



KESPRO RAVINTOLAILMIÖT 2018

#ravintolailmiöt,
#ravintolatrendit
#kespro

KESPRO

The background of the slide is white and features several dark blueberries scattered across the surface. Two halves of a yellow onion are positioned in the lower-left quadrant, with their cut surfaces facing upwards. The title 'JOHDANTO' is written in a large, orange, sans-serif font in the upper right area.

JOHDANTO

Kespro haluaa kehittää foodservice -alaa Suomessa ja tehdä ulkona syömisestä yhä suositumpaa. Tätä työtä varten Kespro on kesällä 2017 toteuttanut tutkimuksen ymmärtääkseen paremmin suomalaisten ravintoloiden arkeen ja juhlaan vaikuttavia tekijöitä.

Tutkimuksessa haastateltiin seitsemää ruoka-alan visionääriä sekä 156 suomalaista itsenäistä ravintolaa. Tämän aineiston pohjalta on muodostettu näkemys, minkälaisia muutoksia ravintola-ala Suomessa on kohdannut ja minkälaisia muutoksia on odotettavissa lähitulevaisuudessa.

”Tehdään ulkona syömisestä elämyksellisempää, vastuullisempaa ja siten suositumpaa!”

The Kespro logo consists of the word 'KESPRO' in a bold, orange, sans-serif font. It is flanked by two horizontal orange lines, one above and one below the text.

KESPRO

AINEISTO RAVINTOLA-ILMIÖIDEN TAKANA

7 ravintolamaailman
visiönääriä
haastateltiin
henkilökohtaisesti



156

suomalaista yksityistä
ravintolaa vastasi
sähköiseen kyselyyn



Vastaukset kerätty välillä
11.6. – 30.7.2017



Vastauksia saatiin tasaisesti
ympäri Suomea

Milla Visuri

Ruoka-
strategi,
Helsingin
kaupunki



Osmo Pyhtinen

Kespro Oy
myyntijohtaja



Anssi Nurminen

Product Development
Manager at Kespro Oy



Aki Hiltunen
VS Ravintolat

Pekka Terävä

Ravintola OLO, Emo



Linnea Vihonen

Mitä tänään
syötäisiin,
keittiö-
mestari



Tero Mäntykangas
Ravintolapääällikkö,
Lapland Hotels Oy

57%

vastaajista edusti
ruokaravintoloita
(lounasravintoloista fine
dining -ravintoloihin)

9%

henkilöstö- tai
opiskelijaravintoloita

10%

kahviloita, grillejä
tai bistroja

KESPRO

LÄHTÖKOHTAMME ILMIÖTUTKIMUKSEEN

2016

SUOMALAISET OLIVAT RUOAN
KULUTTAJINA SIIRTYMÄSSÄ KOHTI
ELÄMYKSIÄ JA YKSILÖLLISYYTTÄ

Selvittäessämme vuonna 2016 suomalaisia liikuttavia ilmiöitä isoimmat ja vakiintuneimmat niistä olivat **arjen hyvinvointi sekä tiedostava kuluttaminen**. Voimakkaimmin kasvussa olevat ilmiöt olivat puolestaan **ruokahifistely** sekä **ruokaseikkailut**.

Perinteisestä ruokaympyrästä oltiin siis jo 2016 siirtymässä kohti yksilöllisiä täsmäruokavalioita ja ”oikein syömisestä” kohti nautinnollisuutta ja elämyksiä.

2018

ENTÄ RAVINTOLOIDEN ARKEA
OHJAAVAT ILMÖT 2018?

Ravintola-alan visionäärien haastatteluiden perusteella tunnistettiin keskeisimmät ravintoloiden arkea liikuttavat ruokaan liittyvät ilmiöt ja todettiin, että kuluttajien käyttäytymistä ohjaavat ilmiöt vaikuttavat myös ravintoloiden arkeen.

Seuraavilla sivuilla esittelemme
nämä **suomalaiset
ravintolailmiöt** tarkemmin



KESPRO



SUOMALAISET RAVINTOLAILMIÖT

Ilmiöt ohjaavat ravintoloita tarjoamaan yhä räätälöidymppää
ja elämyksellisempää ruokaa asiakkaidensa tarpeisiin.

