



Euroopa Maaelu Arengu
Põllumajandusfond:
Euroopa investeringud
maapiirkondadesse

LIHAFOORUM 2020

Otsigem üheskoos teed sinise ookeani poole!

Wagyu esiselja steik läks pannile ja LAVi Savage dekanterisse... ja siis üksteist täiendades lupsti suhu. Võimas (maitse)elamus! Oli põhjust tähistada.... 30 aastat tagasi kohtusin ühe inimesega, kellega kenasti tänaseni kaasteelised.

Nii kirjutab oma Facebooki seinal minu kursusevend. Jah, erilisi sündmusi soovime tähistada väga eriliselt. Paljud meist soovivad ja oskavad olla ise oma kodus tippkokad, teha nauditavat toitu endale, perele ja näidata oma kunsttükke sõpradele. Aina enam koguvad populaarsust eri maade kultuuripärandit toetavad koka- ja reisiraamatud, jälgitakse tippkokade saateid. Kas olete tähele pannud, et väga paljud tippkokad hindavad just lihtsust, kodumaisust, lähedalt pärit tooraineid ja puhtaid maitseid?

Samas, kui paljud meist on nõus poes maksma Eestimaise veiseliha kilo eest 150 eurot? Jõgevamaal on Liivimaa Lihaveise asutaja Airi Külvet teinud väga põneva eksperimendi ning kasvatanud Eestis üles tõelised *Wagyu* veised – nende liha peetakse maailma üheks paremaks. Tõepoolest, esimesest Pedja-äärsetel looduslikel niitudel üles kasvanud *Wagyu*-veisest tulid imeilusad marmorsteigid!

Selle eksperimendiga tahab Airi tähelepanu tõmmata meie rohumaade kvaliteedile ja sellele, et marmorliha kasvatamine on reaalne ka ilma teraviljaga nuumamiseta. Lihtsalt aega kulub rohkem, vähemalt neli aastat!

Kellel on aega oodata neli aastat? Ütlen teile, aega on neil, kes oskavad hinnata selle liha kvaliteeti ning higi ja pisaraid, mis selle tootmiseks on valatud. Airi tõestas, et Eesti tarbija oskab hinnata erilist toorainet. Ehkki tõe huvides tuleb öelda, et 150 euroga oli võimalik müüa vaid 3 tüüpi lihast. Vähem kuulsaid tükke ei julgeta ka 15-eurose kilohinnaga osta, see läheb suures osas burgerilihaks.

Aga mitte ainult see ei ole tähtis, et Eestis on võimalik sellist eksootilist looma edukalt kasvatada ja ka müüa – tegelikult oli Airi eksperimendil palju olulisem tähendus. See on nimelt andekas näide sinise ookeani strateegiast.

Mis on sinise ookeani strateegia? See on viis, kuidas pääseda välja punases ookeanis valitsevast verisest konkurentsist. Sinise ookeani strateegia on väga lühidalt öeldes eristumine, mis võibki meid viia uutele turgudele. Sinise ookeani strateegia ei peitu uusima tehnoloogia kasutuselevõtus. See peitub asjade teistmoodi tegemises, olemasolevate võimaluste andekamas ärakasutamises. See ei nõua suuri summasid, see nõuab ajude tööle panekut.

Arvestades Eesti väiksust ja meie vähenevat loomade arvu, siis me ei saa kahjuks loomakasvatuse edendamiseks kasutada täpselt samu meetodeid, mida kasutavad suured riigid. Eesti loomakasvatuse suur võimalus, meie sinise ookeani strateegia on KOOSTÖÖ.

Koos tegutsemine ei ole Eestile tegelikult võõras, meil on põllumajandusvaldkonnas mitmeid tegutsevaid ühistuid. Ka lihasektoris on ühistegevust proovitud, kõige edukam projekt jääb küll I Eesti Wabariigi aega. Siis otsustasid neli lihatööstust mitte omavahel võidelda, vaid panid seljad kokku ja hakkasid ühistuliselt liha eksportima. Paljud mäletavad veel Eesti Peekoni kaubamärki, mida Inglismaal väga hinnati. Mõni aasta tagasi prooviti veel, loodi MTÜ Lihaklaster, selle õppetundidest kuuleme foorumil Lembit Lepasalu esitluses.

