

A man and a woman are seated at a restaurant table, both wearing sunglasses and smiling. The woman, on the left, has white hair and is pointing her finger. The man, on the right, has grey hair and a beard. They are both wearing dark sunglasses. The table in front of them has plates of food, glasses of wine, and a small bowl. Other diners are visible in the background, slightly out of focus. The lighting is warm and natural, suggesting a daytime setting.

KESPRO

RAVINTOLAILMIÖT · 2026

ALKUSANAT

Ravintolat elävät ajassa, jossa muutos on nopeaa, monikerroksista ja täynnä sekä haasteita että mahdollisuuksia. Ravintola on tila, jossa maku, ihmiset, elämykset ja liiketoiminta kietoutuvat yhteen. Ne heijastavat yhteiskunnan muutosta – ja samalla muovaavat sitä. Ravintolat ovat kohtaamispaikkoja eri yleisöille, sukupolville ja yksilöille.

Asiakkaat etsivät samanaikaisesti merkityksellisyyttä ja helppoutta, yhteisöllisyyttä ja omaa rauhaa, elämyksiä ja vastuullisuutta. Ravintolat ovat etulinjassa sovittamassa yhteen näitä toiveita. Ruoka ei ole enää pelkkää ravintoa, vaan osa identiteettiä, kulttuuria ja yhteisöllisyyttä. Uudet teknologiat, elämäntavat ja arvot muokkaavat tapaa, jolla syömme, juomme ja kohtaamme – ja samalla muuttavat käsitystä siitä, mitä ravintola merkitsee.

Tämä raportti koostuu viidestä teemasta, jotka kuvaavat ravintola-alan kehityssuuntia ja ilmiöitä vuonna 2026. Teemat muodostavat kokonaisuuden, jossa muutos näkyy maun, ihmisten, elämysten ja liiketoiminnan tasolla. Ne kertovat, millaisessa ympäristössä ravintolat toimivat ja millaista tulevaisuutta ne rakentavat omilla teoillaan, valinnoillaan ja visioillaan.

Ravintolailmiöt 2026 kokoa yhteen sen, mikä on nousemassa pintaan, ja miten ravintola-ala muovaa tulevaisuutta.

MITEN RAPORTTI ON TEHTY

MUUTOKSEN YMMÄRTÄMINEN

Maailma muuttuu jatkuvasti ja ravintola-ala sen mukana. Ruoka ja juoma kytkeytyvät yhä tiiviimmin yhteiskunnallisiin, kulttuurisiin ja taloudellisiin ilmiöihin. Trendiennakkoinnin ja ilmiötyön avulla voidaan tunnistaa asioita, jotka ovat vasta muotoutumassa, ja ymmärtää, mitä ne merkitsevät tulevaisuuden kannalta.

MONIPUOLINEN AINEISTO JA YHTEISTYÖ

Raportti on koottu prosessissa, jossa yksittäiset signaalit ja havainnot yhdistettiin kokonaisuudeksi. Aineistoa kerättiin kansainvälisistä ja kotimaisista lähteistä, uutisista, messuista ja trendiaineistoista. Työhön osallistui Kespron asiantuntijoita eri osa-alueilta – hankinnasta, ruokatuotteista, myynnistä,

markkinoinnista ja viestinnästä – sekä alan ammattilaisia, jotka toivat näkemyksensä mukaan. Näin varmistettiin, että teemat kytkeytyvät tiiviisti ravintola-arjen todellisuuteen.

TULKINTA JA TOIMINTA

Ravintolailmiöt 2026 perustuu näkemykselliseen tietoon, joka muuttuu todeksi vasta tekojen kautta. Trenditutkimus ei mittaa menneisyyttä, vaan tulkitsee tulevaisuuden mahdollisuuksia. Raportin fokus on vuodessa 2026: esimerkit ja havainnot on valittu läheltä, jotta niitä voi soveltaa omaan toimintaan jo lyhyellä aikavälillä. Raportti ei tarjoa valmiita vastauksia, vaan kutsuu näkemään, kokeilemaan ja rakentamaan uutta yhdessä.

ILMIÖTYÖ JA TIIMI

Ravintolailmiöt 2026 -raportin toteutuksesta vastasi Kespron ilmiötiimi yhteistyössä Foodsterin asiantuntijoiden kanssa.

Työhön osallistuivat Ismo Aho, Roni Auvinen, Antti Hartemo, Matti Holma, Markku Kallinen, Teija Nesterinen, Anssi Nurminen, Milja Pipinen, Jarno Saarinen, Kristina Sewón-Aalto, Teija Sääksmäki, Ulla Telama, Jarkko Toivonen, Virpi Vaittinen, Harri Veckman, Annakaisa Virtanen, Heidi Voutilainen, Niko Vuorinen, Paula Wilson ja Päivi Yli-Hongisto.

SISÄLTÖ

KAIKKIEN RAVINTOLA

Ravintolat osana arkea ja juhlaa
Teemalliset kohtaamiset
Yksi tila, monta heimoa

EROTTAUDU ELÄMYKSILLÄ

Tarinallinen ravintolakokemus
Helppouden luksus
Uudet juhlimisen tavat
Hyvinvointia ruoasta ja juomasta

VASTUULLISUUS 2.0

Vastuullisuus on osa arkea
Ravintola on maailma pienoiskoossa
Luonto kumppanina
Teknologia tuo vastuuta

RAVINTOLAT LUOVUUDEN PELIKENTTÄNÄ

Yhdistelemisen vapaus
Ravintolakulttuuria yli rajojen
Yhdessä tekemisen voima

TEKNOLOGIA RAVINTOLAN ARJESSA

Älykäs menu
Älykkäät agentit
Teknologia taustalla
Ihmisten ja koneiden hybriditiimi

MAKU, IHMISET, ELÄMYKSET JA LIIKETOIMINTA

FOODSTERIN KENTTÄOPAS 2026

Keittiössä ja salissa
Juomat
Tunnelma

KAIKKIEN RAVINTOLA



KAIKKIEN RAVINTOLA

Ravintolat osana arkea ja juhlaa – Teemalliset kohtaamiset – Yksi tila, monta heimoa

Ravintolat ovat paljon enemmän kuin ruokapaikkoja. Ne ovat nykyajan nuotiopaikkoja, toreja ja kylätaloja, joissa eri ikäluokat, elämäntavat ja yhteisöt kohtaavat ja viihtyvät. Hyvän ruoan, juoman ja palvelun lisäksi ravintolat toimivat ystävyysuhteiden huoltopisteinä ja tarjoavat arjen keskellä hetken hengähdysten.

Kohtaamisten ja yhteisöllisyyden merkitys hyvinvoinnin lähteenä kasvaa. Ravintolat tukevat tätä tarjoamalla tiloja, joissa voi kohdata spontaanisti ja olla osa yhteistä elämää. Viiden minuutin kaupungin ajatus tuo nämä hetket yhä lähemmäs omaan kortteliin, jossa kahvila, ravintola tai viinibaari on kulman takana. Näin syntyy yhteisöjä, jotka vahvistavat hyvinvointia ja elävöittävät kaupunkia.



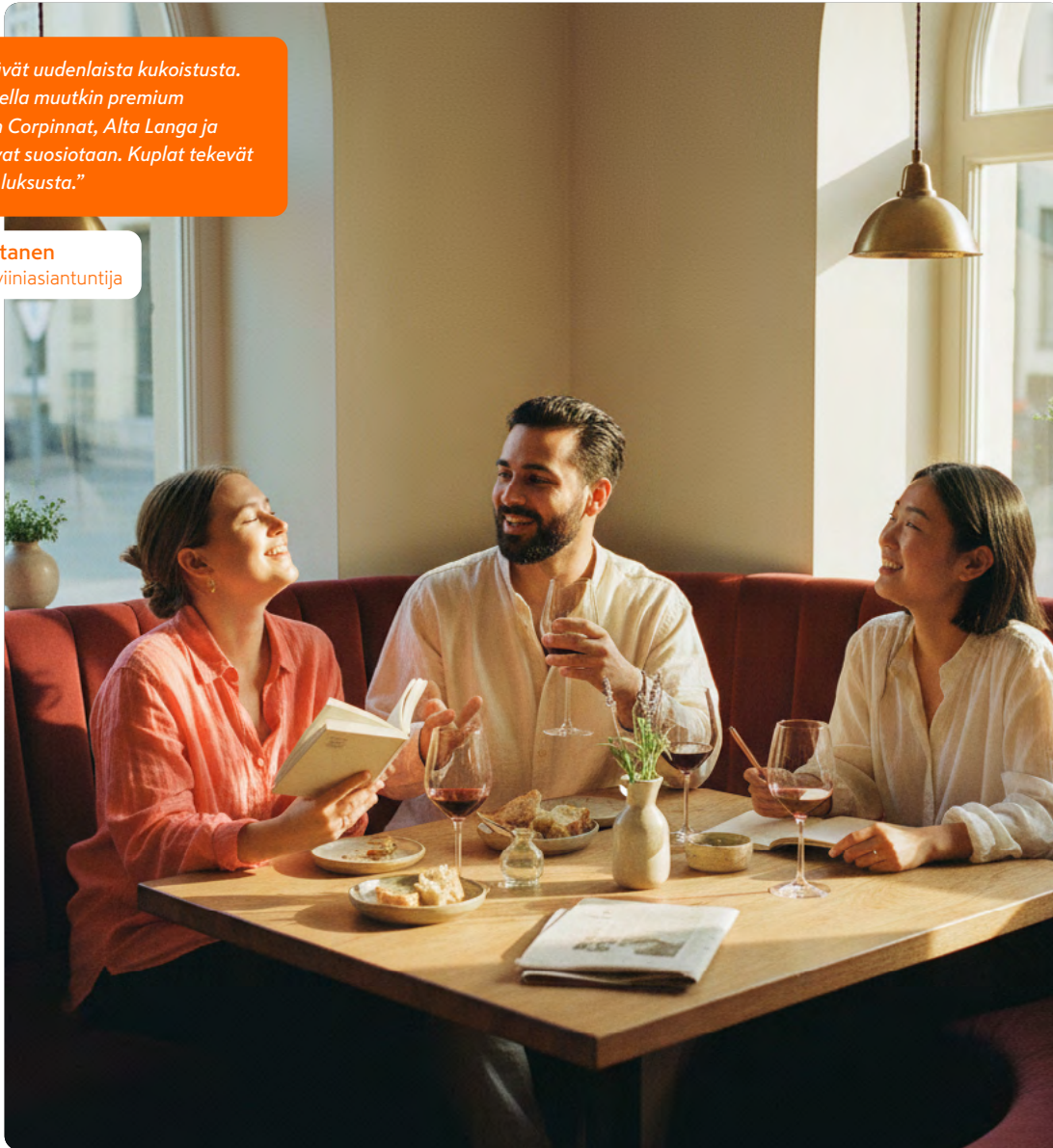
Ravintolat heijastavat myös monimuotoisuutta ja kulttuurien kirjoa. Artesaanileipomot ja autenttiset etniset ravintolat rikastuttavat gastronomiaa ja tuovat uusia makuja eri puolilta maailmaa, myös sellaisia joita Suomessa on vasta vähän nähty.