KESPRO

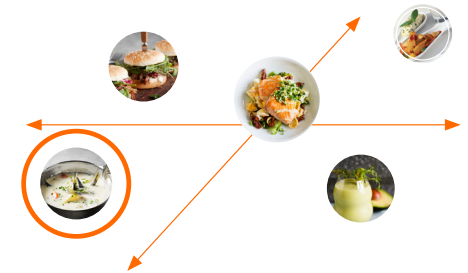
Hyvinvoinnin sekä järkevän ja vastuullisen kuluttamisen ilmiöt ovat suurimmat ravintoloita koskevat ilmiöt. Pienempiä, mutta selvästi kasvavampia ja tulevaisuuden kannalta merkittävämpiä ilmiöitä ovat **arjen hektistyminen** sekä **elämysten hakeminen**. Ruokahifistelyn rooli ravintolamaailmassa on selvästi pienin. Perinteisen arjen hyvinvoinnin sisällä kehittyä alailmiönä asiakkaiden tarve heille räätälöidylle ruoalle ottaen huomioon heidän yksilölliset tarpeet.

Ilmiökuvan koko kertoo ilmiön yleisyydestä Suomessa. Lukuarvo ilmiön ohessa kertoo siitä, miten ilmiö on kehittymässä. Jos luku on <1 ilmiö heikkenee, jos >1 niin ilmiö kasvaa.

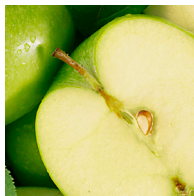


JÄRKEVÄ JA VASTUULLINEN KULUTTAMINEN

hävikkiravintolat & appsit | lähiruoka | sesongit | villi(yrtit) | perusasioiden äärellä



Vakiintunut ja paikkansa löytänyt ilmiö



Järkevä kuluttaminen on saavuttanut vahvan aseman. Epävarmoina aikoina ja muutosten keskellä ruoka on keino hakea juurevuutta ja tehdä hyvää. Tähän Järkevän kuluttamisen ilmiöön kuuluvat vahvasti mm. lähiruoan tai perinteisen ruoan suosiminen tai ruokahävikistä huolehtiminen. Tämä ilmiö näyttäytyy voimakkaimmin ravintoloiden asiakkaiden kasvavassa tiedossa sekä vaatimustasona. Ravintoloilta vaaditaan läpinäkyvyyttä toimissaan ja tinkimättömästi omaa tietään ja parempaa maailmaa rakentavat ravintolat ovat arvossaan.

”Kuluttajasta tulee koko ajan kasvavasti laatutietoinen ja vaativa. Samalla palautteen anto heikentyy ja viestien laatu heikkenee. Jätetään vain tulematta uudestaan vaikka oltaisi käytetty palvelua toistuvasti kauankin.”

Pekka Terävä, Ravintola Olo



”Kahvimaitona ei riitä tavallinen ja laktoositon maito, lisänä pitää olla esim. kaura- ja soijamaitoa.”

Kyselystä ravintoloitsijoille

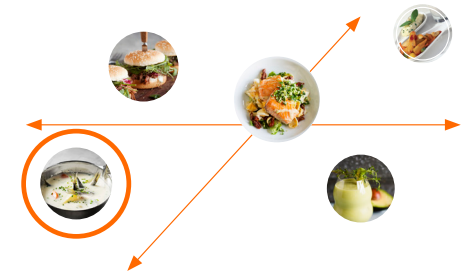


Vastuullisuuden keinovalikoima kasvaa; Suomessa sallittiin hyönteisten kasvattaminen ja valmistaminen ruoaksi.

KESPRO

JÄRKEVÄ JA VASTUULLINEN KULUTTAMINEN

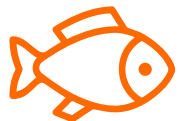
hävikkiravintolat & appsit | lähiruoka | sesongit | villi(yrtit) |
perusasioiden äärellä



Vakiintunut ja paikkansa löytänyt ilmiö

Suomalaiset ravintolat uskovat kotimaisuuden ja sesonginmukaisuuden vetovoimaan tulevaisuudessakin ja tämän lisäksi ympäristömerkittyjen sekä kotimaisten vähemmän hyödynnettyjen kalojen sekä mm. villiyrtyien uskotaan yleistyvän ravintoloiden tarjonnassa. Ruoan valmistuksessa tulee yleistymään tähteiden hyödyntäminen.

Kiinnostus ruoan alkuperään ja historiaan sekä paluu takaisin perusasioiden äärelle lisääntyy entisestään.



