

# Loppuraportti

## Suomi-ruokaa maailmalle -pilottihanke Etelä-Afrikkaan 2021

Kim Palhus, Tarinapata & Jenni Kiilholma, Suomen suurlähetystö Pretoria

2.3.2022

\*

1. Johdanto .....	2
2. Suomen Etelä-Afrikan suurlähetystö pilottikohteeksi .....	2
2.1 Pilotin rahoitus .....	3
3. Pilotin kulku .....	3
4. Yhteenveto .....	5
4.1 Aikatauluista .....	5
4.2 Käytetyt resurssit .....	5
4.3 Yhteistyön toimivuus mukana olleiden yritysten kanssa .....	5
4.4 Ongelmakohdat ja yllätykset .....	6
4.5 Opittua .....	7
4.6 Muita saatuja kokemuksia ja havaintoja .....	7
4.7 Saadun kokemuksen skaalautuvuus .....	8
5. Suositukset .....	8
5.1 Kumppanit .....	8
5.2 Kustannukset .....	9
5.3 Viestintä .....	10
6. Pohdintaa maahantuontikanavista .....	10
A. Edustuston oma maahantuonti diplomaattikuljetuksena .....	11
B. Paikallinen maahantuojaja ja jakelija .....	11
7. Seuraavat toimenpiteet ja suunnitelmat Etelä-Afrikassa .....	12

## **1. Johdanto**

Ruoka yhdistää ihmisiä, kulttuureja ja kansoja. Suomalaisen ruoan, ruoka- ja juomakulttuurin esiintuominen Suomen edustustoverkostossa sekä Suomen maakuvan vahvistaminen ruokadiplomatian strategian keinoin on ollut esillä jo pidemmän aikaa. Tarvetta tälle on havaittu etenkin maissa, joissa ei ole suomalaisia elintarvikkeita saatavilla säännöllisesti paikallisten maahan-tuojien ja muiden verkostojen kautta.

Mainittu tarve on johtanut keskusteluun kehittää keskitetty ja luotettava järjestelmä, jolla suomalaisten ruoka- ja juomatuotteiden saatavuutta kyseessä olevien maiden edustustoihin helpotettaisiin. Vanhanaikainen menettely, jossa edustustojen henkilökunta satunnaisesti tuo elintarvikkeita mukanaan kotilomamatkoiltaan on mahdollista saada siirrettyä historiaan, ja tuoda tilalle toimivampi ja helpompi strateginen ja logistinen järjestely.

Yllä mainitusta tarpeesta johtuen Tarinapata Oy on yhdessä FFF-ohjelman kanssa kehittänyt Pearl of the Nordic Kitchen konseptin (PONK), joka kokoaa yhteen FFF-ohjelman jäsenyritykset. Ne toimivat konseptin tavaratoimittajina Suomen edustustoverkostolle, joilla on tarve ostaa tuotteita Suomesta. Konseptin tilaus-toimituspalvelusta vastaanottaa tilaukset ja välittää ne yritykselle, jonka tuotteita tilaus koskee. Tilaus toimitetaan valitulle huolitsijalle, joka toimittaa tilauksen edustustoon. Isossa kuvassa mahdollisuutena on, että konseptin välityksellä on mahdollista saada suomalaista ruokaa ja juomaa Suomen suurlähetystöihin ympäri maailmaa. Keväällä 2021 kartoitettiin eräiden EU-maissa sijaitsevien edustustojen kiinnostusta ostaa elintarvikkeita Suomesta ja osallistua mahdolliseen konseptin pilottiin, jossa olisi kokeiltu tilaus-toimitusketjun toimivuutta. Tarkoituksena oli myös mallintaa se, millä kriteereillä suomalaisyritykset tavaratoimittajiksi valitaan. Samoja tuotteita valmistavia ja myyviä jäsenyrityksiä on FFF-ohjelmassa lukuisia. Luotettavalla logistiikkakumppanilla on erittäin suuri merkitys. Tilaus-toimitusketju Suomen päässä on toimiva, mutta on erityisesti varmistettava se, että kun tilaus menee EU:n ulkopuolelle, on huolitsijalla hyvät yhteistyökumppanit lähetyksen kohdemaassa. Tiedusteluiden perusteella ei tuolloin saatu merkittävää kiinnostusta elintarvikkeiden ostoon, koska saamamme palautteen perusteella maissa, joiden edustustoja lähestyimme, oli suomalaisia tuotteita saatavana riittävästi. Tästä tehtiin se johtopäätös, että konsepti palvelee parhaiten sellaisten maiden edustustoja, joissa suomalaisia elintarvikkeita on saatavana hyvin rajallisesti tai ei lainkaan.

## **2. Suomen Etelä-Afrikan suurlähetystö pilottikohteeksi**

Suomen Etelä-Afrikan edustuston maatalousattasea Jenni Kiilholma Pretoriasta oli yhteydessä Tarinapata Oy:hyn sähköpostitse torstaina 2.9.2021. Hän oli kesälomallaan Suomessa keskustellut Food From Finland-ohjelman (FFF) johtajan Esa Wrangin kanssa siitä, että voisiko FFF-ohjelma auttaa saamaan suomalaisia elintarvikkeita ja juomia Pretoriaan edustuston käyttöön virallisissa tilaisuuksissa. Esa Wrang kertoi, että aiheesta on keskusteltu eri edustustojen kanssa ja että Tarinapata Oy on yhteistyössä FFF-ohjelman kanssa kehittänyt edustustoille suunnatun konseptin, jonka kautta tätä toimintaa voitaisiin pilotoida.

Keskustelun jälkeen Kiilholma oli yhteydessä Tarinapataan ja ilmoitti, että Suomen Pretorian suurlähettiläs Anne Lammila on kiinnostunut, ja että edustusto on valmis toimimaan pilottina uudessa konseptissa. Pilotissa testattaisiin PONK-konseptin tilaus-toimitusketjun ja osaamista ja toimivuutta.