Rovaniemi on tästä kiinnostava esimerkki, sillä kokoonsa nähden se on Suomen kansainvälinen ravintolakaupunki. Ravintolat työllistävät, lisäävät alueen vetovoimaa ja rakentavat identiteettiä. Ne työllistävät laajasti, ja monille nuorille ravintolat ovat ensimmäinen kosketuspinta työelämään. Ravintolat ovat kulttuuria, alueellista ja globaalia.



“Kuohuviinit elävät uudenlaista kukoistusta. Samppanjan ohella muutkin premium kuohuvat, kuten Corpinnat, Alta Langa ja Cremant nostavat suosiotaan. Kuplat tekevät helposti arjesta luksusta.”

Annakaisa Virtanen
Tuotepäällikkö, viiniasiantuntija



Ravintolat osana arkea ja juhlaa

Ravintolat ovat kaikkia varten niin arjessa kuin juhlassa. Lähikorttelin kahvilat, baarit ja ravintolat ovat nousseet vapaa-ajan olohuoneiksi, joihin voi mennä yksin tai yhdessä, spontaanisti tai suunnitellusti.

Hyvä palvelu korostaa joustavuutta: lemmikkien huomiointi, etätyöystävälliset ratkaisut ja erikoispalvelut, kuten *Ravintola Elmin* lastenvahtimahdollisuus.

Rentous ja helppous houkuttelevat asiakkaita. Esimerkiksi *pop up -kahvila Barra* kerää jonoja tanskalaistyyllisillä aamupaloillaan. Kortteliravintolat, kuten helsinkiläinen *Third Place Pasta Bar* ja oululainen *Alfred*, kokoavat ihmisiä yhteen matalalla kynnyksellä. Viinibaarien suosio kasvaa – *La Taperia* Helsingissä, *Lanun Korkki* Lahdessa ja *Villit ja viinit* Tampereella tarjoavat loistavien viinien lisäksi paikan henkeen sopivaa syötävää.

Myös ostoskeskusten ravintolamaailmat elävät uutta aikaa. Ne tarjoavat monipuolisia makuja arkeen ja juhlaan, helppoutta ja valinnanvapautta. Ostoskeskuksista on tullut paikkoja, joissa yhdistyvät spontaanit kohtaamiset ja yhdessäolo.

Teemalliset kohtaamiset

Teemojen ja yhteisöjen ympärille rakennetut tapahtumat houkuttelevat ihmisiä ravintoloihin ja tuovat vaihtelua.

Ravintolat elävöittävät liikeideaansa teemoitetuilla tapahtumilla, jotka voivat rakentua yksittäisen henkilön, raaka-aineen tai juoman ympärille, tai muodostaa laajemman kokonaisuuden. Viinitastingit sinkuille, teemaillalliset ja Sunday roastit kokoavat ihmiset saman pöydän ääreen nauttimaan hetkestä.

Esimerkkejä teemallisista kohtaamisista löytyy eri puolilta Suomea. Vuosaaressa ravintola *Ragazza* yhdistää bingon ja italodiskon, luoden hauskan ja yhteisöllisen illan. Lauttasaaren panimoravintola *Solmu* tarjoaa sunnuntaisin perinteistä Sunday roastia, joka houkuttelee asiakkaita viihtymään pitkään. Lahdessa *Kahiwa-kahvilan* kakkubuffet täyttää kahvilan makean ystävillä kerta toisensa jälkeen.

Yksinkertaisilla teemoilla voidaan yhdistää myös yhdistää samanhenkisiä ihmisiä, kuten Hollannissa, missä *“ruutupaastoajat”* kokoontuvat kahviloihin lukemaan kirjoja yhdessä, ilman puhelimia. Maailmalla on myös konsepteja, missä *illallisseura koostuu ennestään tuntemattomista ihmisistä*.

Kesäsesongin lippakioskit ovat elävöittäneet Helsingin ravintolakulttuuria omilla konsepteillaan: Mustikkamaan *Lippa*, Kruunuhaan *Vinolippa* ja *Brerea* Eirassa yhdistävät laadukkaat viinit ja ruoan, ja niiden yhteisöllisyys kerää asiakkaita kesästä toiseen.



“Kuluttajat ovat entistä tietoisempia ja tarkkoja sekä hinnasta että laadusta. Markkinassa menestyvät ne, jotka erottuvat omalla tyyllillään, palvelullaan ja elämyksellisyydellään. Oman tien kulkijat luovat ympärilleen kysyntää ja vauhdittavat koko alan kehitystä.”

Matti Holma
Keittiömestari, Foodsteri Oulu



Yksi tila, monta heimoa

Ravintolaa, kahvilaa tai baaria ei tarvitse rakentaa vain yhden konseptin varaan. Jos tila ja liikeidea joustavat, liiketoimintaa voi kasvattaa palvelemalla useampia kohderyhmiä eri kellonaikoina ja viikonpäivinä.

Luovalla tilankäytöllä sama tila muuntuu helposti erilaiseksi – tarjontaa voi muokata, valaistusta ja äänimaisemaa säätää, ja pienillä yksityiskohdilla, kuten sisustuselementeillä tai astioilla, luoda täysin uuden tunnelman. Myös juomatuotteet kannattaa räätälöidä kohderyhmän mukaan sen sijaan, että kaikille tarjotaan samaa.

Globaaleja ja paikallisia makuja yhdistelemällä sama raaka-ainepohja taipuu aamupalasta lounasbuffettiin ja siitä after workiin.

Dynaaminen hinnoittelu hiljaisiin hetkiin houkuttelee uusia asiakkaita – esimerkiksi senioreita myöhäiselle lounaalle iltapäivän rauhallisina tunteina. Juomapuolella voi nostaa esiin muutaman täsmätuotteen houkuttelevalla hinnalla.

Samaa tilaa voivat hyödyntää myös eri palveluntarjoajat. Jos ravintolatila antaa myöten, siellä voidaan järjestää tapahtumia harrastusten tai kulttuurin ympärille. Jakamalla kustannuksia muiden toimijoiden kanssa syntyy synergiaetua ja kannattavampaa liiketoimintaa.

EROTTAUDU ELÄMYKSILLÄ



EROTTAUDU ELÄMYKSILLÄ

Tarinallinen ravintolakokemus – Helppouden luksus – Uudet juhlimisen tavat – Hyvinvointia ruoasta ja juomasta

Elämys on aina ollut osa ravintolan kokonaisuutta, mutta sen merkitys korostuu entisestään. Elämyksellisyys syntyy ruoasta, juomasta, tilasta sekä henkilökunnan ja asiakkaiden välisestä yhteydestä. Pienet yksityiskohtat ratkaisevat – niihin kannattaa kiinnittää erityistä huomiota.

Tarinallisuus tuo elämykseen aitoutta ja inhimillisyyttä, luoden syvemmän yhteyden asiakkaaseen. Esimerkiksi *Boulangerie Marco* Tampereella tekee ranskalaisen käsityöperinteen näkyväksi paitsi croissanteissaan ja patongeissaan, myös siinä, miten se esittelee henkilökuntansa ja ystävänsä osana brändiä. Tällainen henkilökuntabrändäys

tekee ravintolasta helposti lähestyttävän ja inhimillisen. Yllätyksellisyys on tärkeä osa elämystä – se voi olla *leivos, joka näyttää hedelmältä*, tai yksityiskohta, joka yllättää.