Ympäristömerkittyjen tonnikala-säilykkeiden myynti on kasvanut 65 % Kespron Food service -valikoimissa 2016 → 2017.

MINKÄLAISET ASIAT YLEISTYVÄT RAVINTOLOIDEN TARJONNASSA JA TOIMISSA TÄMÄN ILMIÖN MYÖTÄ?

% ravintolakyselyn vastaajista uskoo yleistyvän tulevina vuosina

55%

Pienten & paikallisten tuottajien tuotteet

54%

Kotimaiset vähemmän hyödynnetyt kalat

52%

Tähteiden hyödyntäminen

51%

Ympäristömerkityt kalat

50%

Villiruoka & Villiyrtyt

40%

Hävikkiruoka

KESPRO

ARJEN HEKTISTYMINEN

take away | tilauspalvelut & appsit | katuruoka | aina saatavilla |
joustavat aukioloajat

Perinteiset ruokailutottumukset muuttuvat arjen hektistytessä ja yhä useamman asuessa yksin. Kuluttajat kaipaavat helppokäyttöisiä, kiirettä helpottavia ratkaisuja. Käynti ravintolassa tai ruoan tilaaminen ravintolasta voi helpottaa ajankäyttöä. Ruoka tarjoaa yhä useammin myös mahdollisuuden pieneen lepo hetkeen kaikessa kiireessä.

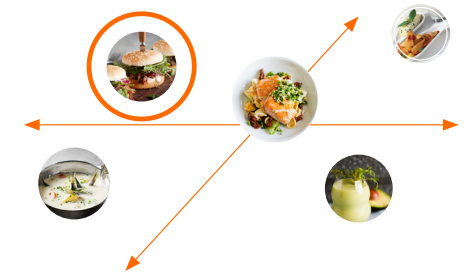
Ilmiön taustalla ei ole vain asiakkaiden kiire, vaan yleisesti ottaen arjen rytmien muutos; työajat ja -paikat muuttuvat joustavammiksi ja arki tai juhla ei ole enää yhtä tiukasti viikonpäiviin sidottua. Tämä luo niin haasteita kuin mahdollisuuksiakin miettiä asiakkaidensa tarpeisiin mukautuvia ravintoloiden aukioloaikoja tulevaisuudessa.

“Muutoksia on myös seuraavissa, yhdessä syömisessä ja ravintoloiden aukioloajoissa. Perheiden ja lasten mukaan ottamista illalliselle. Tällainen kulttuuri on tullut jäädäkseen.”

Milla Visuri, Ruokastrategi Helsingin kaupunki

“Ravintolan rooli kasvaa arjen helpottajana. Eli mennään ravintolaan ja otetaan se hetki siellä. Kun ihmiset eivät viitsi tai jaksa kotona tehdä niin siirtyy ulos syömiseen.”

Pekka Terävä, Ravintola Olo



Iso ilmiö, joka kasvussa.



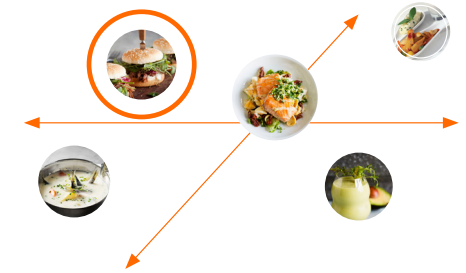
”Näky siinä että ihmiset ostaa valmiita ruoka-annoksia kotiin ravintoloista, eikä se enää ole vain pitsaa ja kebabia. Ja koko ajan tulee uusia logistisia ratkaisuja tähän. Samoilta apajille on tulossa vähittäiskauppa, joten se raja häviää ravintolan ja kaupan välilläkin.”

Osmo Pyhtinen, Kespro Oy myyntijohtaja

KESPRO

ARJEN HEKTISTYMINEN

take away | tilauspalvelut & appsit | katuruoka | aina saatavilla |
joustavat aukioloajat



Iso ilmiö, joka kasvussa.

Ravintoloiden arjessa arjen hektistymisen ilmiö näyttäytyy voimakkaimmin take away -annosten lisääntyneenä kysyntänä sekä erilaisten ruoan tilaus- ja toimitusmuotojen yleistymisenä. Arjen hektistyminen on yhdessä elämishakuisuuden kanssa siivittänyt mm. katuruoan ja erilaisten ruokarekkojen suosiota.

