



KESPRO
RAVINTOLA..
-ILMIÖT
2025



SELVITYKSEN SISÄLTÖ

Johdanto

Mistä on kyse?

Foodsteri 2024

Ravintola-alaan keskeisesti vaikuttavat muutosvoimat

Vastuullisuus ravintola-alalla

Tekoälyn avulla kohti parempaa asiakaskokemusta

Jalkapallofanitusta selvinpäin – ja muita muutosvoimia

Ilmiöt

Ravintolailmiöiden kolme teemaa

Keskeiset ilmiöt



MAKU

Sparkling teässä yhdistyvät viinin ja teen makumaailmat

Makuja Helsingistä Pariisiin ja takaisin

Mielenkiintoisia ja aitoja makuja

Pidä silmällä näitä

IHMISET

Mitä paremmin tunnet itsesi, sitä paremmin todennäköisesti johdat myös muita

Kulttuuri on ravintolan menestyksen ydin

Hyvinvoiva henkilöstö mahdollistaa menestystä

Pidä silmällä näitä

ELÄMYKSET

Tarve ravintolaelämyksille ei ole poistunut

Terveellistä, täyttävää ja hyvännäköistä arjen luksusta

Tuttuja klassikoita pohjoisen twistillä

Iloa, suomalaista ravintolakulttuuria ja arjen luksusta

Pidä silmällä näitä

Ravintolailmiöt: MISTÄ ON KYSE?

Kespro on vuosien varrella julkaissut useita Ravintolailmiöt-selvityksiä, jotka tarkastelevat jatkuvassa muutoksessa elävää ravintola-alaa. Globalisaatio, vihreä siirtymä, kaupungistuminen, digitalisaatio sekä väestön ikääntyminen synnyttävät koko ajan uusia ilmiöitä alalla ja asiakkaiden käyttäytymisessä. Laajempien kehityskulkujen ymmärtäminen on tärkeää, jotta voimme paremmin vastata muuttuviin asiakastarpeisiin ja tehdä ulkona syömisestä entistä suositumpaa.

Selvityksen toinen osa on omistettu ravintola-alan arkeen konkreettisesti vaikuttavien ilmiöiden käsittelylle. Koska haluamme tarjota mahdollisimman käytännönläheisiä näkemyksiä, pureudumme ilmiöihin uudella tavalla, käsitellen niitä kolmen teeman kautta. Näitä ovat maku, elämykset ja ihmiset. Ravintolat ovat kokonaisuuksia, jota tapamme jäsentää ilmiöitä heijastaa.

Tekemämme selvitys perustuu asiantuntijahaastatteluihin, julkisiin tietolähteisiin, Kespron myyntidataan ja asiantuntemukseen. Raportin kokoamisessa on hyödynnetty intohimoa ja ihmisälyä.

Asiantuntijänäkemyksiä ajankohtaisista ravintolailmiöistä selvitettiin haastatteleamalla viittä alan asiantuntijaa syyskuun 2024 aikana. Kespro vastasi olemassa olevan tiedon ja myyntidatan keräämisestä. Haastattelujen toteutuksesta ja raportin kokoamisesta vastasi Frankly Partners.

Haastatellut asiantuntijat



Benjamin Elf
Green Hippo Café



Henna Hyttinen
Valmentaja ja työnohjaaja
Kesko



Joona Ahonen
Ravintola Gallis



Maud Saddok
Ravintola Maukku



Victoria Loomes
Head of Trends
TrendWatching



FOODSTERI 2024

Vuosi 2024 on tuonut mukanaan uusia mahdollisuuksia ja muutoksia ravintola-alalle. Vaikka haasteet, kuten nousevat kulut ja kysynnän vaihtelut, ovat läsnä, on ala löytänyt uusia vahvuuksia. Eniten kysyntää on ollut matalamman hintapisteen ravintolapalveluille mutta laadukkaisiin raaka-aineisiin ja käsityöhön keskittyviä ravintola-avauksia on ollut myös kiitettävästi haastavasta markkinatilanteesta huolimatta. Usko tulevaisuuden kysynnän kasvuun on vahva.

Etätyö on vakiintunut pysyväksi osaksi arkea, mikä on muokannut perinteistä lounaskulttuuria, ja samalla kotiin tilattavien annosten kysyntä on kasvanut. Kuitenkin ihmiset kaipaavat aitoja sosiaalisia kohtaamisia ja elämyksiä, ja kahvilat sekä ravintolat ovat täydellisiä paikkoja näille hetkille.

”Haastavista ajoista huolimatta ala on kehittynyt ja monimuotoistunut.”

