

# 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 yksityiskohdat 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.

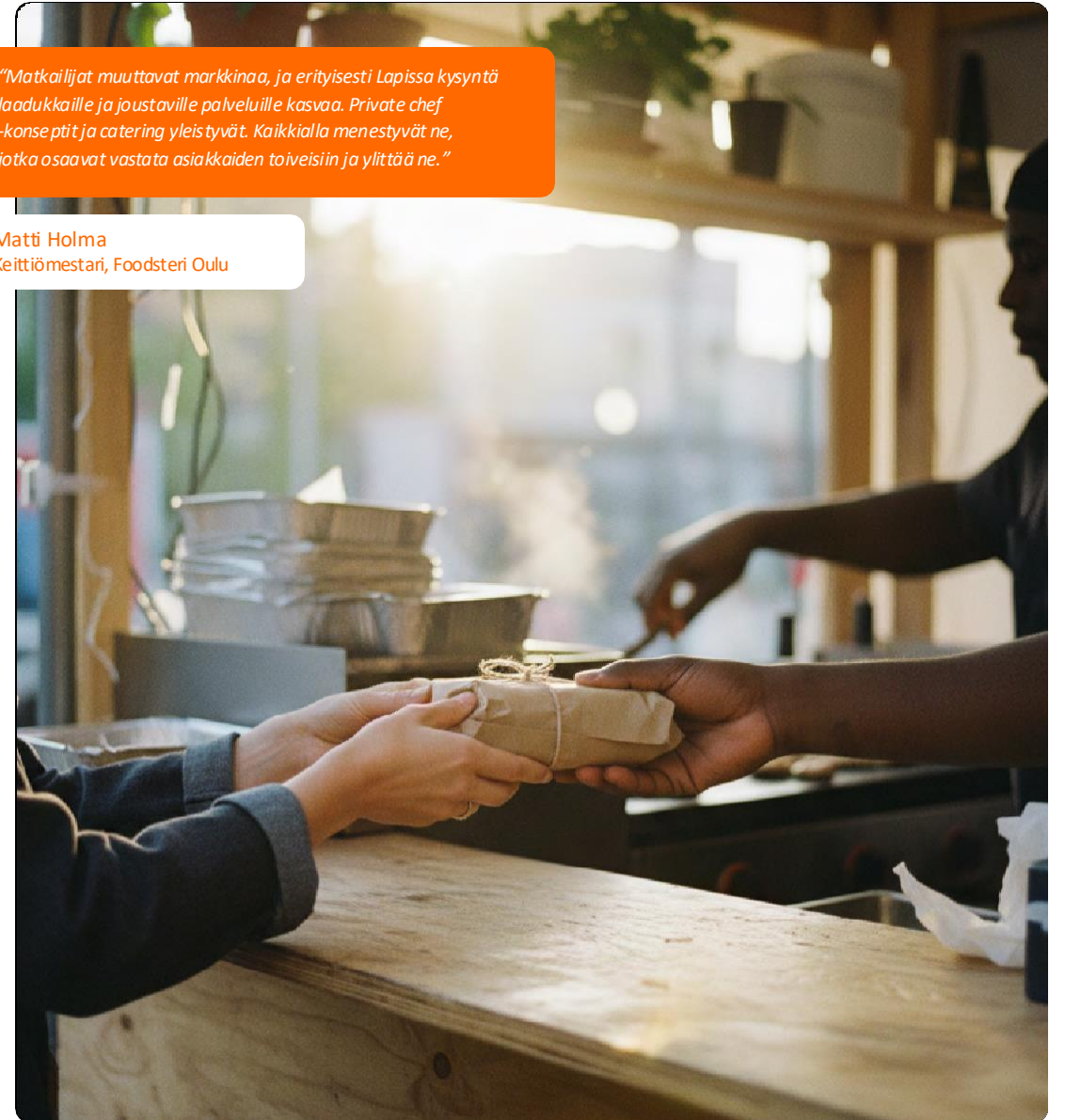
Street food houkuttaa ja koukuttaa nimenomaan helppouden ja nopeuden takia. Voileipäbaarien nousun myötä täytetystä leivistäkin on tullut helppoa, herkullista ja nopeaa arjen luksusta. Joensuulainen [Ravintola Soossi](#) tarjoaa pizzeria ja niille paritettuja cocktaileja – helposti lähestyttävä konsepti, 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, villiyrtyjuomia 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 *“kortisolicocktail”*, 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