowych. Bykowi asystuje kurczak Hentedy.

Kopie filmu „The Meatrix” zostały już wysłane do fanów w całej Europie, którzy planują pokazy filmu lub przygotowują festiwale filmowe. Od końca maja, zorganizowano kilka pokazów filmu „Meatrix” na terenie Polski. Były to pokazy w szkołach i ośrodkach kultury oraz pokazy z okazji dni wegetarianizmu. W połowie czerwca kopie filmu „Meatrix” i kasety z filmem poruszającym podobną tematykę pt. „Oczami Farmerów,” zostały wręczone polskiemu posłom do Parlamentu Europejskiego w Brukseli dla zilustrowania negatywnych wpływów rolnictwa przemysłowego i pokazania jak ważna dla rolników i konsumentów jest polityka wspierania małych zrównoważonych gospodarstw na polskich obszarach wiejskich.

Zainteresowanie filmem „The Meatrix” najprawdopodobniej wzrośnie w październiku, w miesiącu, w którym wiele polskich organizacji pozarządowych pracuje nad wzrostem świadomości społecznej na temat okrucieństwa. Aby otrzymać więcej informacji lub kopie filmu „The Meatrix”, skontaktuj się z Anną Witowską, e-mail: witowska@yahoo.com. Tel. (48) 14 642 21 27.

Gigantyczne dodatki do wynagrodzenia w Smithfield Foods

Prezes amerykańskiej firmy Smithfield Foods Joseph W. Luter III otrzymał 9,86 milionów dodatku do wynagrodzenia za rok fiskalny 2005. Było to możliwe dzięki rekordowym dochodom firmy w wysokości 296.6 miliardów dolarów i rekordowej sprzedaży wynoszącej 11.4 miliardów dolarów. Dla porównania w zeszłym roku Luter otrzymał 6,6 milionów dolarów dodatku. Luter otrzymuje roczną pensję w wysokości 850000 dolarów. Smithfield Foods to największy na świecie producent wieprzowiny, który w Polsce jest właścicielem Animexu i Morlin.

Rok fiskalny 2005 był bardzo dobry dla szefostwa firmy Smithfield. Zastępca dyrektora generalnego C. Larry Pope otrzymał dodatek w wysokości 4,9 milionów dolarów. Joseph W. Luter IV, prezes Smithfield Packing Co., otrzymał 2.5 miliona dolarów dodatku do wynagrodzenia. Jerry H. Godwin i Joseph B. Sebring, prezesi należących do Smithfielda firmy Murphy-Brown i John Morrell & Co. otrzymali odpowiednio \$1,4 i \$1.5 milionów dolarów.

Niestety, finansowy sukces firmy nie przekłada się na większą dbałość o ochronę środowiska, ani na lepsze zarobki dla pracowników linii produkcyjnych. Smithfield znany jest z notorycznego łamania przepisów ochrony środowiska, a w Polsce także prawa budowlanego. Pracownicy Smithfielda są bardzo nisko opłacani, jak na przykład w Polsce, gdzie firma wykorzystuje fakt wielkiego bezrobocia. Wielu z zatrudnionych w należących do Smithfielda ludzi nie otrzymuje żadnych świadczeń socjalnych. Wszelkie próby zakładania związków zawodowych w firmie są tłumione.

Powyższy przykład wskazuje, że maksymalizacja zysków gigantycznej firmy mięsnej służy tylko niewielkiej grupie ludzi nią zarządzających.

Smithfield's Gigantic Bonuses

Smithfield Foods Chairman and CEO Joseph W. Luter III got a \$9.86 million bonus for fiscal year 2005. No other CEO of any company in the world received such a high bonus that year. This was possible for Smithfield due to its record income of \$296.6 billion and record sales of \$11.4 billion. Comparatively, last year Luter received a bonus of \$6.6 million on top of his \$850,000 salary. Smithfield Foods is world's largest pork producer, which owns Animex and Morliny in Poland.

The 2005 fiscal year was very good for Smithfield's bosses. Chief Operating Officer C. Larry Pope got a bonus of \$ 4.9 million. Joseph W. Luter IV, president of Smithfield Packing Co., received a bonus of \$2.5 million. Bonuses for Jerry H. Godwin and Joseph B. Sebring, presidents of Murphy-Brown and John Morrell & Co., respectively, were \$1.4 and \$1.5 million.

Unfortunately, Smithfield's financial success does not translate to better environmental standards or better wages for the production lines employees. Smithfield is known for notorious violations of environmental laws, and in Poland, for violations of construction law, as well. Smithfield's workers are underpaid, which Polish workers know very well, as the company is taking advantage of Poland's huge unemployment rate. Many of Smithfield's workers do not receive any benefits. Any attempts to unionize are suppressed by this corporation.

Maximizing profits in this gigantic meat company only serves a small groups of people – its top executives.



W trosce o zdrowie,
bezpieczeństwo i demokrację

215 Pennsylvania Ave., S.E.
Washington, D.C. 20003
USA
tel: +1 (202) 546-4996
fax: +1 (202) 547-7392
cmep@citizen.org
www.citizen.org/cmep