Aitous ilmenee ravintoloissa tuttujen, sesongissa olevien raaka-aineiden monimuotoisena hyödyntämisenä. Annoksissa **selkeys ja tunnistettavuus** heijastelee myös aitouden kaipuuta. Maustamisessa hyödynnetään globaaleja makumailmoja, jolloin arkisesta kaalistakin saadaan monia mielenkiintoisia vaihtoehtoja esimerkiksi lounaan salaattipöytään.

Uusia idoista kasviruokiin kysellään paljon mutta varsinaista isoa vegeloikkaa ei ole vielä tapahtunut. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, ettei kasvisruokiin pitäisi kiinnittää huomiota, koska asiakkailta on kuitenkin **kiinnostusta syödä terveellisemmin** nyt ja tulevaisuudessa.

Newstalgia yhdistää perinteisen ja nykyaikaisen tarjoten kiinnostavia makuelämyksiä, niin cocktaileissa kuin erilaisissa ruoka-annoksissa.

Ihmislähtöisen palvelun arvo ei katoa vaan pikemminkin korostuu nykyisen digitaalisuuden aikana. Aito, asiakkaan erityistarpeet huomioiva palvelu sekä lämmin, välitön ja rento tunnelma houkuttelee asiakkaita palaamaan yhä uudelleen.

Vaikka ajat ovat olleet haasteellisia, ravintola-ala on uudistunut ja monipuolistunut. **Suomi on yhä kiinnostavampi ruokamatkailukohde** – Michelin-tähtiä jaettiin jo toista kertaa Suomessa, tällä kertaa Helsingissä. Rukan Tapio-ravintola saavutti pohjoisimman tähden maailmassa ja Kozeen Shiwanin The Room ansaitsi myös ensimmäisen tähtensä, tuoden esiin kurdistanilais-suomalaisen tulkinnan huippuruuasta.

Erilaiset ruokakulttuurit ovat rikastuttaneet suomalaista ravintolamaailmaa, ja **globaalit vaikutteet mahdollistavat ainutlaatuiset yhdistelmät**, joissa makuja, raaka-aineita ja tekniikoita yhdistetään mielenkiintoisella tavalla.

Seuraamme tarkasti näitä ilmiöitä ja tuomme esiin alan kiinnostavimmat ideat ja trendit. Meitä myös kiinnostaa, mitä pinnan alla kuplii. Ala on murroksessa, ja tulevaisuus tarjoaa tilaa uusille intohimoisille elämyksille ja rohkeille kokeiluille.

FOODSTERI



RAVINTOLA-ALAAAN KESKEISESTI VAIKUTTAVAT MUUTOSVOIMAT

Globalisaatio

Kiristynyt geopoliittinen tilanne aiheuttaa jännitteitä ja kriisejä jotka vaikuttavat moninaisesti myös horeca-alaan.

Vihreä siirtymä

Ilmastonmuutoksen ja luonnon kantokyvyn rajojen myötä ruuan tuotantoon löydetään uusia tapoja.

Kaupungistuminen

Muuttoliike kaupunkeihin jatkuu ja vaikuttaa ravintolapalveluiden kysyntään. Eriytymistä tapahtuu alueittain.

Tekoäly ja robotiikka

Tekoäly ja robotiikka tulevat lähivuosina muuttamaan ravintola-alaa merkittävästi.

Väestön ikääntyminen

Ikärakenne muuttuu. Tämä on syytä huomioida myös ravintolapalveluissa.

VASTUULLISUUS RAVINTOLA-ALALLA

Vastuulliset valinnat

Yritys joutuu tekemään erilaisia vastuullisuus-valintoja. Pohja näille valinnoille rakentuu yrityksen liikeideasta, sijainnista ja asiakaskunnasta. Yrityksen valintoja voivat olla mm. sesonkien aktiivinen hyödyntäminen listasuunnittelussa, hävikin vähentäminen ja kustannusten minimointi.

Arjen pienet teot

Kaikki lähtee suunnitelmallisuudesta ja halusta tehdä. Hävikin minimointi, jätteiden lajittelu, energiatehokkuus ja kotimaisuus.



VALTTER VUORI
Kehityspäällikkö, Laatu & Vastuullisuus



Tuotantoketju-tietoisuus

Raaka-aineen matka pellolta lautaselle. Dataan perustuvaa ymmärrystä raaka-aineiden todellisista vaikutuksista mm. ilmastoon, veteen ja sosiaaliseen vastuuseen. Kolmansien osapuolien varmentamat sertifikaatit korostuvat.

Sääntelytulva

Euroopan vihreän kehityksen ohjelma (EU Green Deal) luo valtavasti uutta sääntelyä, joka ohjaa nyt ja tulevaisuudessa ravintoloiden hankintaa ja tapaa toimia.

Kokonaisvaltainen hyvinvointi

Ravintolaruokailulla tehdään hyvää itselle ja muille.