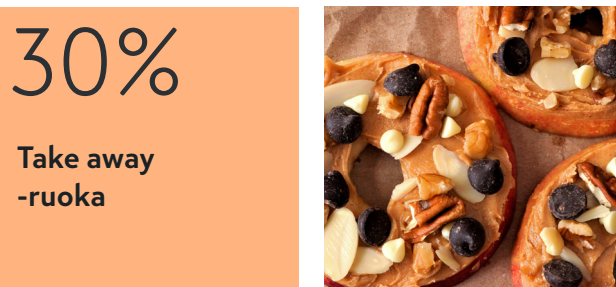
Arjen hektistymisen ilmiö luo tarvetta nopeille ja helposti saatavilla oleville ratkaisuille, mutta myös päiväväställe; kiirehtimisen sijaan halutaan myös nauttia kiireettömyydestä läheisten kanssa esimerkiksi hyvän ruoan äärellä.



Mukaan otettavan kahvin suosio kasvaa nopealla tahdilla – Kespron omien kuumakuppien myynti on kasvanut 2016 → 2017 55 %.

MINKÄLAISET ASIAT YLEISTYVÄT RAVINTOLOIDEN TARJONNASSA JA TOIMISSA TÄMÄN ILMIÖN MYÖTÄ?

% ravintolakyselyn vastaajista uskoo yleistyvän tulevana vuosina



KESPRO

ARJEN HYVINVOINTI JA TÄSMÄHYVINVOINTI

täsmähyvinvointi | minulle räätälöity | vaihtoehtotuotteet |
erikoisruokavaliot | keveyttä ja hyvää oloa

Yleinen arjen hyvinvointi on kuluttajissa jo vakiintunut ilmiö. Se tarkoittaa toivetta terveellisestä ruokavaliosta. Kuluttajat haluavat esimerkiksi yleisesti lisätä kasvisten ja vihannesten käyttöä ja vähentää sokeria. Tämän ohella omaksi ruokailmiökseen on erkaantunut täsmähyvinvointi.

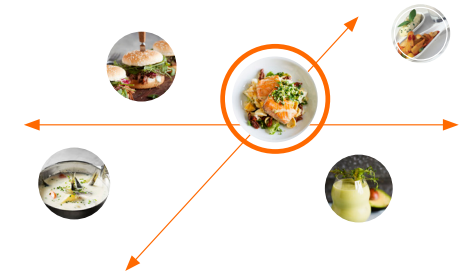
Täsmähyvinvoinnissa mennään itselle räätälöityyn ruokavalioon – ei välttämättä aina edes julkisen ruokaympyrän mukaisesti. Keskiössä on jokin usein vaihtuva trendikäs terveystuote tai ruokavalio, esimerkiksi gluteenittomuus, superfoodit tai nyhtökaura. Omasta terveydestä huolehtiminen täsmätasolla tarkoittaa kiinnostusta mm. suoliston ja aivojen hyvinvointiin.

“[Ilmiö] On koko ajan kasvussa, kun miettii miten Suomessa on syöty 40 vuotta sitten niin tosi paljon raskaammin kuin nyt. Koko ajan tietoisuus kasvaa. Sanoisin, et keveys on jopa oleellisempaa kuin eettisyys.”

Anssi Nurminen,
Product Development Manager at Kespro Oy

”Erilaiset ruokavaliot asettavat haasteita ja tulevaisuudessa täytyy vetää linja palvellaanko kaikkia.”

Kyselystä ravintoloitsijoille



Iso vakiintunut ilmiö, joka kasvuissa täsmähyvinvoinnin myötä.

”Haasteita tuovat nykyään erikoisruokavaliot: kenellä on mitäkin paleo-veganismi-rawfood villitystä eikä tavallinen muikku enää kelpaa edes kaltaisessamme syrjäisessä maalaisravintolassa. Myös kaikelaiset allergiat ovat yleistyneet räjähdysmäisesti.”

Kyselystä ravintoloitsijoille



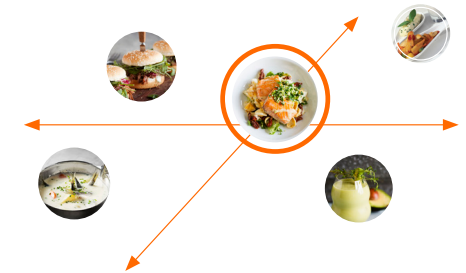
”Tulossa on myös mm. aivojen hyvinvointia edistävät ruuat (ns. Brainfood)”

Tero Mäntykangas, Lapland Hotels Oy

KESPRO

ARJEN HYVINVOINTI JA TÄSMÄHYVINVOINTI

täsmähyvinvointi | minulle räätälöity | vaihtoehtotuotteet |
erikoisruokavaliot | keveyttä ja hyvää oloa



Iso vakiintunut ilmiö, joka kasvussa
täsmähyvinvoinnin myötä.