Samalla tarjoutui tilaisuus alkaa kartoittaa sellaisia Food From Finland -ohjelman elintarvike- ja juomayrityksiä, joilla on kiinnostus ja valmius toimittaa tuotteitaan lyhyellä toimitusajalla Pretoriaan. Pilotin yhtenä tavoitteena oli, että saatujen kokemusten perusteella voitaisiin skaalata PONK-konsepti siten, että sen avulla voitaisiin välittää suomalaista ruokaa ja juomaa Suomen eri suurlähetystöihin säännöllisesti, mihin tahansa kohdemaahan. Pilotointi samalla aktivoisi yrityksiä, jotka ovat vientiorientoituneita pienillekin toimitusmäärille, ja jotka ovat kiinnostuneita saamaan tuotteensa tunnetuksi maailmalla ruokadiplomatian välityksellä.

Hyvänä tukijalkana pilotoinnille juuri Etelä-Afrikassa oli se, että Etelä-Afrikka on valittu vuoden 2022 loppuun asti yhdeksi Suomen kahdestatoista maakuvatyön painopistemaaksi. Pretorian edustuston maakuvatyösuunnitelmaan liittyy olennaisena osana ruoka- ja juomakulttuurin esittely.

Edustustolla on tarkoitus tuoda esille suomalaisia elintarvikkeita ja ruokaa erilaisissa tilaisuuksissaan vuosien -21 ja -22 aikana. Edustustossa työskentelee paikallinen kokki, jonka taidoilla ja vastuulla on ruokien valmistaminen ja ruokalistojen suunnittelu. Hänellä ei ollut aikaisempaa kokemusta tai tuntemusta suomalaisista raaka-aineista ja tai ruokakulttuurista, mutta lyhyen Suomesta käsin saatavan sparrauksen jälkeen ruokien valmistaminen onnistui sujuvasti.

Muutaman päivän sähköpostiviestien vaihdon jälkeen pidettiin yhteinen Teams-palaveri, johon osallistuvat Food From Finland -ohjelman, lähetystön ja Tarinapadan edustajat. Palaverissa keskusteltiin siitä, että mitä tuotteita edustusto on suunnitellut ostavansa, millaisia määriä sekä mikä on niiden toimittamisen aikataulu. Sovittiin, että lähetys on saatava perille hyvissä ajoin ennen Suomen itsenäisyyspäivän vastaanottoa. Aikaa oli siis vain noin 3,5 kuukautta. Pilotitilaukselle oli edustusto jo laskenut budjetin, jonka raameissa tilattavien tavaroiden arvon tuli pysyä.

## 2.1 Pilotin rahoitus

Palaverissa todettiin, että pilotin aloittamiselle ei ole sellaisia esteitä, etteikö sitä voisi esittää UM:lle ja MMM:lle. Todettiin myös, että pilotti tarvitsee alkurahoitusta, joka päätettiin hakea sekä MMM:stä että UM:stä. Tehdyn suunnitelman mukaan kustannukset jakautuisivat siten, että MMM vastaisi logistiikan suunnitteluun ja toteutukseen liittyvistä kustannuksista. UM ottaisi vastuulleen pilotin konseptoinnista koituvat kulut mukaan lukien yritysten ja tuotteiden ja raaka-aineiden kartoittamisen, sekä muun operatiivisen työn. Pretorian suurlähettiläs vastasi tilattavien tuotteiden kustannuksista.

Tarinapata Oy laati tarjoukset pilotin alkurahoituksen kustannuksista molemmille ministeriöille. Tarjousten tultua hyväksytyksi työ aloitettiin välittömästi, jotta pysyttäisiin asetetussa aikataulussa.

## **3. Pilotin kulku**

Pilotin käytännön vaiheet voi jakaa karkeasti kolmeen askeleeseen, ja tämän voi johtaa konseptiin yleisesti: kohdemaan ensitoimenpiteisiin, Suomen pään toimenpiteisiin ja lopuksi kohdemaassa tapahtuvaan käytännön ruokadiplomatiaan ja siihen liittyviin toimiin. Alla olevassa taulukossa on kuvattu askeleet ja jokaisen kohdalla huomioonotettavia merkittäviä seikkoja.

Seikkaperäinen kuvaus käytännön toimenpiteistä Etelä-Afrikassa tehdään edustuston toimesta englanninkielellä erillisenä asiakirjana.