Luksus käsitteenä on muuttunut ja monipuolistunut. Arjen luksus tarkoittaa yksinkertaisia mutta nautinnollisia hetkiä kiireen keskellä. Kestävä luksus puolestaan tarkoittaa laadukkaita raaka-aineita ja toimintatapoja, joissa yhdistyvät ekologisuus, eettisyys ja vastuulliset valinnat. Personoitu luksus vie asiakaskokemuksen uudelle tasolle. Luksus ei ole enää pelkkää samppanjaa ja kaviaaria, vaan myös helppoutta, sujuvuutta ja merkityksellisyyttä.





Tarinallinen ravintolakokemus

Tarinat ovat olennainen osa ihmisyyttä, ja siksi ne vetoavat myös ravintola-asiakkaisiin. Eheä ja kiinnostava tarina sitoo yhteen maut, ihmiset ja elämykset, ja samalla tukee kannattavaa liiketoimintaa.

Mieleenpainuva kokemus voi syntyä joko harmonisesta ja maanläheisestä estetiikasta tai rohkeasta värien ja muotojen leikistä. Skandinaavisen minimalismin rinnalle on noussut runsaampi ja moniulotteisempi tyyli, jossa tiloissa korostuvat värit, muodot ja yksityiskohdat. Vaikutteita otetaan yhä rohkeammin eri kulttuureista, jotka tuovat tilaan oman tarinansa ja vievät asiakkaan matkalle uusiin maailmoihin.

Ravintolan tarina voi olla moniulotteinen ja runsas, kuten kööpenhaminalainen ravintola *Alchemist*, joka kutsuu asiakkaat usean tunnin mittaiselle matkalle omaan makrokosmosmaailmaansa. Siellä äärimmäisen tarkkaan mietityt yksityiskohdat yhdistyvät moniaistiseen elämykseen. Tarina voi olla myös rosoinen ja spontaani, kuten *Punk Royale*, joka on luonut teknomusiikista, strobovaloista ja erinomaisesta ruoasta vahvan ja mieleenpainuvan kokemuksen. Tietyn alueen ympärille kietoutuvasta tarinasta esimerkkinä on *Lapland Hotels*, joka on tehnyt lapin eksotiikasta kokonaisvaltaisen elämyksen ympäri Suomen, Helsingin Boulevardilta, aina Kilpisjärvelle asti.

Helppouden luksus

Luksus tarkoittaa yhä useammin helppoutta. Ultraluksuksessa tämä näkyy huolellisena ennakkosuunnitteluna – esimerkiksi Lapin luksuslomalla asiakas voi keskittyä elämyksiin ilman, että paikan päällä tarvitsee tehdä päätöksiä.

Suosittu japanilaislähtöiset omakase-ravintolat vievät helppouden uudelle tasolle: asiakas antaa kokin hoitaa valinnat ja keskittyy vain nauttimaan kokonaisvaltaisesta kokemuksesta, joka rakentuu sesongin parhaista raaka-aineista, tunnelmasta ja vuorovaikutuksesta. Hyvä esimerkki tästä on hiljattain avattu *ravintola Shii* Helsingissä.

Street food houkuttaa ja kookuttaa nimenomaan helppouden ja nopeuden takia. Voileipäbaarien nousun myötä täytetystä leivistäkin on tullut helppoa, herkullista ja nopeaa arjen luksusta. Joensuulainen *Ravintola Soossi* tarjoaa pizzeria ja niille paritettuja cocktaileja – helposti lähestyttävä konsepti, joka yhdistää laadun ja vaivattomuuden

Helppous näkyy asiakkaille monella tasolla: konkreettisina palveluratkaisuina, selkeänä tarjontana ja miellyttävänä tunnelmana. Ostamisen pitää olla vaivatonta ja houkuttelevaa, ja nopea palvelu ilman kiireen tuntua on kilpailuetu. Palveluprosessin on oltava tarkkaan hiottu, jotta asiakas kokee kaiken toimivan saumattomasti.

“Matkailijat muuttavat markkinaa, ja erityisesti Lapissa kysyntä laadukkaille ja joustaville palveluille kasvaa. Private chef -konseptit ja catering yleistyvät. Kaikkialla menestyvät ne, jotka osaavat vastata asiakkaiden toiveisiin ja ylittää ne.”

Matti Holma
Keittiömestari, Foodsteri Oulu



“Alkoholittomat viinit eivät ole enää vain vaihtoehto – ne ovat tulevaisuutta. Moderni alkoholiton viini ei tingi laadusta: se valmistetaan huolella tarkoin valikoiduista rypälelajikkeista ja uusimmalla teknologialla. Samalla funktionaaliset juomat – kuten palautumista tai keskittymistä tukevat vaihtoehdot – nousevat esiin. Kuumissa juomissa puolestaan kofeiinittomuus trendaa, kun nautinnosta halutaan lempeämpi versio. Tulevaisuuden juomat yhdistävät maun, hyvinvoinnin ja vastuullisuuden.”

Annakaisa Virtanen
Tuotepäällikkö, viiniasiantuntija

Alkoholittomat viinit

Myynti kasvanut +48 % viimeisen vuoden aikana. Kysyntä jatkaa vahvaa nousua.

Lähde: Kespro

Uudet juhlimisen tavat

Soft clubbing, hyvinvointiklubit ja aamuklubit määrittelevät juhlimisen uuden suunnan. Juhla ei enää tarkoita pelkkää yötä ja alkoholia, vaan elämyksiä, yhteyttä ja hyvinvointia. Tämä näkyy muun muassa siinä, että *yökerhoja muutetaan hyvinvointiklubeiksi*. Juhliminen voi olla osa palautumista, ja yhteisöllinen rytmi löytyy myös päiväsaikaan – *kahvireiveissä*, brunssien jatkoilla ja matalan kynnyksen tapahtumissa.

Juhlimisen painopiste siirtyy yökerhoista kohti elämyksellisempiä, rennommin rakennettuja ympäristöjä. Viinibaarit, cocktail-lounges ja ravintolat, joissa ruoka ja juoma kulkevat käsi kädessä, houkuttelevat eri-ikäisiä juhlijoita. Ruoka on yhä useammin osa iltaa, ja juomissa korostuvat makuparit sekä harkitut kokonaisuudet.

Juomakulttuuri kehittyy kohti laatua ja elämyksellisyyttä. Pienpanimo-tuotteet, alkuperäänsä korostavat viinit ja käsityöläiscocktailit ovat arkipäivää, ja ravintolat rakentavat omia mixed drink -listoja sekä juomapaketteja. Samalla kiinnostus alkoholittomiin vaihtoehtoihin kasvaa, mikä mahdollistaa juhlimisen kevyemmin ja pidempään.

Ravintolat kehittävät myös omia juomiaan hyödyntäen sesongin parhaita raaka-aineita. Kokeilevissa keittiöissä syntyy juuresmehuja, villiyrtiljuomia ja jopa *sienimehua*, ja alkoholittomien juomien kategoria laajenee perinteisten rajojen ulkopuolelle. Lounasmehut ja käsityönä valmistetut ravintoloiden omat juomat tuovat alkoholittomaan maailmaan uudenlaista makujen syvyyttä ja aitoutta.

Raitistelun trendi näkyy jopa siinä, että Helsingissä on avattu Pohjoismaiden ensimmäinen *alkoholittomien juomien kivijalkamyymälä*. Tarjonta kasvattaa kysyntää ja kysyntä kasvattaa myyntiä.

Hyvinvointia ruoasta ja juomasta

Hyvinvointi on noussut uudeksi ylellisyydeksi. Se näkyy arjen valinnoissa, ravintoloiden juomatarjonnassa ja siinä, miten ihmiset hakevat virkeyttä ja tasapainoa myös juhlimisen ulkopuolella. Hyvinvoinnin tavoittelu näkyy yhä vahvemmin ravintoloiden ruoka- ja juomalistoilla. Funktionaalisten juomien myynti kasvaa vauhdilla, ja myös terveellisempien aamupalojen ja välipalojen kysyntä on nousussa. Ravintoloiden ja kahviloiden kannattaa vastata tähän tarjoamalla tuotteita, jotka tukevat palautumista, keskittymistä ja mielen hyvinvointia.

Funktionaaliset juomat, adaptogeenit ja kofeiinittomat vaihtoehdot kasvattavat suosiotaan nopeasti. Juomat, jotka vähentävät stressiä, parantavat unta tai lisäävät luonnollista energiaa, ovat vakiinnuttaneet paikkansa modernissa hyvinvointikulttuurissa. Sosiaalisessa mediassa trendaa esimerkiksi *“kortisolcocktail”*, luonnollinen juomasekoitus, jonka sanotaan laskevan kehon stressitasoja.

Myös suuret ketjut ovat tarttuneet ilmiöön. *Starbucks* ja *Jungle Juice Bar* tarjoavat proteiinipitoisia ja funktionaalisia juomia, jotka yhdistävät nautinnon ja hyvinvoinnin. Fine dining -ravintolat puolestaan kehittävät alkoholittomia juomapareja ja jopa vesilistoja – Ranskassa on jo palkattu ensimmäinen *vesisommelier*.