Tämä ilmiö on nähty myös ravintoloiden
arjessa erilaisten erikoisruokavalioiden sekä
vaihtoehtoisten tuotteiden, kuten soijamaitojen
lisääntyneenä kysyntänä. Tämä ilmiö näkyy
myös haluna poimia ravintoloiden menuista
juuri ne itselle mieluisat vaihtoehdot valmiiden
kokonaisuuksien sijaan. Ruoan vaikutuksista
olla enenevässä määrin kiinnostuneita ja
superfoodien rinnalla kiinnostus mm. suoliston tai
aivojen hyvinvointia tukevaa ruokaa kohtaan lisää
suosiotaan. Yksilöllistymisen uskotaan olevan
vahvasti myös tulevaisuuden suunta.



Gluteiinittomat tuotteet
yleistyvät ravintoloiden
ostoslistalla ja kasvu on suurta
monessa eri kategoriassa.

MINKÄLAISET ASIAT YLEISTYVÄT RAVINTOLOIDEN TARJONNASSA JA TOIMISSA TÄMÄN ILMIÖN MYÖTÄ?

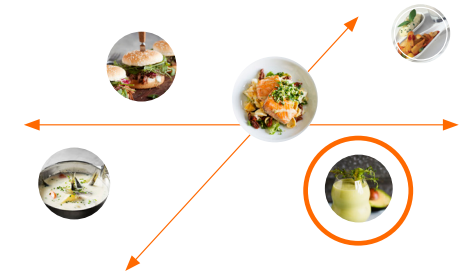
% ravintolakyselyn vastaajista uskoo
yleistyvän tulevina vuosina



KESPRO

ELÄMYSTEN HAKEMINEN

rentous | tarinat | jaettukokemus | (avo)tulellakokkaaminen | fermentointi



Voimakkaassa kasvussa oleva ilmiö.



Ruoasta haetaan yhä enemmän elämyksiä ja yhteisöllisyyden kasvun myötä myös yhdessä tehden. Eksoottisempien raaka-aineiden suosio on jo suhteellisen vakiintunut, mutta uusia ruokainnovaatioita ja uusia makuelämyksiä kaivataan tulevaisuudessa entistä enemmän. Makuseikkailuihin liittyy myös yhdessä syöminen, yhdessä eri makujen maistelu. Asiakkaiden odotustaso kasvaa ja niiden ylittäminen vaikeutuu koko ajan.

”Ihmisten elämänrytmit ovat murroksessa. Samoin kuin kaupat aukioloaikojen vapautumisen myötä, niin myös ravintolat tulevat kokemaan painetta aukioloaikojen uudelleen rytmittämiseksi. Take away -annosten määrän valtava suosio ja ravintoloiden saama palaute ruoan valmistumisen nopeudesta ovat jo näkyvissä olevia merkkejä tästä murroksesta”.

Linnea Vihonen, Mitä tänään syötäisiin, keittiömestari

”Rennompi ravintolakäyttäytyminen on tulossa – ei enää niinkään pönötystä ainakaan enää skandinaavisessa ravintolakulttuurissa”

Tero Mäntykangas, Lapland Hotels Oy



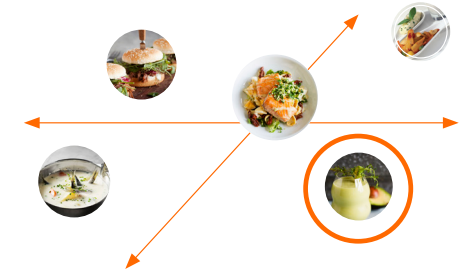
”Asiakkaat haluavat kunnolla maustettua ruokaa. Etnisiä makuja haetaan entistä enemmän”

Kyselystä ravintoloitsijoille

KESPRO

ELÄMYSTEN HAKEMINEN

rentous | tarinat | jaettukokemus | (avo)tulellakokkaaminen | fermentointi



Voimakkaassa kasvussa oleva ilmiö.