## SUOMI-RUOKAA MAAILMALLE KONSEPTIN ASKELEET

<p>1. askel edustustossa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suurlähetystö laatii suunnitelman Excel-tiedostona edustustapahtumista tulevalle kaudelle. Suunnitelmasta tulee käydä ilmi tapahtumien lukumäärä, arvioitu kutsuvierasmäärä sekä tapahtuman luonne (aamiainen, lounas, päivällinen, buffet jne.).</li> <li>• Tapahtumia järjestävät henkilöt esittävät toiveet, mitä ruokia ja juomia kukin haluaa tarjota vierailleen.</li> <li>• Tarvittava määrä arvioidaan yhdessä edustuston kokin kanssa, joka myös suunnittelee menut. Tuotteiden viimeiset käyttöpäivät huomioitava suunnittelussa. On järkevää tilata tuotteita noin puolen vuoden tarpeisiin.</li> <li>• Suurlähetystö selvittää mitä vaatimuksia eri tuoteryhmille kohdemaan viranomaiset ovat asettaneet. Eläinperäiset tuotteet ja alkoholi ovat yleensä tuotteita, joilla on erityisvaatimuksia. Tarkistetaan Ruokavirastolta, onko kahdenvälisiä sopimuksia tehty kohdemaan ja Suomen välillä eläinperäisten tuotteiden suhteen.</li> </ul>
<p>2. askel Suomessa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensimmäisenä kilpailutetaan huolitsija. Yhteistyökumppani Suomen päässä kartoittaa logistiikkayrityksen, joka pystyy tekemään koontilavan erilaisista tuotteista ja järjestämään rahdin ja muun logistiikan Suomesta kohdemaahan. Arvioidaan kustannustehokkain ja soveltuvin rahdin muoto (lento-, laiva- tai maakuljetus). Kuljetustavan valinta perustuu hintaan ja aikatauluun.</li> <li>• Yhteistyökumppani yhdessä FFF-ohjelman kanssa kartoittaa yritykset ja tuotteet lähetystön toivelistan pohjalta.</li> <li>• Kumppani pyytää yrityksiltä tarjouksen lähetystön tilaamista tuotteista ja valvoo, että annetuissa budjetissa pysytään, eikä tilattavien tuotteiden arvo ylitä budjettia. Samaa tarkkuutta tarvitaan rahdin sekä muiden logistiikkakulujen seurannassa. Kumppani toimii Suomen päässä elintarvikkeiden viejänä ja välittäjänä.</li> <li>• Yritykset laskuttavat yhteistyökumppania, joka maksaa tuotteet tavarantoimittajille ja laskuttaa elintarvikkeiden ja juomien kustannukset kokoomalaskuna suurlähettiläältä. Suositeltava maksuaika laskuille on 30 vuorokautta.</li> <li>• Yhteistyökumppani huolehtii siitä, että yrityksillä oli vientiin tarvittavat asiakirjat, kuten eläinlääkärintodistukset. Suurlähetystöltä ja Ruokavirastolta saa tietoa kohdemaan vaatimuksista.</li> <li>• Yhteistyökumppani huolehtii myös siitä, että tavarat toimitetaan huolitsijan terminaaliin sovituissa aikatauluissa.</li> </ul>
<p>3. askel kohdemaassa: Tuotteiden käyttö</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suurlähetystöltä on välttämätöntä allokoida vastuuhenkilö koordinoimaan ja hallinnoimaan kaikkia käytännön järjestelyjä kohdemaan päässä.</li> <li>• Suurlähetystö toimii maahantuojana, joten sen tehtävänä on varmistaa tarvittavien maahantuontidokumenttien oikeellisuus.</li> <li>• Edustuston tiloissa tai residenssissä on oltava riittävät kylmäsäilytystilat.</li> <li>• Edustuston kokki laatii inventaari-Excelin hintoineen ja pitää kirjaa tuotteiden käytöstä. (Malli saatavilla Pretoriasta tarvittaessa.)</li> <li>• Edustuston henkilökunta maksaa tuotteiden käytön suurlähettiläälle henkilökohtaisesti käytön mukaan.</li> <li>• Edustustilaisuuksien järjestäjät hakevat edustuskorvauksen yksikkökorvauksena tai muutoin UM:n ohjeiden mukaisesti.</li> <li>• Viestinnän suunnittelu tapahtumien yhteydessä, päätetään valokuvaaja ja sosiaalisen median vastuuhenkilö. On tärkeää kerätä visuaalista materiaalia (kuvia ja videoita) ruoka-annoksista ja tilaisuuksista.</li> </ul>

## 4. Yhteenveto

### 4.1 Aikatauluista

Aikataulun tiedettiin olevan jo alusta alkaen tiukka, mutta ei mahdoton. Ministeriöille jätetyt tarjoukset käsiteltiin nopeasti, eikä niiden käsittelyaika aiheuttanut pilotin aloittamisessa kitkaa. Myöskin mukaan pyydettyjen yritysten kartoitus eteni ripeästi, samoin yhteydenotto valittuihin yrityksiin. Tavaratoimitukset eivät edenneet kaikilta osin aikataulun mukaisesti.

Sekaannusta tai väärinkäsitystä ilmeni mm. tullaamisessa ja vientipapereiden kirjaamisessa. Nämä asiat saatiin kuitenkin korjattua ja selvitettyä kohtuullisen nopeasti, eikä ne aiheuttaneet rahdin lähdön merkittävää viivästystä.

Valittujen tuotteiden toimituspäiviksi huolitsijan terminaaliin ilmoitettiin viikon 46. loppu, paitsi pakasteiden, joiden toimituspäiväksi sovittiin seuraavan viikon maanantai. Parin yrityksen toimitusvaikeuksista johtuen siirrettiin rahdin lähettämistä kohti Etelä-Afrikkaa yhdellä päivällä keskiviikkoon 24.11, jolloin se lähti ajallaan kohti määränpäättä. Rahti saapui Johannesburgiin maanantaina 29.11, josta se oli tarkoitus siirtää eteenpäin 30.11. Muutaman päivän tullimuodollisuuksien viiveen jälkeen, saatiin lähetys kylmäkuljetuksena lähetystön tiloihin Pretoriaan joulukuun 3. päivä.

### 4.2 Käytetyt resurssit

Tarinapata Oy:n resurssit olivat riittävät, huolimatta siitä, että aikataulu oli haastava. Valitun huolitsijan ammattimaisuus, kokemus ja palvelualltius olivat suureksi avuksi. Heidän taholtaan pidettiin Tarinapata ajan tasalla siitä, mitä tuotteita oli toimitettu tai puuttuivat vielä. Samoin he pitivät tarkasti huolta siitä, että kaikki asiakirjat ovat lähetysten mukana. Yhteistyö toimi hyvin myös lähetysten painon ja mittojen seurannassa. FFF:n henkilökuntaa käytettiin yritysten kartoittamisessa jossain määrin.

Lentorahtilavalla on tarkat paino- ja ulkomittamääräykset. Suomen Pretorian suurlähetystön puolesta maatalousattaseaa pidettiin ajan tasalla lähetysten valmistumisen etenemisessä. Hän toimi myös yhteyshenkilönä paikalliselle huolitsijalle Pretorian vastaanottavassa päässä.

Suurlähetystöstä on välttämätöntä allokoida vastuuhenkilö koordinoimaan ja hallinnoimaan kaikkia käytännön järjestelyjä kohdemaan päässä. Pretoriassa pilotin hallinnoinnista vastasi maatalousattasea. Suurlähetystö toimii maahantuojana, joten sen tehtävänä on varmistaa tarvittavien maahantuontidokumenttien oikeellisuus. Dokumenttien hallintointiin kaksi suurlähetystön assistenttia olivat korvaamattomia resurssi.