Aga mina küsin teilt praegu – kas on alust arvata, et Eesti inimene oli I Wabariigi ajal koostööaltim kui praegu? Kas mineviku mälestused kolhoosiaegsest pealesurutud koostööst on ikka veel nii valulikul meeles, et paneb meid igapäev tegutsema? Ei! Täna peaks koostöö tegemine hoopis lihtsam olema, sest võrreldes tuhandete väiketalunikega enne II maailmasõda on meil lihasektoris praegu oluliselt vähem inimesi, kelle vahel ühine keel leida.

Eesti loomakasvatuse suunamisel sinisesse ookeani on täita ülioluline roll ühel organisatsioonil, mida täna veel ei ole - tootjaorganisatsioonil „Eesti Liha“. Olen sellest palju rääkinud, selle loomise protsess on õnneks alanud.

Tootjaorganisatsioon „Eesti liha“ ei tohi jääda minu unistuseks, see ei tohi jääda teie lootuseks, see peab realiseeruma! Me kõik peaksime olema valmis väikesteks kompromissideks ja tulema algatusega kaasa. Peame mõistma ja aru saama, millisele turule suuname oma tegevused. Ning me ei tohi piirduda ainult toodetega, sest veelgi olulisemad on suhted. Inimestevahelised suhted. Me ostame ju suhteid, mitte tooteid. Näiteks meie loomakasvatavad ei saa ja ei oskagi välisurgudele uksi avada, kuid meie diplomaatilised esindused suudavad seda teha väga osavalt. Kõik algab inimesest, tema suhtumisest ja hoiakutest ning tahtest!

Kindlasti juba küsite, milleks veel üks ühistuline organisatsioon? Põhjusi, miks on tootjaorganisatsiooni vaja, on mitmeid, üks kaalukam kui teine. Nimetan kaks olulisemat:

- a) Eelmisel aastal imporditi Eestisse liha 121 miljoni euro eest! Mõtleme korra, mida tähendaks, kui see rahasumma oleks läinud Eesti loomakasvatajatele. Tegelikult ju mitte ainult neile! Oma osa sellest oleksid saanud söödakasvatavad, transpordifirmad, laudaehitajad, lihatööstused, meiereid jne. See summa mõjutaks meie maaelu vägagi positiivselt! Kasvava maksutulu läbi aga võidaks kogu Eesti.
- b) Tootjaorganisatsiooni „Eesti Liha“ üks eesmärk on viia Eesti liha ja laiemalt Eesti toidu tuntus maailmas uuele tasemele. Ka loomakasvatases kehtib Jakob Hurda kuldne mõte – kui me ei saa suureks rahvaarvult, saame suureks vaimult! Me ei suuda iialgi konkureerida loomakasvatases arvuliselt Argentiina või Poolaga. Aga hea tahtmise korral suudame me teha tuntuks kaubamärgi, mis on kallim kui kuld. Eesmärgiks ei ole taastada Eesti Peekoni kuulsus – ehkki ka seda, aga lõppeesmärk on teha maailmas suureks kaubamärk EESTI PUHAS TOIT. Me suutsime olla pool sajandit Nõukogude Liidu toidulaud. Ei ole ühtki mõjuvat põhjust, mis takistaks Eestil saada Šveitsi jt heal majanduslikul järjel riikide toidulaudaks. Ja ka meie ise ja meie lapsed väärivad saada osa Eesti oma puhtast toidust.

Tootjaorganisatsioon „Eesti Liha“, kuhu kuuluksid sea-, veise-, lamba-, linnu ja teiste lihaliikida kasvatavad.

- a) ... tagab Eesti liha niivõrd hea kvaliteedi, et see paneb silma särama nii toidutöösturil kui kaupmehel (selleks aga omakorda juurutab „Eesti Liha“ kokkulepitud rangemad nõuded loomakasvatajaile või erilise kasvatuseviisi, nagu näiteks rohumaadel kasvavad veised või vabapidamisel kanad).
- b) ... koostöös toidutöösturite ja kaupmeestega kavandab ja kohandab tootmise vastavalt nõudlusele.