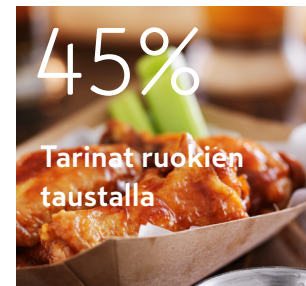
Keinot, joilla elämyksiä tarjotaan tulevaisuudessa enemmän liittyvät ravintoloiden mielestä uusiin valmistustapoihin ja niiden tarjoamiin makukokemuksiin, mm. tulella kokkaamisen, grillaamisen ja fermentoinnin uskotaan yleistyvän entisestään samoin kuin ruoan kokkaaminen ja viimeistely asiakkaan edessä. Elämysten tarjoamisessa myös yksinkertaistamisella sekä tarinoilla ruokien takana nähdään kasvavaa kysyntää.

MINKÄLAISET ASIAT YLEISTYVÄT RAVINTOLOIDEN TARJONNASSA JA TOIMISSA TÄMÄN ILMIÖN MYÖTÄ?

% ravintolakyselyn vastaajista uskoo yleistyvän tulevana vuosina



Oktoberfest-tuotteiden suuri suosio yllätti Kespron syyskuussa 2017 – kolminkertainen myynti kahden viikon aikana.



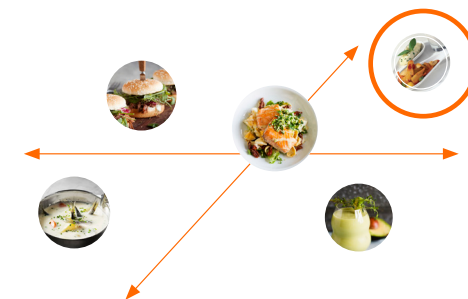
Ravintoloille elämysten tarjoaminen on enemmän arkipäivää kuin heidän asiakkailleen, mutta ravintoloiden kilpailukenttä ruokaelämysten tarjoajana kasvaa koko ajan. Mitä ravintolat pystyvät tulevaisuudessa tarjoamaan, mitä esimerkiksi kauppa ei tarjoa?

-Kespro

KESPRO

RUOKAHIFISTELY

testailu | uudetmenetelmät | ääretömänhyvintehty



Vakiintunut tai jopa hiipuva ilmiö

Ruokahifistely on ravintoloiden asiakkaiden arjessa vielä kasvava ilmiö ja liittyy isoon yksilöllistymisen megatrendiin ja ruokaharrastuneisuuteen. Asiakkaiden arjessa hifistelyssä on kyse on raaka-aineiden laadun arvostamisesta ja ravintolatasoisen ruoan valmistamisesta kotona itse. Ruokahifistelijät hakevat arvostamaansa uniikkiutta ja korkeinta laatua myös ravintolassa. Ravintoloille hifistely näyttäytyy kuitenkin suhteellisen pienenä ja jopa hiipuvana ilmiönä.



“Ruokahifistely ei automaattisesti tarkoita fine diningia, vaan se voi olla hyvinkin yksinkertaista, mutta tehty äärettömän hyvin.”

Aki Hiltunen, VS ravintolat

”Lappiruoka on uniikkia ja ihmiset tietää itsekin vaikka mitä siitä ruoanlaitosta kotona, joten ne tietävät myös ravintolassa. Eivät ravintolat voi myydä huonoa laatua kalliilla, koska sen löytää sitten edestä, ihmiset tietävät niin paljon.”

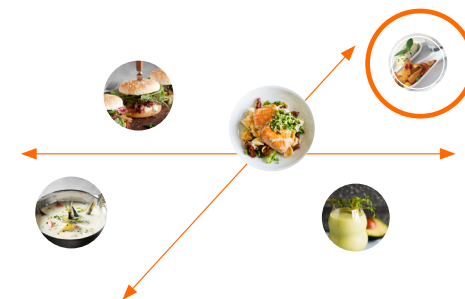
Tero Mäntykangas, Lapland Hotels Oy



KESPRO

RUOKAHIFISTELY

testailu | uudetmenetelmät | ääretömänhyvinvointi



Vakiintunut tai jopa hiipuva ilmiö

Ravintoloiden arjessa hifistely, eli valmistustekniikoiden ja raaka-aineiden testaaminen on arkipäiväisempi asia ja se koetaan usein jopa itsestäänselvydeksi. Tämän vuoksi ilmiö näyttäytyy ehkä hieman todellisuutta pienempänä. Hifistelyä enemmän nähdään mahdollisuuksia paluussa perusasioiden äärelle ja ruoan tarinallisuudessa. Hifistely voi kuitenkin olla keino erottautua kilpailusta alalla.