### 4.3 Yhteistyön toimivuus mukana olleiden yritysten kanssa

Muutama mukana olleista yrityksistä oli tietoinen PONK-konseptista etukäteen. Niitä oli haastateltu konseptin kehitysvaiheessa. Ennakkohaastattelussa kartoitettiin yritysten kiinnostusta ja mahdollisuuksia olla mukana, kun sitä aletaan käytännössä testata. Kun Tarinapadan tarjoukset hyväksyttiin ministeriöiden puolesta, lähestyi Tarinapata kaikkia yrityksiä samansisältöisellä sähköpostilla.

Viestissä kerrottiin, että Suomen Etelä-Afrikan suurlähetystö on ollut aloitteellinen suomalaisten elintarvikkeiden tilaamisesta käyttöönsä. Pilottitilauksen tavoitteena on selvittää ja testata se,

miten suomalaisia elintarvikkeita ja raakaa-aineita on mahdollista saada paikan päälle. Samaan viestiin oli listattu ne tuotteet, joita ko. yrityksestä haluttiin ostaa. Kokemuksen perusteella tämä lähestymistapa toimi hyvin. Tarvetta aikaa vieviin neuvotteluihin ei ollut. Yritykset vastasivat tiedusteluun nopeasti, jopa ne tahot, joille osallistuminen ei tällä kertaa ollut mahdollista. Selvästi oli aistittavissa, että vaikka kyse oli suhteellisen pienistä toimitusmääristä, koettiin osallistuminen positiivisena signaalina siitä, että mahdollinen uusi myyntikanava on avautumassa. Selvää vaikuttavuutta ja lisäarvoa oli selkeästi myös sillä, että asiakkaana oli suurlähetystö. Suoria asiakkuuksia ulkoministeriön verkostosta ovat monet yritykset toivoneet jo pitkään. PONK-konsepti koettiin rakentavana siltana suurlähetystöjen ja suomalaisen elintarvikeviennin välille. Osa yrityksistä oli mukana Suomi 100 -menun raaka-aineiden toimittamisessa vuonna 2017.

Etelä-Afrikan hankkeessa yrityksiä valikoitui nopealla aikataululla 14 kappaletta. Aikataulun ollessa näin tiukka, jäi muutama yritys pois sen vuoksi, että eivät olisi pystyneet toimittamaan tuotteitaan tavoiteajassa, tai heillä ei varastossa ollut kyseisiä tuotteita. Lopulta mukana oli 10 tavara-toimittajaa ja yhteistyökumppania:

1	<i>Kalatukku E. Eriksson</i>	<i>Kalaa ja kalatuotteita</i>
2	<i>Fazer / Kaslink Oy</i>	<i>Kaurajuoma</i>
3	<i>Helsingin Mylly Oy</i>	<i>Viljatuotteita</i>
4	<i>Kaskein Marja Oy</i>	<i>Kuivattuja ja pakastemarjoja</i>
5	<i>Uotilan Leipomo Oy</i>	<i>Perinteisiä suomalaisia leipiä</i>
6	<i>Maalahden limppu Oy</i>	<i>Limppua</i>
7	<i>Kyrö Distillery Ltd.</i>	<i>Alkoholia</i>
8	<i>Anora Group</i>	<i>Alkoholia</i>
9	<i>Finnspring Oy</i>	<i>Lähdevettä</i>
10	<i>Tarinapata Oy</i>	<i>Pienten tarvikemäärien hankinnat</i>

Yrityksiä haastateltiin vielä sen jälkeen, kun tuotteet ja rahti oli jo toimitettu perille. Yhteisenä viestinä tuli kaikilta, että toivottavasti lähetystöjen asiakkuus laajenee ja kasvaa. Yritykset ovat konseptissa mielellään mukana. Positiivisena signaalina oli, että osa yrityksistä olivat jo valmiita antamaan listan niistä tuotteista, joita ne haluavat lähetystöille myydä. Kaikkien mukana olevien yritysten yhteinen tuoteluettelo nopeuttaisi ja helpottaisi tilaamista. Tuoteluettelo voitaisiin päivittää esim. kaksi kertaa vuodessa. Kärkituotteina olisivat yrityksen suomalaiset erikoisuudet ja innovaatiot. Saatu palaute oli erittäin positiivista. Toiveena oli, että konsepti ei jäisi vain kertaluontoiseksi pilotiksi. Yritykset kokivat, että edustustot ovat niille ja heidän tuotteilleen hyvä näyteikkuna, joka tukee ja vahvistaa Team Finland -verkoston toimintaa.

Tiivistettynä kokemuksena voi todeta, että yhteistyö ja yhteistoiminta kaikkien mukana olleiden yritysten kanssa toimi alusta alkaen hyvin ja ilman mitään kitkaa.

#### 4.4 Ongelmakohtat ja yllätykset

Ongelmakohtia oli vähän. Selkein ongelma-kohta oli se, että kun kyseessä oli pilottikokeilu, ei yritysten kanssa ollut suunniteltu ja tehty valmista tuoteluettelo ja hinnastoa, josta lähetystö olisi voinut valita tarvitsemiaan tuotteita. Siitä huolimatta tavaroiden tilaaminen ja hinnoittelu sujuivat yllättävän nopeasti ja helposti.

Annetussa budjetissa pysyttiin todella hyvin. Pakastetuotteiden pakkaaminen oli yllättävän arvokasta. Tämän kokoisessa ja arvoisessa elintarvikelähetyksessä olivat logistiikkakustannukset lähes kolme kertaa arvokkaampi kuin lähetyksen arvo.

Lähetysten saavuttua Etelä-Afrikkaan tapahtui odottamaton viive, sillä tullin vaati erinäisiä ennalta tuntemattomia asiakirjoja. Suurlähetystön, Etelä-Afrikan ulkoministeriön, sekä paikallisen *Clearing Agentin* avulla saatiin kuitenkin tilanne ratkaistua. Selvisi, että tullin vaatimia papereita ei suinkaan tarvittu, vaan kyseessä oli väärinkäsitys. Tilanteen ratkaisemiseen meni kuitenkin kaksi päivää, jolloin tuotelava seisojien kylmävarastossa. Tämä kuvaa hyvin sitä, että odottamattomiin mutkiin matkassa on hyvä varautua viime metreille asti. Paikallinen *Clearing Agent* nousi myös arvoon arvaamattomaan, sillä hän henkilökohtaisesti varmisti ja vaati, että tuotteet säilytetään ohjeiden mukaan, ja kylmäketju säilyi loppuun asti.