TEKOÄLYN AVULLA KOHTI PAREMPAA ASIAKASKOKEMUSTA

K-ryhmässä on kehitetty tekoälykyvykkyksiä jo lähes kymmenen vuotta, ja myös Kespron asiakkaat ovat hyötynneet tästä kehityksestä. Tekoälyä, sekä kykyä käsitellä valtavia datamassoja, hyödynnetään erityisesti sellaisten isojen haasteiden ratkaisemiseen, jotka olisivat ihmistyönä lähes mahdottomia. Kespro on viime vuosina panostanut tekoälykehityksen lisäksi myös tiedolla johtamiseen. Tätä työtä tukee Kespron tiedolla johtamisen virtuaaliitiimi, jossa yhdistyy laaja-alaisesti kaikkien Keskon eri toimintojen **paras data- ja analytiikkaosaaminen foodservice -asiakkaiden eduksi.**

Kesprolla tekoäly sekä analytiikka mahdollistavat esimerkiksi verkkokaupan miljoonien kuukausittaisten hakutapahtumien analysoinnin ja vaihtelevien **asiakastarpeiden ymmärtämisen.** Niinkin yksinkertainen haku kuin ”tomaatti” saattaa tarkoittaa yhdelle kokonaista tomaattia, toiselle tomaattiviipaleta ja kolmannelle tomaattikastiketta. Lisäksi tekoälyä hyödynnetään myös korvaavien sekä täydentävien tuotteiden ehdottamiseen – sopivien ehdotusten keksiminen yli 50 000 tuotteelle olisi ihmisvoimin lähes mahdotonta.

Tekoäly ei kuitenkaan korvaa ihmistä, vaan toimii sinnikkäänä ja usein erittäin tehokkaana apurina, kun sitä käytetään oikein. Tekoälyn taustalla olevia malleja täytyy myös analysoida ja kehittää jatkuvasti, jotta ne toimisivat parhaalla mahdollisella tavalla.

Tällä hetkellä tekoälyn ehkä näkyvin ilmentymä on generatiivinen tekoäly, josta esimerkkeinä tunnetut kielimallit ChatGPT tai Google Gemini. Generatiiviset mallit pohjautuvat suuriin tietoineistoihin ja niitä voi hyödyntää arjessa esimerkiksi **sparrauskumppanina** – haastaviinkin kysymyksiin voi etsiä vastauksia tekoälyn avulla. On kuitenkin erittäin tärkeää suhtautua generatiivisen tekoälyn tuottamiin **vastauksiin kriittisesti,** sillä ne saattavat vaikuttaa vakuuttavilta, vaikka olisivatkin virheellisiä. Lisäksi yleisille malleille ei tule syöttää mitään sensitiivistä tietoa kuten yrityssalaisuuksia tai henkilötietoja.

Suosittelimme jokaista **tutustumaan moderneihin kielimalleihin.** Mallien kanssa liikkeelle pääse helposti kertomalla hieman taustaa ja esittämällä kysymyksen – esimerkiksi ”Minulla on ravintola, joka tarjoaa perinteistä kotiruokaa. Voitko suunnitella viisi erilaista lihapulla-annosta?”.



”Tekoälyä voi hyödyntää arjessa esimerkiksi sparraus-kumppanina.”

Kespron tiedolla johtamisen virtuaaliitiimi
Juho Anttila, Krista Longi
ja Paula Wilson

JALKAPALLOFANITUSTA SELVINPÄIN – JA MUITA MUUTOSVOIMIA

Victoria Loomes, Head of Trends, työskentelee päivittäin erilaisten kuluttajailmiöiden parissa. Hän seuraa kuluttajien uusia odotuksia ja nousevia jännitteitä. Kuluttajat haluavat tehdä yhä enemmän **vastuullisia valintoja** ja tukea paikallisia toimijoita. Toisaalta hintapaineet pakottavat heidät kompromisseihin. **Helppous** houkuttelee tilaamaan kotiin, tuoreuden kustannuksella. Yritykset, jotka ratkovat näitä jännitteitä, ovat kilpailussa vahvoilla.

Personointi ja hyvinvointi tulevat kasvattamaan merkitystään. Henkilökohtaiset hyvinvointiratkaisut ovat valtavirtaa. Ravintoloissa tämä voi tarkoittaa esimerkiksi **menun skannaamista** sovellukseen, joka kertoo, mikä listan annoksista sopii juuri sinulle parhaiten. Se osaa suositella ruokaa tiettyyn tunnetilaan ja lisää kuluttajan itsetuntemusta. Itsensä kehittäminen on kuluttajakäyttäytymistä laajasti muuttava ilmiö.