Hyvinvoinnin luksus tarkoittaa helppoutta, tasapainoa ja valinnanvapautta. Ravintoloissa luksus on tänä päivänä kokemus, joka jättää olon hyväksi – keholle ja mielelle.



Kofeiiniton kahvi

Myynti kasvanut +77 % viimeisen vuoden aikana. Suosio kasvaa nopeasti.

Lähde: Kespro

VASTUULLISUUS 2.0



VASTUULLISUUS 2.0

Vastuullisuus on osa arkea – Ravintola on maailma pienoiskoossa –
Luonto kumppanina – Teknologia tuo vastuuta

Vastuullisuus on nykyään oletusarvo. Se ei ole enää kilpailuvaltti, vaan tapa toimia ja parhaimmillaan osa yrityksen identiteettiä ja tarinaa. Ravintoloiden on syytä suhtautua vastuullisuuteen vakavasti. Pahimmillaan välinpitämättömyys voi johtaa siihen, ettei liiketoiminnan jatkamiselle ole mahdollisuutta.

Vastuullisuus koostuu valinnoista, joko tietoisista tai huomaamattomista. Kun ne ovat johdonmukainen osa toimintaa, asiakas arvostaa niitä ja kokee ne aidosti merkityksellisiksi. Vastuullisuudella voidaan myös luoda toiveikkautta: pienillä valinnoilla on vaikutusta, ja ne vahvistavat asiakkaan luottamusta. Kyse ei ole vain raaka-aineiden alkuperästä. Vastuullisuus kattaa myös energiankulutuksen,

pakkaukset, työntekijöiden hyvinvoinnin ja sesonkien huomioimisen. Teknologia tukee tätä kehitystä – tekoäly auttaa optimoimaan ruokalista, minimoimaan hävikkiä ja tekemään tietoon perustuvia, vastuullisempia päätöksiä. Hävikin hallinta on osa vastuullisuutta, mutta myös liiketoiminnan kannattavuutta.

Ravintoloiden toiminta on entistä syklistä. Luonnon sesonkien lisäksi sitä ohjaavat globaalit toimitusketjut, ilmastonmuutoksen vaikutukset ja geopoliittiset muutokset. Kyky sopeutua maailman rytmiin on nyt menestystekijä. Tämä on Vastuullisuus 2.0 – kokonaisvaltaista ja ennakoivaa toimintaa, joka näkyy paitsi arvoissa myös liikevaihdossa. Se yhdistää arvot ja kannattavan liiketoiminnan.



“Vastuullisuus on etenkin Lapin matkailutoimijoille todella merkittävä ja välttämätön lisäarvo. Se näyttäytyy kahdella tavoin: dokumentoituna, sertifioituna vastuullisuutena, jota etenkin ulkomaiset matkanjärjestäjät edellyttävät palveluntuottajiltaan myyntitilanteessa sekä funktionaalisen vastuullisuutena, jota taas asiakkaat edellyttävät viipymänsä aikana. He haluavat rauhaa ja puhtautta, eivätkä halua nähdä päästöjä tuottavaa raskasta logistiikkaa lomaympäristössään. Tämä haastaa toimijoita keskittämään tavaravirrat yhdelle toimittajalle.”

Markku Kallinen

Myyntipäällikkö, pohjoinen Horeca

“Asiakkaasta riippuen vastuullisuus nousee erilaisella kulmalla ja intesiteetillä. Vastuullisuus on etenkin isoilla asiakkailla tänä päivänä perustekemistä. Sillä saralla kuitenkin tapahtuu paljon ja vaatimukset tiukkenevat koko ajan. Ajan tasalla pysyminen vaatii heiltä jatkuvaa asioiden seuraamista ja käytäntöön panemista. Luotettavilla kumppaneilla pystytään varmistamaan vastuullinen tekeminen ja tuki siihen.”

Päivi Yli-Hongisto

Avainasiakaspäällikkö, valtakunnalliset ketjut

Vastuullisuus on osa arkea

Ravintoloissa vastuullisuus näkyy arjen pienissä teoissa ja valinnoissa. Vastuullisuuden näkökulmasta on tärkeä miettiä, mistä raaka-aineet hankitaan, millaisia yhteistyökumppaneita valitaan ja millaisia palveluja asiakkaille tarjotaan. Vastuullisuus näkyy myös tiloissa ja sisustuksessa – kestävät materiaalit, pitkäikäiset kalusteet ja korjaamisen kulttuuri ovat osa vastuullista ajattelua. Esimerkiksi japanilaisella kintsugi-tekniikalla hajonnut lautanen palautetaan käyttöön entistä kauniimpana ja viestinä vastuullisuudesta.

Dokumentoitu vastuullisuus ja läpinäkyvyys vahvistavat uskottavuutta ja luottamusta, ja voi olla jopa elinehto. Sertifikaatit ja avoimuus luovat luottamusta, mutta asiakkaalle vastuullisuuden on näyttävä konkreettisesti: ruokalistassa, tilassa ja palvelussa. Vastuullisuus voi olla jopa vetovoimatekijä – esimerkiksi Lapissa vastuullisesti johdettu matkailuyritys on usein asiakkaan valintaperuste.

Vastuullisuus näkyy myös johtamisessa. Koko ravintola voi paremmin, kun työntekijät voivat hyvin. *Reilu, valmentava johtaminen ja henkilöstön hyvinvointi* ovat nousseet kestävän menestyksen kulmakiviksi. Valmentava johtaminen on tärkeä osa vastuullista kulttuuria, ja *epäkohtia kitketään aktiivisesti*.

Ravintola on maailma pienoiskoossa

Maailma elää jatkuvassa muutoksessa, eivätkä ravintolat ole sen ulkopuolella. Luonnon kiertokulku ei enää yksin määritä sesonkeja – keittiöissä toimitaan yhä enemmän raaka-aineiden saatavuuden, hinnan ja jopa geopolittisten muutosten mukaan. Ravintolan kannattaa reagoida näihin muutoksiin ja muokata tarjontaa sen mukaan, mikä on kulloinkin järkevää maullisesti, taloudellisesti ja vastuullisesti.

Hyvä esimerkki tästä on *Ravintola Grön* Helsingissä, joka on palkittu Michelin-tähdellä ja vihreällä tähdellä. Grön rakentaa menunsa vuodenaikojen ja raaka-aineiden luonnollisen rytmin mukaan, hyödyntäen säilöntätekniikoita. Vastuullisuus on sille elimellinen osa toimintaa – tarkasti dokumentoitua, avointa ja arvoihin juurtunutta.

Planetaarisuus näkyy konkreettisesti ravintolassa: sesonkien hyödyntäminen, kierrätysmateriaalit, hävikin minimointi ja henkilökunnan hyvinvointi ovat osa vastuullista kokonaisuutta. Ulkoiset tekijät vaikuttavat voimakkaasti, mutta ravintola mukautuu – toimintaa uudistetaan tarpeen mukaan vastaamaan asiakkaiden tarpeita ja muuttuvaa maailmaa. Esimerkiksi Michelin-ravintola *Alouette* perustaa olemassaolonsa ajatukseen tulevaisuuden fine diningista, joka on kokonaisvaltaisesti vastuullista.

Taloudellinen vastuu kulkee käsi kädessä ekologisen ja sosiaalisen vastuun kanssa. Kestävä liiketoiminta on oltava myös kannattavaa, jotta jatkuvuus voidaan taata.



“Kotimainen naudanliha erottuu laadullaan, paikallisella tuotannollaan ja eläinten hyvinvoinnista huolehtivilla kasvatusmenetelmillä, jotka näkyvät lihan rakenteessa ja maussa. Ulkomainen pihviliha puolestaan perustuu pitkälle kehitettyyn rotuvalintaan ja ruokintaan, joiden ansiosta liha on marmoroitunutta, mehukasta ja tasalaatuista –ominaisuuksia, joita ammattilaiskeittiöissä arvostetaan sekä rakenteen että maun kannalta.”