Rahti purettiin ja tarkastettiin heti sen saavuttua residenssiin. Todettiin, että kaikki on tallella ja ehjänä, mutta kuivajäähän pakatut pakastekalat ja mädit olivat hieman sulaneet. Aistinvaraisen arvioinnin ja riskinarviointilaskelman jälkeen voitiin todeta, että kaikki tuotteet olivat edelleen laadukkaita ja käyttökelpoisia. Kaikki tuotteet jatkovarastoitiin niiden edellyttämällä tavalla. Samassa yhteydessä huomattiin, että pakastemarjat puuttuivat kuormasta kokonaan. Parin päivän selvittelyn jälkeen kävi ilmi, että marjat olivat inhimillisestä erehdyksestä johtuen jääneet Kalatukku E. Erikssonin varastoon, jossa ne oli tarkoitus pakata kuivajäähän ja toimittaa kalatuotteiden kanssa huolitsijan terminaaliin.

#### 4.5 Opittua

Logistiikan suunnitteluun ja tilausten tekemiseen tarvitaan riittävästi aikaa. Suomen päässä toimiva koordinaatio yritysten, edustustojen ja rahtiyrityksen välillä on ensiarvoisen tärkeässä asemassa, ja siihen tulee panostaa täysiaikaisesti. Mukanaolevien keittiömestareiden ammattitaito menuvaihtoehtojen laadinnassa ja tuotteiden määrän arvioinnissa on niin ikään ensiarvoisen tärkeää.

Tuotteita tulee tulevaisuudessa tilata riittävä määrä, jotta se olisi yrityksille kannattavaa liiketoimintaa, jos muuta kaupallista asiakasta ei kohdemaassa vielä ole. Kustannuksiin ja mahdollisesti myös tuotteiden hintaan vaikuttaa merkittävästi se, kuka maksaa rahtikulut. Kuljetus lentorahtina on kallista, laivarahti on arviolta noin 5 kertaa edullisempi vaihtoehto. Tällöin tavara kannattaa lähettää pakkaskuljetuksena, huomioiden viimeiset käyttöpäivät.

Varsinkaan erikoistuotteiden kylmäketju ei saa missään vaiheessa katketa ja opimme, että on ensiarvoisen tärkeää tuntea ennalta tarvittavat todistukset ja asiakirjat. Tämä koskee etenkin eläinperäisiä tuotteita, kuten liha, kala- ja maitotuotteet, mutta myös luonnontuotteita, kuten pakastemarjat jne.

Paikallinen kumppani (ravintola, kauppa, välittäjä tai tukku) olisi kannattanut valjastaa mukaan alusta alkaen, jotta he näkevät tuotteiden arvon ja käytön. Toisaalta, nyt kun tuotteet ovat maassa, niitä voidaan maistattaa kumppaniehdokkailla ja näin houkutella heitä mukaan.

Viestintä kannattaa suunnitella etukäteen ja ottaa ulkoministeriön viestintäosasto enemmän ja näkyvämmiin mukaan alusta lähtien. Mikäli pilotin jälkeen hanke skaalautuu ja palvelee edustustokenttää laajemmin, on hyvä kiinnittää huomioita myös näkyvämmiin viestinnän rooliin.

#### 4.6 Muita saatuja kokemuksia ja havaintoja

Tähän mennessä järjestettyjen tilaisuuksien kokemuksena suurta hämmästyä ja ihailua on saanut aikaan se, että vieraita hemmotellaan eksklusiivisilla tuontiherkkuilla. Etenkin kala, kauratuotteet (kuten riisin tapaan käytettävä lisuke), marjat ja alkoholijuomat kohauttivat Pretoriassa.

Suomi on Etelä-Afrikassa verrattain tuntematon, joten ruoan avulla pystyttiin nostamaan positiivista Suomi-kuvaa myös yleisesti.

Huomiona, että Suomen edustustot, joissa on kokki, saavat luonnollisesti eniten hyötyä ruokalähteyksistä. Oma kokki on melkein pä edellytys konseptin toiminnalle, sillä hän on myös taho, joka ylläpitää inventaaria, laatii menut ja osallistuu tilausten tekoon. Oma, suomalaiset raaka-aineet ja ruokakulttuurin tunteva kokki, osaa valmistaa suomalaista ruokaa oikeaoppisesti.

Jos kohdemaassa ei ole vielä kaupallista maahantuojakumppania, ja edustusto itse toimii maahantuojana, on suositeltavaa tehdä kaksi tilausta vuodessa, edustuston koosta riippuen, ja aikatauluttaa nämä jo alusta alkaen edustuston vuosisuunnitelmaan. Näin myös edustuston päässä oleva henkilökunta osaa varata ajoissa tarvittavat dokumentit sekä vapauttaa henkilön vastaanottamaan kuormaa tiettyinä ajankohtana. Isoimmissa edustustoissa oma maahantuonti voi olla myös kannattavampaa. Kuten edellä mainittiin, on joka tapauksessa ehdottoman tärkeää, että edustustolla on allokoitu henkilöresurssi koordinoimaan elintarviketilauksia ja pitämään inventaaria.

Huomiona, että paikallisia kunniakonsuleita kannattaa aktivoida mukaan. Jos tuotteita maahantuodaan kaupallisesti, näitä voisi jollain tavoin saada kohdemaassa asuvien ulkosuomalaisten (sekä muiden pohjoismaisten) tietoisuuteen, kuten myös kannustaa paikallisesti toimivia suomalaisyrityksiä tarjoamaan suomalaista ruokaa omissa tilaisuuksissaan.