Kas suudame lõhkuda klaaslae ja liikuda uuele tasemele?

Mis on see miski, mis meile selle tõkke ületamiseks veel piire seab, kas jätkub meil jõudu ja südikust esmapilgul võimatu võimalikuks teha?

Liikudes „Eesti Liha“ ühistegevusega ühelt poolt, on's veel midagi, mis peaks liikuma meile vastu, et katta hallid alad? Kas leiame erinevate valdkondade vahel ühise keele?

Tootjaorganisatsiooni edukuse eelduseks on loomakasvataja ja toidutöösturi sisuline ja mõlemale poolele kasulik koostöö. Vajalikuks eelduseks on välja mõelda, millised on kõige mõistlikumad finantsinstrumendid tootja ja tööstuse vahel. Kuidas luua ettevõtluskeskkond, kus põllult lauale jõudev toit on ühise pingutuse vilj.

Ja veel mõelgem sellele, ostes poest piima ja liha - kas see on mõistlik hind? Me võitleme loomade ja inimeste heaolu nimel – mis on igati mõistlik, aga kas oleme selle eest ka nõus maksma? Kas mitte riiulite juures seistes ei tee me liiga kergesti otsust vaid hinnasildi järgi? Kas odavaim hind toidutootmise ja põllumajandusega seotud riigihankeis ikka peaks olema sisuliselt ainus valikukriteerium?

Sellised otsused tulevad pigem loomade heaolu arvelt, samuti loomakasvatuse ja toidutootmisega seotud ja inimeste arvelt, nende heaolu arvelt. **Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoja hinnangul on looma heaolu tagamine ja hea tervise eest seismine loomakasvatuse igapäevane aluspõhimõte. On elementaarne, et loomakasvatajad peavad tingimusteta kinni kõikidest kehtivatest looma heaolu nõuetest, see ei ole isegi arutelu koht!**

Arvestades eelöeldut, siis siin tulebki mängu tootjaorganisatsioon „Eesti Liha“. Sellest saab võrdne ja võimekas partner nii toidutöösturile, kaupmehele, teadlastele kui ka riigile.

Kuid rõhutan - „Eesti Liha“ eesmärgiks ei ole olla rünnakuorganisatsioon. Vastupidi, selle eesmärgiks on tuua loomakasvatajad, toidustöösturid ja kaupmehed eri kaevikutest välja. Rindejoon ei tohiks olla valdkondade vahel, kõik peaksid jääma ühele poole rindejoont, mõistmaks ühist eesmärki – muuta Eesti toit maailmas suureks. Tarneaahelapõhise ühistöö abil loome koos üksteisele rikkust. Nii et see on win-win-win situatsioon.

MEIE EESMÄRK ON:

Peame leidma tee, et lõviosa rahast, mis praegu liha impordile kulub, jääks meie loomakasvatajaile, meie ettevõtlusesse. Kui igal aastal ringleks meie maapiirkondadesse 100-120 miljonit eurot rohkem, siis selle positiivses mõjus ei ole põhjust kahelda.

Ja meil on veel üks ülesanne: meie loomakasvatus ja põllumajandus tervikuna peab muutuma atraktiivseks ka meie Eesti investoritele.

Kokkuvõtteks

Kutsun teid kõiki koos otsima parimat teed sinisesse ookeani! Kutsun teid kõiki kaasa mõtlema ja mõistma, et kui kõik muud tegevuse aspektid jääksid praegusele tulemuslikkuse tasemele, siis mis on üks valdkond, kus **muutusel oleks kõige suurem mõju?**

Loomakasvatus jääb Eestisse veel kauaks – see on meie kultuuri osa – me ei pea seda kuidagi salgama ega eitama. Ei pea salgama Eesti kasvanud puhast ja maitsvat liha, mis valmib tänu Eesti lihameistritele ja loomakasvatajaile.

Jah, tulevik on alanud. Täna ehitame seda koos teiega.

Jätkem oma lastele parem Eesti!