

Mistä vielä viilataan?



SUOMALAISEN KULUTTAJAN ARVOSTUS kotimaista ja lähiruokaa kohtaan on nosteessa. Hieno juttu, koska aina ei ole ollut niin. Syystä tai toisesta suomalaiset ovat aikoinaan pitäneet ulkomaisia elintarvikkeita automaattisesti parempina, kun taas Venäjällä ja muuallakin suomalaisuus on ollut

laadun takeena kautta aikain.

Meillä kotieläinalan toimijoilla on tärkeä tehtävä vahvistaa kuluttajan halua ostaa kotimaista kertomalla niin faktoja kuin tarinoitakin maailman puhtaimmasta ruuasta. Meidän pitää näkyä ja kuulua eri kanavissa ja kertoa, mitä kaikkea olemme jo tehneet ja miksi suomalaisesta ruuasta kannattaa maksaa enemmän. Kuten, että suomalaisen maidon hiilijalanjälki on vain puolet maailman keskiarvosta.

Voisimme kertoa myös, millaista hightechiä ja tarkkaa seurantaa vasikoiden hoito nykypäivänä on digitaalisine brix-mittareineen. Samalla voimme kertoa, että paljon on vielä alalla tehtävissä ja olemme mielellämme kehitystyössä mukana, kunhan se on myös taloudellisesti kestävä.

Media ja hallinto eivät valitettavasti aina jaa samaa tarinaa. Kasvavien yhteiskunnallisten vaateiden kanssa samaan aikaan nousseet tuotantokustannukset varmistavat, että voitolliseen tulokseen pääsy on entistä haastavampaa. Pääosassa maitoyrityksistä mahdollisuudet vaikuttaa tuotteen hintaan ovat olemattomat. Ainoa toimiva strategia on kustannusten pienentäminen ja tuottavuuden kehittäminen.

Rehujen, lannoitteiden, polttoaineiden ja energian hintojen raju nousu tekee yhtälöstä haastavan. Euroopassa ja ennen sopimustuotantoa Suomessakin on ollut tapana laventaa kustannusten nousua tuottamalla enemmän. Sopimustuotanto vei osalta tiloista tämänkin ilon, jäljelle jäi kustannusjahti.

ON ERITTÄIN HAASTAVA YHTÄLÖ kurittaa kustannuksia ja täyttää yhteiskunnan vaateet. Ideologiset

ostopäätökset alkavat olla historiaa, on otettava mistä halvimmalla saa. Silti yrittäjät ovat valmiita tekemään merkittäviäkin toimenpiteitä ympäristön, ilmaston ja eläinten hyvinvoinnin eteen, jos ne parantavat yrityksen tuottavuutta. Usein nämä ovat käsi kädessä, mutta eivät aina ja silloin tarvitaan kannusteita.

Viimeistään nyt kysytään yrittäjäasennetta ja -osaamista, etenkin talousosaamista. Tulosta tekeviä tiloja on edelleen, mutta joukko alkaa olla pieni. Lieneekö heistä suomalaisen huoltovarmuuden varmistajiksi? Euro toimii motivaattorina, mieluiten tuotteen hintaan lisättynä. Ranskassa ja Espanjassa on jo laki, joka määrää meijerin maksamaan yrittäjälle maidosta vähintään tuotantokustannukset kattavaa hintaa. Tämä voisi olla hyvä idea, kunhan pystyttäisi varmistamaan, että hinta muuttuu aidosti kustannusten nousun myötä.

Yksi esimerkki Saksan maalta: vasikoiden alin kuljetusikä nousee neljään viikkoon ensi vuoden marraskuussa. Saksalaiset ihmettelevät, missä sonnivasikat kasvatetaan kaksi viikkoa pidempään ja kuinka paljon se nostaa kustannuksia. Isossa osassa EU-maita raja on 2 viikkoa. Tämä on yksi esimerkki siitä, miten kustannuspaineet tulevat eri osa-alueilta. Ratkaisu on varmasti hyvä vasikan kannalta, kun koko ketjussa pyritään vähentämään antibioottien käyttöä. Maksajana vain on taas yrittäjä.

TARVITAAN RAJAT JA RAKENTEET YLITTÄVÄÄ, kaikkien osapuolten näkemyksiä ja osaamista kunnioittavaa yhteistyötä kohti taloudellisesti kestävä ja yhteiskunnan vaateet täyttävää kotieläintuotantoa. Ollaan ylpeitä siitä, että tuotamme ihmisille välttämätöntä ruokaa sekä siitä, mitä jo olemme tehneet ja millaisia mahdollisuuksia meillä vielä on. Ei uhriuduta tai loukkaannuta, vaan kutsutaan ammattimaisesti osapuolia keskusteluun. Ammattiyhteisö ja yrittäjyyttä kärkeä pidetään puolemmi ilmastotalkoiden rahanjaossa sekä mahdollista hiilikauppaa suunniteltaessa. •