#### 4.7 Saadun kokemuksen skaalautuvuus

Sisämarkkinoiden edustustoihin tuotteiden kuljetus on jotakuinkin yksinkertaista. Osassa EU-jäsenmaita on myös entuudestaan suomalaisia tuotteita saatavilla kaupan hyllyiltä. Tässä pilotissa saadun sekä aikaisemman kokemuksen perusteella voidaan todeta, että PONK-konseptia voidaan skaalata myös muihin kolmansiin maihin, Etelä-Afrikan kokemusten mukaisesti. Eli maihin, jotka ovat EU:n ulkopuolella ja harmonisoituja kattavia kauppasopimuksia ei välttämättä ole. Näihin maihin ei välttämättä ole kahdenvälisiä sopimuksia kaikista tuoteryhmistä ja joitain elintarvikkeita ei saa maahantuoda lainkaan.

Kun tuntee vallitsevat säännökset, kuten tässä tapauksessa, ei ongelmia synny. Suurlähetystön, UM:n, MMM:n ja Ruokaviraston tietotaito kolmansien maiden markkinoista on ensiarvoisen tärkeää, kuten myös saumaton yhteistyö näiden eri tahojen kanssa. Pilotin osalta tämä toimi erinomaisesti.

Huomattavaa on, että konseptin jalkauttamiseksi edustustossa on oltava riittävästi henkilöresursseja. Pretorian edustustossa maatalousattasea hoiti pilotin koordinoinnin, mutta on välttämätöntä, että suurlähetystön kokki sekä assistentti, tai muu vastaava henkilö sitoutetaan mukaan.

## **5. Suositukset**

### 5.1 Kumppanit

**Luotettava ja osaava kumppani** Suomen päässä on ehdoton elintarvikekuljetusten onnistumisessa. Pilotin perusteella Pretorian suurlähetystö voi suositella yksityisen palveluntarjoajan, kuten Kim Palhusin Tarinapata Oy:n käyttöä pysyvänä järjestelyinä. Palveluntarjoaja hallinnoisi tilauksia ja hoitaisi tuotteiden kokoamisen sekä toimisi rajapintana yrityksiin.



Tilauksien tekemisen helpottamiseksi ja nopeuttamiseksi tulisi ensi tilassa laatia **tuoteluettelo**, joka mahdollisesti päivitetään kaksi kertaa vuodessa. Tämä olisi kätevin toteuttaa verkkopohjaisena alustana, josta tilaukset voisi tehdä suoraan.

Myös pysyvä **logistiikkakumppani**, kuten pilottihankkeessa käytetty Lehman, on syytä ottaa harkintaan (erityisesti Heikki Mattolan kokemus ja osaaminen oli kullanarvoista). Tärkeää on lisäksi, että heillä on hyvä ja luotettava yhteistyökumppani vastaanottavassa maassa.

Elintarvikkeet kannattaa valita Food From Finland -ohjelmassa olevilta yrityksiltä, ja näin ollen tiivistä yhteistyötä FFF:n kanssa on syytä pitää yllä. FFF:n yritykset ovat vientiorientoituneita, joten heillä on yleensä myös halua olla mukana osana suomalaista ruokadiplomatiaa.

Yrityksiä kannattaa myös kannustaa lähettämään tilausten yhteydessä edustustoille näytteitä ja muuta promootiomateriaalia, joita voidaan tuoda esiin erilaisissa tilaisuuksissa. Jos tietty maa ja markkina kiinnostavat yrityksiä, edustusto voi TF-työn nimissä järjestää kohdistettuja tilaisuuksia ja tarjota näitä tuotteita avaintahoille paikan päällä.

Konsepti on kuvattava yrityksille houkuttelevalla tavalla. Yksittäinen suurlähetystö ei ole sinällään kaupallisesti kiinnostava, mutta erilaisten edustus- ja muiden tilaisuuksien kautta tietoisuus lisääntyy yleisesti ja sosiaalisen median viestinnän kautta myös kohdemaan kaupallisille toimijoille. Erityisen huomionarvoista tosin on, että Suomen edustustoverkostolla on **91** toimipistettä maailmalla ja **74** näistä on suurlähetystöjä. Koko edustustoverkosto on itsessään siis jo merkittävä asiakas, jos - ja kun - yritykset voivat toimittaa tuotteensa keskitetysti koordinoivan kumppanin kautta.

## 5.2 Kustannukset

Kuljetus- ja rahtikustannukset ovat merkittävien kompastuskivi edustuston omalle maahantuonnille. Etenkin pakastekuljetus on kallista. Korvaus edustamisesta yksikkökorvauksena pitää sisällään myös elintarvikkeiden hankkimiskulut, eli näin ollen periaatteessa myös rahdin. Rahdin summa nousee liian suureksi yksikkökorvausta ajatellen, ja koko summan jyvittäminen yksittäisille tuotteille tapahtuman kerrallaan tulee olemaan lähes mahdotonta. Tämä siis on yksi suurimmista negatiivisista kannustimista edustustoille.

Etelä-Afrikan pilottihankkeen yhtenä tavoitteena oli pohtia pysyvää ratkaisua jatkolle niin, että järjestelmää pyöritettäisiin yksityisen sektorin toimesta, kaupallisena ratkaisuna, eikä ministeriöiden suoraa rahoitusta enää tarvittaisi. Tarkoituksenmukaista siis on, että kuljetus- ja logistiikkakustannukset olisi mahdollista lisätä tuotteiden hintoihin, jos se ei nosta niiden hintoja kohtuuttomasti. Kilpailuetua ei saa menettää epätasapainoisella tai epäedullisella hinnoittelulla. Pohdittavaksi jää myös edellä olevan ajatuksen hinnoitteluperuste, että se olisi tasapuolinen kaikille tuotteille (mm. paino tai pakkauksen koko). Myös järjestelmää Suomessa pyörittävän ja koordinoivan tahon kustannukset tulisi korvata.

Jos edustuston budjetista voisi kustantaa kuljetuskustannukset esimerkiksi kaksi kertaa vuodessa, kannustaisi tämä diplomaattikuntaa ahkerammin tuomaan esiin suomalaista ruokaa ja juomaa tilaisuuksissaan. Tässä vaiheessa voisi tarkastella sitä, miten logistiset kustannukset jaettiin tai korvattiin Suomi 100 -juhlavuonna, kun menun pääraaka-aineita toimitettiin ulkoministeriön toimesta edustustoille. Jatkotoimenpiteenä olisi hyödyllistä selvittää, olisiko silloin käytetyssä mallissa jotain, joka voidaan hyödyntää tulevaisuudessa.