Kespron valikoimissa kaikki ruoan stailaamiseen ja ulkonäön viimeistelyyn liittyvät tuotteet kasvattavat voimakkaasti suosiotaan.

MINKÄLAISET ASIAT YLEISTYVÄT RAVINTOLOIDEN TARJONNASSA JA TOIMISSA TÄMÄN ILMIÖN MYÖTÄ?

% ravintolakyselyn vastaajista uskoo yleistyvän tulevina vuosina

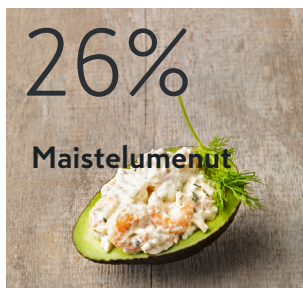
45%

Ravintolan itse leipomat leivät



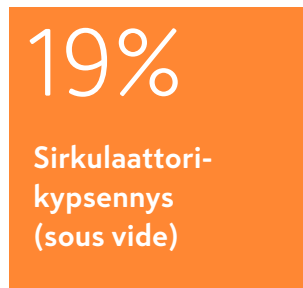
26%

Maistelumenut



19%

Sirkulaattori-kypsennys (sous vide)



6%

Molekyyli-gastronomia



KESPRO

MINKÄLAISTEN ASIOIDEN USKOTAAN YLEISTYVÄN SUOMALAISISSA RAVINTOLOISSA?

Top10 listat aiheittain

% ravintolakyselyn vastaajista uskoo yleistyvän tulevina vuosina



RAAKA-AINEISSA

- 59% Soijamaito, riisimaito, kauramaito tai mantelimaito
- 58% Kasvisraaka-aineet
- 57% Perinteiset suomalaiset raaka-aineet
- 55% Pienten/ paikallisten tuottajien tuotteet
- 54% Kotimaiset vähemmän hyödynnetyt kalat, kuten särki
- 51% Ympäristömerkityt kalat
- 50% Villiruoka / Villiyrtit
- 50% Vaihtoehtoiset proteiinin lähteet (esim. Mifu, Nyhtis, Härkis, Pavut)
- 49% Kotimaiset metsäsienet
- 48% Kotimaiset laatu kalat, kuten kuha tai nieriä



RUOKALISTALLA

- 52% Gluteenittomat tuotteet
- 49% Yksinkertaistaminen
- 48% Vegaaniset ruoat
- 43% Kasvisruuat
- 37% Sesonkiruoka
- 35% Modernisoidut perinneruoat
- 35% Maidottomat vaihtoehdot
- 34% Kevyemmät vaihtoehdot (vähemmän kaloreita)
- 33% Perinteiset suomalaiset ruoat
- 32% Street Food



RUOAN VALMISTUKSESSA

- 52% Tähteiden hyödyntäminen
- 45% Ravintolan itse leipomat leivät
- 32% Ruoan viimeistely asiakkaan edessä
- 28% Ruoan kokkaaminen asiakkaan edessä
- 26% Tulella kokkaaminen
- 23% Fermentointi, hapattaminen
- 22% Grillaus
- 21% Kokonaisena kypsentyminen ja tarjoilu
- 20% Avotulella kokkaus
- 20% Slow cooking (esim. 48 h)



UUDET KONSEPTIT JA PALVELUT

- 53% Jaettavat ja yhdessä syötävät ruoat
- 47% Ruoan alkuperän korostaminen
- 45% Yksinkertaistetut menut (vain muutama vaihtoehto)
- 45% Tarinat ruokien taustalla
- 40% Hävikkiruoka
- 34% Ruoan toimitus
- 32% Erikoisruokavaliot/ yksilölliset ruokadieetit
- 30% Take away -ruoka
- 30% Eettisesti tuotettu/ valmistettu ruoka
- 26% Maistelumenut

LISÄTIETOJA:

Hannu Korhonen

markkinointijohtaja, Kespro
p. 050 043 5158

Osmo Pyhtinen

myyntijohtaja, Kespro
p. 040 077 6869

Hanna Santavuori

tutkimuspäällikkö, Frankly Partners
p. 050 384 2587