Ismo Aho
Valikoimapäällikkö, liha-asiantuntija



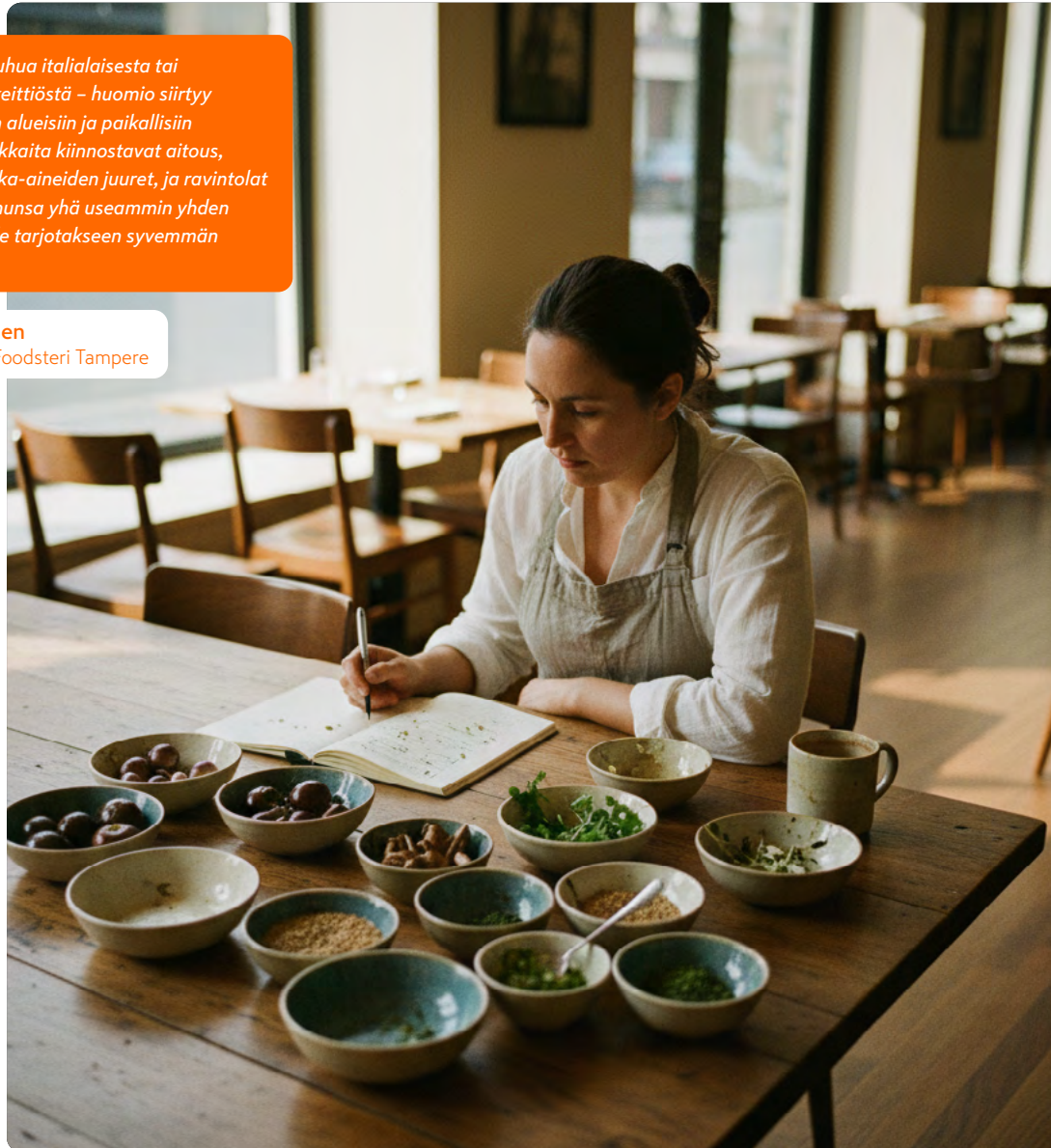
Jalostetut sienet

Myynti kasvanut +11 % viimeisen vuoden aikana. Kysyntä vahvistuu tasaisesti.

Lähde: Kespro

“Enää ei riitä puhua italialaisesta tai japanilaisesta keittiöstä – huomio siirtyy maiden sisäisiin alueisiin ja paikallisiin tarinoihin. Asiakkaita kiinnostavat aitous, alkuperä ja raaka-aineiden juuret, ja ravintolat rakentavat menunsa yhä useammin yhden alueen ympärille tarjotakseen syvemmän elämyksen.”

Jarkko Toivonen
Keittiömestari, Foodsteri Tampere



Luonto kumppanina

Suomi tunnetaan maailmalla puhtaasta luonnosta. Tätä voi hyödyntää ravintolapalveluissa elämyksellisenä elementtinä. Tarjonta voidaan rakentaa vuoden kierron ja lähialueiden raaka-aineiden pohjalle. Menua ohjaa metsien, järvien ja peltojen anti eri vuodenaikoina. Luonto ei ole pelkkä resurssi, vaan kumppani, joka tuo ruoalle merkityksen ja tarinan.

Luonnon tuominen osaksi ravintolakokemusta on kokonaisvaltainen elämys. Ravintolat tuovat lähiluonnon osaksi kokemusta – joskus jopa kirjaimellisesti, kuten tunturin huipulla, metsässä tai veden äärellä sijaitsevat ravintolat. Esimerkiksi Saimaan rannalla oleva *Sahanlahti Resort* hyödyntää hyperlokaaleja raaka-aineita maailloilta, metsistä ja vesistöistä, tarjoillen ne upeassa järvimaisemassa. Ruotsalainen *Knystaforsen* tarjoaa nelituntisen elämyksen, jossa ruoka valmistetaan ulkona nuotion ympärillä seurustellen, ja raaka-aineet tulevat ympäröivästä luonnosta. Norjassa vuonossa sijaitseva *Under* on vienyt elämyksen vielä pidemmälle – ravintola on merenpohjassa, yhdistäen aterioinnin poikkeukselliseen luontokokemukseen. Yhteistyö ympäröivän luonnon kanssa synnyttää uudenlaisia liiketoimintamalleja, joissa luonnon elinvoima ja taloudellinen kannattavuus tukevat toisiaan.

Maailmalla uudet konseptit, kuten voittoa tavoittelematon tanskalaisten pienfarmien vihanneskauppapaikka *Grønne Bønner* ja yhteisöllisen ruokailun ja kulttuurin keskus *NordhusCPH*, osoittavat, että ravintola-alan toimijat voivat olla myös yhteiskunnallisia tekijöitä, edistämässä kestävästä ruoantuotantoa, yhteisöllisyyttä ja uudenlaista ruokakulttuuria.

Luonnon ja ravintolan rinnakkaiselo on myös kilpailuetu. Se tekee kokemuksesta villin, tarinallisen ja merkityksellisen – juuri sitä, mitä asiakkaat nyt arvostavat.

Teknologia tuo vastuuta

Tekoäly ja data ovat keskeisiä työkaluja tulevaisuuden ravintoloiden vastuullisuustyössä. Ne tukevat päätöksentekoa, auttavat optimoimaan toimintaa ja kehittävät kannattavaa liiketoimintaa. Esimerkiksi Viking Line osoitti datan ja seurannan voiman: *ruokahävikki väheni lähes puoleen* Turun-laivoilla vain vuodessa.

Teknologia voi helpottaa arkea merkittävästi – monessa ravintolassa esimerkiksi ruokalistojen suunnittelu, raaka-aineiden hallinta ja tarjonnan ennakointi hoidetaan jo automaattisesti.

Samalla teknologia tuo mukanaan vastuuta. Datan käyttö edellyttää huolellisuutta: tietosuoja ja kyberturvallisuus on varmistettava, jotta asiakkaiden ja yrityksen tiedot pysyvät turvassa. Vastuullinen teknologian käyttö on yhtä tärkeää kuin sen tuoma tehokkuus.

Esimerkiksi *Dubaissa* tekoälyä hyödynnetään uusien annosten kehittämisessä – se löytää innovatiivisia yhdistelmiä ja auttaa hyödyntämään raaka-aineita, jotka muuten menisivät hukkaan. Suomessa tekoälyratkaisut, kuten *Antellin Atso-AI*, optimoivat tarjoomaa, suunnittelevat ruokalistoja pitkälle eteenpäin ja vähentävät hävikkiä. Oikein käytettynä teknologia ei korvaa ihmistä, vaan tukee ravintolan arkea, kannattavasti ja vastuullisesti.



RAVINTOLAT LUOVUUDEN PELIKENTTÄNÄ

RAVINTOLAT LUOVUUDEN PELIKENTTÄNÄ

Yhdistelemisen vapaus – Ravintolakulttuuria yli rajojen -
Yhdessä tekemisen voima

Mitä haastavampi toimintaympäristö, sitä enemmän tarvitaan luovia ratkaisuja asiakkaiden kiinnostuksen herättämiseksi.

Ravintola ei ole enää pelkkä ruoka-paikka, vaan kokeilualusta, jossa yhdistyvät ruoka, kulttuuri ja kaupallisuus. Se tarjoaa lukemattomia tapoja toteuttaa luovuutta, ja mahdollisuuden muokata liiketoimintaa vastaamaan asiakkaiden odotuksia

tai luomaan täysin uudenlaista tarjontaa.

Ravintola on ympäristö, jossa ideat, brändit ja ihmiset kohtaavat. Siellä syntyy konsepteja, jotka yllättävät ja inspiroivat, houkuttellen asiakkaat osaksi palvelukokemusta.

“Asiakkaat haluavat aina vain enemmän elämyksiä ravintoloissa. Tähän tarpeeseen tulee vastaamaan ravintola- ja kulttuuriväen kasvava yhteistyö. Muusikot, runoilijat ja näyttelijät tekevät paluun ravintolailtoihin ajankohtaisempina kuin koskaan. Menuun suunnitellut näytelmät, ravintolan teemaan sopivat musiikkiesitykset ja annoksille suunnitellut runot, jotka tahtirunoilija lausuu pöydän ääressä ovat vasta alkusoittoa. Myös rohkeampaa hulluttelua tullaan näkemään, vain mielikuvitus on rajana kun tyydytetään asiakkaiden elämynälkää! Kulttuurin tekijät tuodaan taustamusiikista pääestradiille ravintoloissa. Ravintolat tarjoavat näin myös työtä kulttuurin tekijöille, jotka ovat saaneet kurjuutusta valtion suunnalta.”