Olisi hyvä pohtia, onko kyseessä olevia kustannuksia mahdollista kattaa edustuston yleisestä budjetista hankintakustannuksina, kuten esimerkiksi muiden tavaroiden hankinnat, erillään edustuskorvauksista. Kyseinen ratkaisu on ajankohtainen sellaisissa maissa, joissa ei suomalaisia tuotteita ole saatavilla kaupallisen maahantuojan kautta. Pretorian edustusto selvittää asiaa yhdessä hallintoyksikön kanssa jatkossa.

Pitkän tähtäimen tavoitteena on toki, että suomalaista ruokaa olisi saatavilla kaikissa 91 maassa – tavoite, joka voidaan saavuttaa tätä ruokadiplomatian työkalua hyväksi käyttäen.

Yhtenä mahdollisuutena voisi olla myös **jäsenmaksu** yrityksiltä, jotka haluavat olla ruokadiplomatiajärjestelmässä mukana. Jäsenmaksun vastineena yritykset saavat tuotteensa tilausalustalle ja menuehdotuksiin mukaan. Lisäksi tuotteita nostetaan esiin suurlähetystöjen viestinnässä, kun niitä käytetään eri tilaisuuksissa. Tässä tapauksessa olisi tärkeää laatia selkeä viestintäpaketti, jotta yritykset näkevät konkreettista vastinetta jäsenmaksulle.

### 5.3 Viestintä

Ruokakonseptin viestintä kannattaa rakentaa etukäteen ja räätälöidä kohdemaahan sopivaksi. Business Finlandin ja VIE:n viestintäosaamista voisi käyttää tässä hyväksi, tai vaihtoehtoisesti palkata ulkopuolinen palveluntarjoaja rakentamaan viestintästrategia.

On oleellista, että jatkossa uusi **suomalaisen ruuan maakuva** tulisi nivouttaa yhteen ruokadiplomatiaan ja elintarvikelähteyksiin kaikkialla edustustoverkossa. Erillisinä viesteinä ne eivät ole riittävän tehokkaita. **Viestiä ei voi syödä.**

*Jatkossa kannattaa yritysten kanssa keskustella ja laatia vaikka viestintäsuunnitelma siitä, että miten ne haluavat tuotteittensa näkyvän eri viestintäkanavissa. Suurlähetystö voi sosiaalisen median kanavissaan jakaa tilaisuuksissa otettujen kuvien yhteydessä esimerkiksi linkin yritysten sivuille tai markkinointimateriaaliin ja tuoda esiin yrityksiä käyttäen heidän @ ja # merkkejä. Valtion sääntöjä yksittäisen yritysten markkinoinnista julkisissa tilaisuuksissa tulee toki noudattaa.*

Ruoka tulisi sulauttaa sisään osaksi edustustojen maakuvatyösuunnitelmaa, TF-suunnitelmaa sekä viestintäsuunnitelmaa. Vuoden sosiaalisen median kalenteriin olisi syytä suunnitteluvaiheessa lisätä konkreettisia ”postauksia” ruuasta. Tähän VIE ja FFF:n viestintämateriaali sekä tulevan ruuan maakuvamateriaali antavat hyvän pohjan.

## 6. Pohdintaa maahantuontikanavista

Pilotin aikana pohdintaan nousi kaksi mahdollista maahantuontikanavaa riippuen millaisessa kohdemaassa edustusto sijaistee. Ensimmäinen mahdollisuus on edustuston oma maahantuonti diplomaattirahtina, toinen mahdollisuus toimia kohdemaan kaupallisen kumppanin kautta.

Jos kohdemaassa ei ole olemassa valmiina maahantuojaa, haasteena on löytää maahantuojalle asiakkuuksia. Tässä työssä FFF ja suomalainen kumppani ovat avainasemassa. Kohdemaan TF-verkosto tekee konkreettista työtä kentällä, kuten tapaa kumppanikokelaita ja tarjoaa näillä suomalaisia ruokia, joita ensimmäisen diplomaattirahtin (A) mukana on tuotu.

### *A. Edustuston oma maahantuonti diplomaattikuljetuksena*

Useissa EU:n ulkopuolisissa maissa, kuten Etelä-Afrikassa, ei ole juurikaan suomalaisia kuluttajatuotteita kauppojen hyllyillä, joten valmista maahantuontikanavaa ei ole olemassa. Tällaisissa tapauksissa mahdollisuutena on, että edustusto itse toimii maahantuojana, kuten Pretorian korkeilussa, ja tuo ensimmäisen kokoomalavan diplomaattirahtina maahan. Näiden tuotteiden avulla tehtävän ruokadiplomatian ja TF-tyon tavoitteena on etenkin löytää uusia kaupallisia kumppaneita sekä avata uusia maahantuonti- ja jakelukanavia. Kuten kappaleessa 5. mainittiin, rahtikustannukset ovat tässä ratkaisussa kynnyksikysymys. Tämän pilotin kokemusten perusteella tehtyjen suositusten mukaisesti keskustelu rahtikustannuksista tulisi aloittaa.

Yksinkertaisinta olisi tehdä tilaukset suoraan verkkoalustalta, joka toimisi verkkokauppana edustustoille. Luottokorttimaksumahdollisuus mahdollistaisi useamman maksajan, joten koko potti ei välttämättä menisi edustuston päällikön harteille. Tämä vaihtoehto olisi tärkeä ja varteenotettava etenkin siinä tapauksessa, jos konsepti alkaa skaalautua ja mukaan tulee lisää edustustoja. On toivottavaa, että sähköinen tilausalusta saataisiin toteutettua mahdollisimman pian.

#### Pohdittavaksi

*Kuka kirjoittaa sopimuksen suomalaisen kumppanin kanssa ja kuka rahoittaa kumppanin kulut?*

*Miten tuotteet maksetaan jatkossa? Maksaako suomalainen kumppani yksittäisille tavarrantoimittajille ja laskuttaa suurlähettilästä kokoomalaskulla? Vai voiko suurlähettiläs tai yksittäinen diplomaatti maksaa tuotteet suoraan nettialustalta, jos tällainen saadaan kehitettyä nopeasti? Rakennetaanko nettikauppaan sisään luottokorttimaksumahdollisuus? Kuka maksaa tämän alustan kehittämisen ja ylläpidon?*

*Miten kustannetaan diplomaattilähetysten logistiikka seuraavissa lähetyksissä? Sisällytetäänkö UM:n yksikkökorvaukseen? Voiko edustusto maksaa? – UM:n säännöt selvittävä yhdessä UM:n juristien kanssa. Voiko sisällyttää tuotteiden hintaan, vai tulisiko tuotteista liian kalliita? Tulisiko yritykset vastaan logistiikkakuluissa?*

### *B. Paikallinen maahantuojaja ja jakelija*

Toinen maahantuontivaihtoehto koskee maita, joissa on jo hyväksi todettu maahantuojakumppani, jonka kanssa Suomen pään koordinoiva kumppani sopii suoraan toimituksista suurlähetystöihin sen mukaan, mitä lähetystöt ovat tilanneet tuotelistalta.

Jos kohdemaassa on jo olemassa paikallinen maahantuojaja, joka tuo suomalaista ruokaa maahan, tämä hoitaa kaiken kuljetuksen ja logistiikan. Tarinapata (FFF:n tuella) toimii rajapintana paikallisen maahantuojan kanssa. Paras kumppani on maahantuojaja, jolla on jo valmiit jakelukanavat ja myös verkkokauppa.

#### Pohdittavaksi

Seuraavana askeleena on pohtia, millä tavoin suomalaisen tilausalustan ylläpitäjän (esim. Tarinapadan) ja kohdemaan paikallisen kumppanin kanssa yhteistyö muodostuu. Mahdollinen ratkaisu on esimerkiksi, että alustalla on laaja myyntituotevalikoima etukäteen FFF:n ja yritysten kanssa valikoituja tuotteita, joista suurlähetystöt voivat valita tuotteita.

Pilotista saatujen kokemusten perusteella voidaan suositella, että tuotteiden käytön opastaminen edustuston kokille on Tarinapadan vastuulla. Kun tuotteiden valinta on

tehty, alustan ylläpitäjä koordinoi paikallisen maahantuojan kanssa, että tilatut tuotteet toimitetaan sovittuun aikataulun mukaisesti huolitsijalle, joka vastaa niiden lähettämistä terminaalista kohdemaahan. Ennen lähetyksen sulkemista, tarkistetaan, että kaikki tuotteet on pakattu ja merkitty ohjeiden mukaisesti ja että vaadittavat asiakirjat ovat kunnossa. Tämän jälkeen huolitsija vastaa tilauksen lähetyksestä kohdemaahan.

Pohdittavaksi jää myös se, että missä vaiheessa tilattujen tuotteiden maksu suoritetaan ja kenelle. Maksaako suurlähettiläs tai tilauksen tehnyt henkilö tilauksen konseptin ylläpitäjälle vai tuotteet toimittaneelle yritykselle? Paikallinen maahantuoja tulee kuvaan vasta siinä vaiheessa, kun sellainen toimija kyseisessä maassa on. Tässä vaiheessa toimii suomalainen taho maksajana yksittäisille yrityksille ja lähettää koontilaskun suurlähettiläälle. Vai voiko olla mahdollista, että suurlähetystön henkilökunta tilaa ja ostaa jossain vaiheessa suoraan paikalliselta maahantuojalta, jolla on valikoimissaan suomalaisia tuotteita ja paikallinen varasto? Tilaus-toimitusketju on perin pohjin mietittävä ja se, että onko siihen tarpeen saada mukaan paikallinen jakelija, jolla on kohdemaassa varasto sekä muita asiakkaita, joiden avulla saadaan riittävä varastokierto sekä kaupallinen kannattavuus.

## **7. Seuraavat toimenpiteet ja suunnitelmat Etelä-Afrikassa**

Konsepti esiteltiin yrityksille 12. tammikuussa 2022 järjestetyssä Food From Finlandin kick-off-tilaisuudessa.

Konsepti esitellään sisäisesti edustustoverkostolle yhdessä suurlähettilään kanssa, mahdollisesti pressipäivillä 25.–17. huhtikuuta. Tilaisuuden aikana osallistujien on mahdollisuus esittää kysymyksiä suoraan Pretorian edustajille.

Pretorian suurlähetystö yhdessä Johannesburgin BF -toimiston kanssa alkaa kartoittaa ravintolaa, joka voisi toimia suomalaisista raaka-aineista valmistettua ruokaa myyvästä niin sanottuna apostoliravintolana, mahdollisesti yhdessä Etelä-Afrikan keittiömestarijärjestön (SA Chef's Association/ SA Chef's Media) kanssa.

Pretorian suurlähetystö selvittää muiden Pohjoismaiden edustustojen mahdollisia kokemuksia elintarvikkeiden maahantuonnista. Samalla myös selvitetään, onko heillä tiedossaan maahantuojia ja jakelijoita erityisesti oman maansa tuotteille, ja kiinnostusta yhteispohjoismaiseen maahantuontiin. Pretorian Team Finland -tiimi on aloittanut strategisen työn paikallisten kumppanien kartoittamiseksi. Työ jatkuu vuoden 2022 alussa. Tavoitteena on identifioida kumppani ensimmäisen kvartaalin aikana, Pretorian TF-suunnitelman mukaisesti.

### *Alueellinen valtaus?*

Etelä-Afrikka toimii luontaisena ovena muualle eteläiseen Afrikkaan. Jatkossa elintarviketilauksen voisi tehdä yhdessä alueen muiden edustustojen kanssa. Lähimpänä sijaitsevat Namibian Windhoekin ja Sambian Lusakan edustustot voitaisiin houkutella mukaan. Jos paikalliseksi maahantuojaksi ja jakelijakumppaniksi löytyisi yritys, jolla on jo toimintaa näissä maissa, konseptin laajentaminen kävisi kätevästi.