Roni Auvinen
Avainasiakaspäällikkö, Helsinki





Yhdistelemisen vapaus

Kun toimialojen rajat ylitetään, syntyy uudenlaisia elämyksiä – ravintola voi toimia elokuvateatterissa, muotiliikkeen yhteydessä tai urheilun ympärillä. Yhteistyön ydin on siinä, että se luo jotain ihan uutta. Kun ravintola yhdistää ruokaan taidetta, urheilua tai muotia, se rakentaa tarinan ja tavoittaa uusia yleisöjä.

Helsingissä *Riviera* yhdistää elokuvan ja ravintolapalvelut, *Relove* tuo yhteen kahvilan ja second hand -muodin, ja *Peloton* vetoaa pyöräilyharrastajiin yhdistämällä käsintehdyn pastan ja pyöräkorjaamon järjestämällä yhteisöllisiä pyörälenkkejä.

Herttoniemeen avataan *joogastudion ja vegaanisen kahvilan yhdistelmä*. Yhdistelmät voivat olla yllättäviä: *Casa Lawa* Sisiliassa yhdistää luovan toimiston, ravintolan, majoituksen ja retriitit sekä kokkien residenssivierailut. Oslossa avataan *turkkilaisen ravintolan ja hamam-kylpylän yhdistelmä*, ja kirpputori-illalliset tai sommelierien ja kokkien live-kilpailut havainnollistavat, että ravintola on elävä osa kulttuuria, ei vain ruokapaikka.

Yhdistelmät syntyvät ennen kaikkea ajattelutavasta: halusta tehdä yhdessä, yllättää ja löytää uutta eri maailmojen rajapinnoilta.

Ravintolakulttuuria yli rajojen

Ravintolat eivät ole vain paikkoja, joissa syödään, juodaan ja viihdytään – ne ovat konkreettinen ja elävä osa kulttuuria siinä missä kirjallisuus, musiikki ja muoti. Ravintolat toimivat näyttämöinä, joissa maut, estetiikka ja tarinat sulautuvat yhteen, luoden sekä globaalia että paikallista kulttuuria. Ne ilmentävät alueellista identiteettiä ja ovat syvästi inhimillinen osa kulttuurin ekosysteemiä.

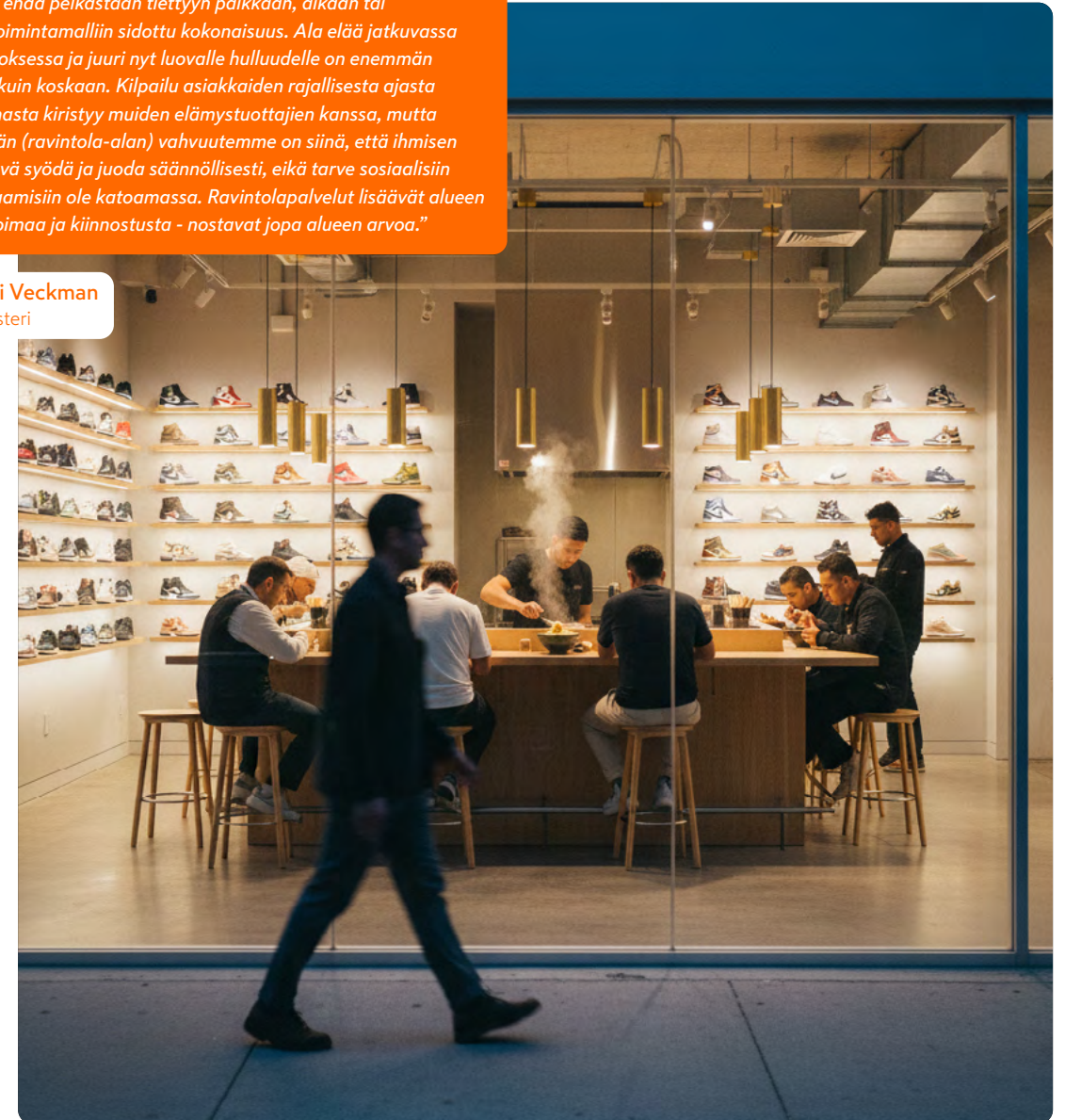
Pop up -ravintolat hakeutuvat tapahtumiin, joissa kulttuuri ja kaupallisuus kohtaavat. Esimerkiksi Finnish Design Shop ja HAY loivat ravintolan, jossa yhdistyivät *design-huonekalut ja kotimaiset raaka-aineet*. Tapahtuma *À la Park* puolestaan yhdisti monipuolisen ravintolatarjonnan viikonloppufestivaaleihin.

Kun ravintola yhdistää erilaisia kulttuurin muotoja, syntyy uusia merkityksiä ja tarinoita. Ravintola ei ole vain ruokapaikka – se on kulttuurilaboratorio, jossa luovuus ja kaupallisuus kohtaavat ja luovat elämyksiä, joita asiakkaat haluavat jakaa.



“Raja-aidat ravintolakäsitteen ympäriltä kaatuvat. Ravintola ei ole enää pelkästään tiettyyn paikkaan, aikaan tai liiketoimintamalliin sidottu kokonaisuus. Ala elää jatkuvassa muutoksessa ja juuri nyt luovalle hulluudelle on enemmän tilaa kuin koskaan. Kilpailu asiakkaiden rajallisesta ajasta ja rahasta kiristyy muiden elämystuottajien kanssa, mutta meidän (ravintola-alan) vahvuutemme on siinä, että ihmisen on hyvä syödä ja juoda säännöllisesti, eikä tarve sosiaalisiin kohtaamisiin ole katoamassa. Ravintolapalvelut lisäävät alueen elinvoimaa ja kiinnostusta - nostavat jopa alueen arvoa.”

Harri Veckman
Foodsteri



“Ravintolat ovat yhdessä luoneet tapahtuman ulkoisen toimijan kanssa, jolla halutaan tuoda asiakkaille elämyksiä niin raaka-aineiden kuin ohjelman muodossa. Samanaikaiset keittiömestarivierailut eri ravintoloissa elävöittävät ravintoloiden tarjontaa ja tuovat asiakkaille uutta tarjontaa tutussa miljöössä. Vierailut myös kehittävät ravintoloiden henkilökuntaa ja tuovat uusia tekniikoita ja raaka-aineita ravintolan käyttöön.”

Jarno Saarinen
Avainasiakaspäällikkö, Turku



Yhdessä tekemisen voima

Yhteistyössä on voimaa. Kun ravintolat yhdistävät taitonsa ja ideansa, syntyy uutta energiaa ja yhteisöllisyyttä, jotka innostavat asiakkaat lähtemään liikkeelle. Yhteistyö tuo eloa kaupunkiin ja mahdollistaa sellaisten kokemusten luomisen, joita yksin ei voi saavuttaa.

Yhteistyön muodot vaihtelevat pop-upeista ja teemaillallisista laajempiin kaupunkitapahtumiin, tuottajayhteistöihin ja sesonkien ympärille rakennettuihin kokonaisuuksiin. Keittiömestarivierailut eri ravintoloissa rikastuttavat tarjontaa, tuovat henkilökunnalle uusia ideoita ja tekniikoita sekä tarjoavat mahdollisuuden oppia uutta.

Esimerkiksi legendaarinen *Kaartin kutonen* Helsingissä ja *Food & Fun Turku* ovat näyttäneet, miten yhdessä tekeminen voi kasvattaa sekä ravintoloiden vetovoimaa että koko alueen ruokakulttuuria.

TEKNOLOGIA RAVINTOLAN ARJESSA



TEKNOLOGIA RAVINTOLAN ARJESSA

Älykäs menu – Älykkäät agentit – Teknologia taustalla –
Ihmisten ja koneiden hybriditiimi

Teknologian rooli kasvaa ravintola-alalla nopeasti. Se ohjaa monia arjen vaiheita: digitaaliset varausjärjestelmät, energiaseuranta, hävikin hallinta ja asiakasdatan hyödyntäminen ovat teknologian ansiosta sujuvampia, ja ravintolan toiminnan kokonaiskuva on helpompi hahmottaa.

Muutos etenee eri tahtiin eikä ole aina kokonaisvaltainen –

tärkeintä on arvioida, millaiseen muutosvauhtiin oma ravintola sopeutuu ja edetä askel kerrallaan.

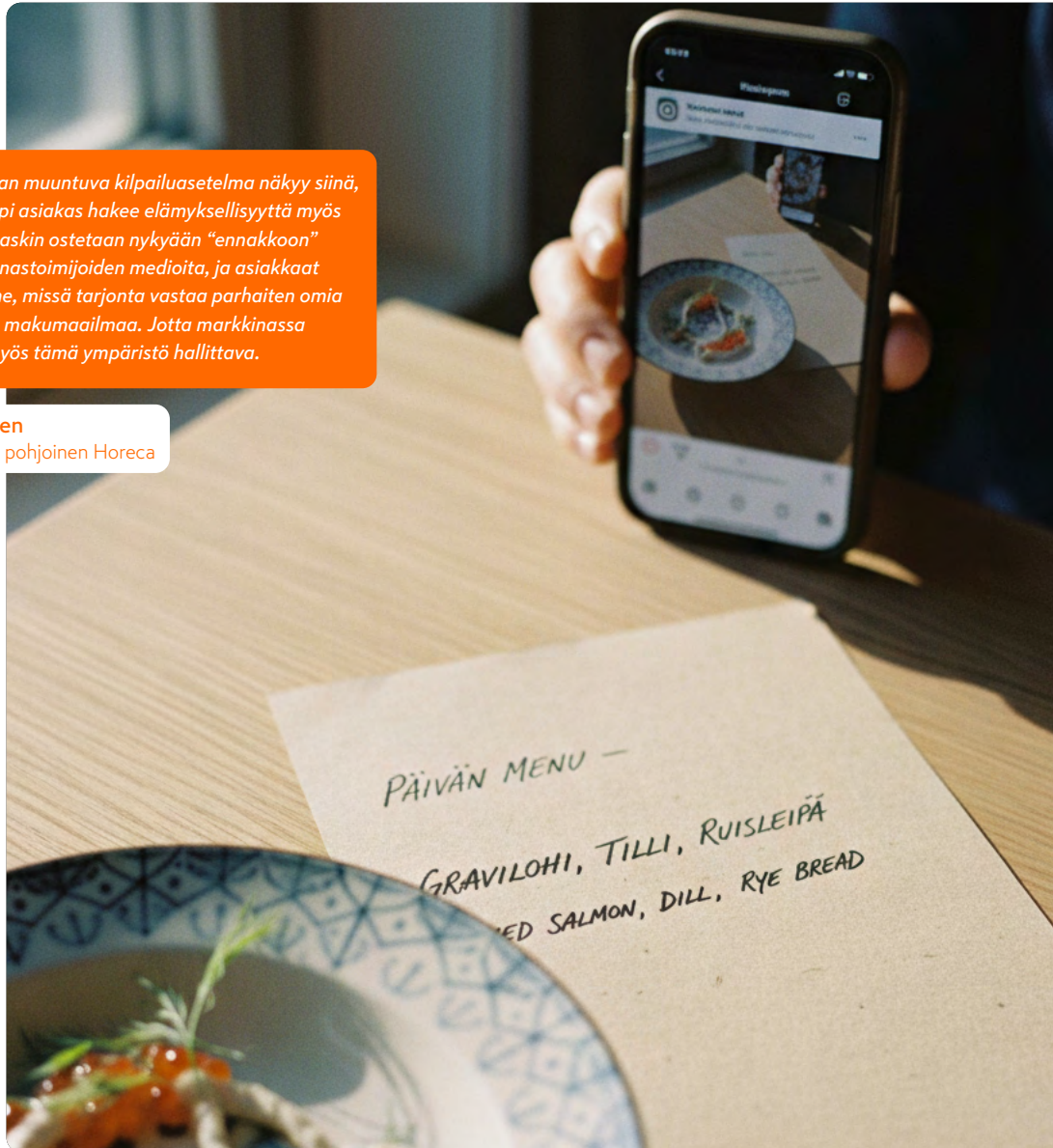
Kyse ei ole vastakkainasettelusta. Teknologian järkevällä hyödyntämisellä mahdollistetaan asiakaskokemuksen tärkein osa: henkilökunnan inhimillinen läsnäolo.



Lounasmarkkinan muuntuva kilpailuasetelma näkyy siinä, että yhä useampi asiakas hakee elämyksellisyyttä myös lounaalta. Lounaskin ostetaan nykyään "ennakkoon" selailemalla lounastoimijoiden medioita, ja asiakkaat suuntaavat sinne, missä tarjonta vastaa parhaiten omia mieltymyksiä ja makumaailmaa. Jotta markkinassa menestyy, on myös tämä ympäristö hallittava.

Markku Kallinen

Myyntipäällikkö, pohjoinen Horeca



Älykäs menu

Teknologinen kehitys mahdollistaa älykkään menun. Tekoälyä hyödynnetään jo nyt sparrikumppanina ruokalajien ja kokonaisuuden suunnittelussa. Sen avulla voidaan testata *reseptejä virtuaalisesti* ennen kuin ne päätyvät keittiöön. Juomasuosituksien ja viinilistojen suunnittelussa tekoäly toimii myös erinomaisena apuna.

Tekoäly on datan moottori, joka yhdistää ravintolan sisäisen tiedon – kuten myyntiluvut, menekkidatan ja raaka-ainekulut – ulkoiseen tietoon, kuten trendeihin ja inspiraatioon. Näin se ennakoii kysyntää, tehostaa toimintaa ja auttaa pysymään ajan hermolla.

Suomessa tekoäly on jo käytössä tuotekehityksessä: se rakentaa sadoista resepteistä yksilöllisiä ruokalistoja eri ravintoloille ja auttaa vähentämään hävikkiä. Tekoäly voi palvella myös asiakkaita – esimerkiksi Yhdysvalloissa *Taco Bellin Name Your Price* –työkalu, ehdottaa ateriakokonaisuuksia asiakkaan budjetin pohjalta. Vastaava ratkaisu olisi erinomainen työkalu esimerkiksi catering-palveluille.

Tekoäly ei korvaa ihmisälyä, mutta lähitulevaisuudessa se auttaa ravintoloita tekemään entistä luovempaa ja kannattavampaa liiketoimintaa.

Tekoälyagentit palvelupolulla

Tekoälyn seuraava askel on *agentit* – ohjelmat, jotka hoitavat tehtäviä itsenäisesti ihmisen puolesta. Ravintolassa agentti voi ottaa vastaan varauksia, antaa suosituksia tai vastata kysymyksiin useilla kielillä eri kanavissa.

Agentti voi toimia myös asiakkaan puolella. Esimerkiksi *Googlen AI Mode* ehdottaa ravintoloita, jotka sopivat asiakkaan makuun, sijaintiin ja tilanteeseen. Tässä asetelmassa ravintolan tehtävä on tarjota agenteille ajantasaista ja rikasta tietoa, jotta se pärjää suosittelukilpailussa.

Tulevaisuudessa tekoäly hoitaa yhä useampia osia palvelupolusta – valinnasta varaukseen, maksusta kokemuksen jälkeiseen kommunikaatioon. Ravintoloille tämä on mahdollisuus paitsi tarjota parempaa palvelua, myös nopeuttaa toimintaa ja vähentää manuaalisia työvaiheita. Esimerkiksi Intiassa *AI-vetoinen tilausjärjestelmä* huolehtii takeaway-tilausten vastaanottamisesta ja keittiöön välittämisestä.





Teknologia kulisseissa

Kaikki teknologia ei näy asiakkaalle, mutta sen vaikutus asiakaskokemukseen ja ravintolan pyörittämiseen voi olla merkittävä. Se tehostaa logistiikkaa, varauksia ja toimituksia sekä tekee toiminnasta ennakoitavampaa.

Älykkäät taustajärjestelmät sujuvoittavat varaamista, ostamista, myyntiä ja talouden hallintaa. Ruoka- ja juomalistojen lisäksi tekoälyä hyödynnetään työvuorosunnittelussa, jotta oikea määrä henkilökuntaa on paikalla oikeaan aikaan. Kun järjestelmät yhdistyvät kokonaisuuksiksi, prosesseja voidaan automatisoida ja nopeuttaa, ja samalla henkilökunta voi keskittyä siihen, mikä asiakkaalle on tärkeintä: laadukkaaseen palveluun ja elämyksiin.

Teknologia tuo myös uusia palvelumuotoja: Suomessakin voi nähdä jo *drooniruokalähettejä*, joka kuljettavat annokset muutamassa minuutissa parin kilometrin säteelle ravintolasta. Kansainväliset ketjut hyödyntävät teknologiaa asiakaskokemuksen parantamisessa esimerkiksi *KFC testaa automaattisia tilausjärjestelmiä*, jotka nopeuttavat palvelua ja vähentävät jonotusta.

Samalla nämä kokeilut herättävät keskustelua siitä, missä vaiheessa automaatio vie liikaa pois henkilökohtaisesta palvelusta. Teknologian ja inhimillisen kosketuksen tasapaino on ratkaiseva – asiakkaat arvostavat nopeutta, mutta myös aitoa vuorovaikutusta.

Tulevaisuuden asiakaskokemus rakentuu tehokkuuden, saavutettavuuden ja henkilökohtaisen palvelun tasapainosta. Teknologia toimii kulisseissa, mutta sen rooli voi olla ratkaiseva. Saumaton yhteispeli teknologian ja inhimillisyyden välillä takaa elämyksellisen asiakaskokemuksen.

Ihmisten ja koneiden hybriditiimi

Teknologia muuttaa työnjakoa ravintoloissa. Automaatio hoitaa toistuvat vaiheet, mutta ihminen tuo palveluun ja makuihin sen, mitä kone ei osaa: intohimoa, tunnelmaa ja rytmiä.

Tekoäly luo myös uusia rooleja. Ravintoloissa tarvitaan osaajia, jotka tulkitsevat dataa, hallitsevat järjestelmiä ja suunnittelevat palveluiden digitaalisia ulottuvuuksia. Parhaimmillaan teknologia vapauttaa aikaa inhimilliselle kohtaamiselle ja tekee toiminnasta sujuvampaa ja hallittavampaa, mutta roolijako on mietittävä tarkkaan.

Kaikki ei digitalisoidu. Robottitarjoilijat eivät korvaa ihmistä, sillä henkilökohtainen palvelu ja aito vuorovaikutus ovat edelleen ravintolaelämyksen ytimessä. Teknologia toimii taustalla tukena, mutta ihminen luo tunnelman ja tekee kokemuksesta merkityksellisen.

Maailmalla automaatio vastaa *tarkkuutta vaativista kypsennystekniikoista*. Japanissa robottitarjoilijat – jopa *kissarobotit* – paikkaavat työvoimapulaa, ja Dubaissa on avattu ravintola, jossa tekoälykokki *Chef Aiman* johtaa keittiötä. Silti useimmat ravintoloitsijat ovat yhtä mieltä: teknologia tehostaa toimintaa, mutta inhimillistä otetta se ei korvaa.



MAKU, IHMISET, ELÄMYKSET JA LIIKETOIMINTA

MAKU

- **Korosta vahvoja makuja.** Käytä koko makupalettia: makeus, happamuus, suolaisuus, karvas ja umami. Makujen kautta ravintola jää mieleen.
- **Raikkautta umamin rinnalle.** Vuoden 2026 maku on raikkaus ja hapokkuus, jotka viestivät tuoreudesta ja terveellisyydestä. Hyödynnä sesongin hedelmiä ja marjoja sekä erilaisia valmistustekniikoita.
- **Makuparit tuovat elämyksellisyyttä.** Vastaparit lisäävät kerroksellisuutta. Suolainen ja makea, umaminen ja hapokas tasapainottavat toisiaan ja luovat mielenkiintoisia kokonaisuuksia. Ruoan ja juoman liitolla korostat uusia makunyansseja.
- **Hyödynnä sesongit täysimääräisesti.** Tuo vaihtelua ruokalistoille herkullisesti ja kannattavasti. Jatka sesonkia säilönnän ja eri valmistustapojen avulla.
- **Asiakas syö silmillään.** Esillepano lisää herkullisuutta, oli tyyli rustiikkinen tai fiini. Pienillä keinoilla nostat annosten visuaalisuutta houkuttelevasti.
- **Menu on ravintolan käyntikortti.** Ostopäätös tehdään usein jo etukäteen ruokalistan houkuttelevuuden perusteella. Varmista menujen löydettävyyttä ja näkyvyyttä verkossa ja somessa. Seuraa trendejä ja nosta kuumimmat ruokailmiöt listoille.
- **Käytä tekoälyä sparrauskumppanina.** Tekoäly tukee ruoka- ja juomalistojen suunnittelua ihmisälän rinnalla ja auttaa uudistumaan.

IHMISET

- **Työkalut on tärkeä osa ravintolan menestystä.** Työpaikan sisäinen kulttuuri näkyy myös ulospäin asiakkaille. Panosta kannustavaan ja työyhteisöä kehittävään kulttuuriin. Kehittää asiakastytyväisyyttä ja henkilökunnan sitoutumista.
- **Henkilökuntabrändäys nostaa työntekijät valokeilaan.** Henkilökunnan näkyvyys nostaa tekijät asiakkaiden tietoisuuteen ja tekee ravintolasta helpommin lähestyttävän.
- **Pidä huolta henkilöstöstä.** Henkilökunnan hyvinvointi näkyy myös asiakastytyväisyydessä ja tuloslaskelmassa. Hyvinvointi kuuluu kaikille, myös esihenkilöille ja ravintoloitsijoille.
- **Ota käyttöön valmentavan johtamisen työkalut.** Hyvä johtaminen lisää tyytyväisyyttä, sitoutumista ja kasvattaa myös myyntiä.
- **Muista viestiä, tieto lisää tietoisuutta.** Aktiivisella ja suunnitelmallisella viestinnällä varmistat potentiaalisten asiakkaiden tavoittamisen. Hyvä sisäinen viestintä lisää henkilökunnan, mutta myös asiakkaiden tyytyväisyyttä. Kerro henkilökunnalle myös ravintolan haasteista ja menestystekijöistä.
- **Yhteistyössä on voimaa.** Ravintoloiden välisellä yhteistyöllä lisää liikevaihtoa ja vahvistaa brändimielikuvaa.

ELÄMYKSET

- **Rikasta ravintolan tarinaa.** Tarinat houkuttelevat puoleensa. Mieti, mikä on ravintolasi tarina, ja hyödynnä sitä kaikessa tekemisessä. Käytä digitaalisia kanavia, kuten verkkosivuja, sosiaalista mediaa ja interaktiivista ruokalistaa, tarinan elävöittämiseen.
- **Kehitä asiakaspolkua ja vahvista asiakas-kokemusta.** Ole tietoinen asiakaspolun kaikista vaiheista ja kehitä henkilökunnan kanssa kokonaisuus, joka tekee asiakkaan matkasta sujuvan ja elämyksellisen.
- **Tee ostamisesta ja maksamisesta vaivatonta.** Vaivattomuus on tärkeä osa elämystä. Tarjoa valmiiksi mietittyjä kokonaisuuksia ja varmista, että maksaminen on nopeaa ja sujuvaa.
- **Panosta visuaalisiin yksityiskohtiin.** Elävöitä tarinaa pienillä yksityiskohdilla ruoassa, palvelussa ja ympäristössä. Wow-efektit inspiroivat asiakkaita jakamaan kokemuksia sosiaalisessa mediassa.
- **Henkilökunta on osa elämystä.** Aito läsnäolo ja asiakkaiden huomioiminen tekevät kokemuksesta houkuttelevan ja saavat palaamaan. Selkeät vastuut ja vapaudet lisäävät palvelun sujuvuutta.
- **Jakaminen on osa yhteisöllisyyttä.** Jaetut kokemukset vahvistavat yhteenkuuluvuutta ja tekevät elämyksestä merkityksellisemmän.

LIIKETOIMINTA

- **Erottaudu rohkeudella.** Rohkeat ratkaisut ja houkutteleva liikeidea erottavat markkinassa. Asiakkaat etsivät hyvää hinta-elämyssuhdetta, joten tarjoa mahdollisuus päästä arjen yläpuolelle myös edullisemmin.
- **Panosta hinta-laatusuhteeseen.** Oikea hinnoittelu ja laadukas mielikuva kasvattavat myyntiä. Viineissä kiinteä kate pitää hinnat kilpailukykyisinä ja kannattavuuden vakaana.
- **Tee ostamisesta helppoa.** Tarjoa valmiita ratkaisuja ja komboja, jotka helpottavat valintaa ja lisäävät myyntiä. Jätä tilaa myös impulssiostolle.
- **Vastaa alkoholittomien juomien kysyntään.** Kasvata valikoimaa oluiden rinnalle, erityisesti alkoholittomien viinien osalta.
- **Johda liiketoimintaa datalla.** Seuraa lukuja, reagoi nopeasti ja kehitä toimintaa henkilökunnan kanssa. Dataohjautuvuus varmistaa kannattavuuden.
- **Keskity ja optimoi.** Hyödynnä volyymietuja, karsi turhat kustannukset ja tehosta prosesseja. Hankintojen keskittäminen säästää aikaa, vaivaa ja euroja.