Victoria on pannut merkillle myös raitistelun yleistymisen. ”On mielenkiintoista, miten **raitistelu ja alkoholittomat** juomat tulevat vaikuttamaan ravintola-kokemukseen ja odotuksiin. Miten se voi heijastua ruokaperinteisiin ja kulttuurin laajemminkin?”, Victoria alustaa pohdintaansa ja jatkaa: ”Jo brittiläisissä jalkapallo-otteluissa on nähty, että oluen myynti on vähentynyt. Miten käy oluen ja hot dogien, jos oluen kulutus otteluissa vähenee? Ja mitä tulee tilalle?”. Näin ilmiöt vaikuttavat toisiinsa ja saavat aikaan itseään laaja-alaisempia vaikutusketjuja.

Haastattelun loppuksi Victoria painottaa **inhimillisyyttä** aikana, jona uudet teknologiat tulevat ryminällä arkeemme. On inhimillistä, että heimoudumme omia kiinnostuksenkohteitamme vastaaviin ryhmiin ja sosiaalsiin medioihin. Inhimillistä on myös kasvava kiinnostus perinteisiin ruoanvalmistusmenetelmiin, jotka auttavat ihmisiä löytämään yhteyden menneeseen. Inhimillisyys tulee muokkaamaan ravintolakenttää. Nähtäväksi jää miten.

”Miten käy oluen
ja hot dogien, jos
oluen kulutus
otteluissa
vähenee? Ja mitä
tulee tilalle?”

VICTORIA LOOMES





ILMIÖT 2025



RAVINTOLAILMIÖIDEN KOLME TEEMAA

Ravintola on kokonaisuus. Kun osa-alueet ovat kunnossa, kassa kiittää. Tästä syystä tarkastelemme ravintolailmiötä tarkemmin kolmen teeman kautta. Näin tarjoamme lukijoillemme mahdollisimman hyödyllistä ja toimeenpantavaa tietoa siitä, mihin juuri nyt kannattaa jatkuvasti kehittyvässä, uusia ideoita pulppuavassa ravintolakentässä kiinnittää huomiota. Tehdään ulkona syömisestä entistä suositumpaa – yhdessä.



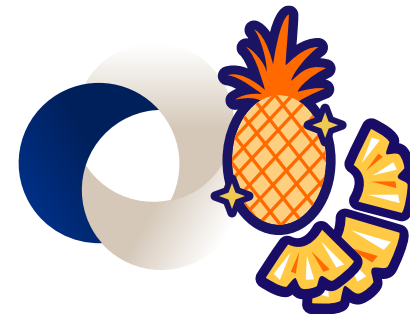
MAKU

Minkä tyylinen ruoka vetää? Mitkä maut ovat pinnalla? Millaiset raaka-aineet kiinnostavat asiakkaita? Entä keittiöt? Mitä juomia kysytään?



IHMISET

Mitä henkilökunnalle kuuluu ja miten siihen voi vaikuttaa? Millainen asiakas-käyttäytyminen on pinnalla? Mitkä asiat korostuvat ravintolan pyörittämisessä?



ELÄMYKSET

Millaisia elämyksiä ravintoloista tällä hetkellä haetaan? Ketkä niitä hakevat? Ja millaisissa tilanteissa? Millaiset elämykset kiinnostavat?



#1

**Aitous
lautasella
ja lasissa**

#2

**Hyvinvointia
ruoasta ja
seurasta**

#3

**Rentous
on arjen
luksusta**

RAVINTOLAILMIÖIDEN KOLME HAVAINTOA

Ravintolailmiöt raporttia laadittaessa nouse kolme selkeää ilmiötä. Nopeatempoisessa digitalisoituneessa maailmassa moni kaipaa aitoja kokemuksia, ilman teeskentelyä. Ravintoloilta kaivataan aitoja makuja tunnistettavista raaka-aineista ja vilpitöntä vieraanvaraisuutta. Hyvinvoinnin kaipuu kumpuaa tarpeesta voida hyvin, niin fyysisesti, henkisesti kuin sosiaalisesti. Ravintoloilla on iso rooli, erityisesti kohtaamispaikkoina joissa voi kokea elämyksiä. Rentous vetää puoleensa. Kun ravintola ammattimaisesti johdettu mutta rento, asiakas tuntee olonsa kotoisaksi ja voi keskittyä olennaiseen eli nauttimaan hetkestä, ilman turhaa pönötystä.



AITOUS

Aitous on kokonaisuus joka syntyy henkilökunnan, raaka-aineiden ja ravintolamiljön saumattomasta yhteispelistä. Asiakas aistii heti, onko ravintolan tunnelma aito. Henkilökunta on avainroolissa aidon ja välittömän tunnelman luonnissa. Asiakkaita kiinnosta myös entistä enemmän raaka-aineiden alkuperä, vastuullisuus ja tarina. Aitous ei ole vain päälle liimattu trendi vaan kumpuaa asiakkaiden kaipuusta perusasioiden äärelle.



HYVINVOINTI

Jokainen haluaa voida hyvin. Kiireinen arki, stressi ja jatkuva ärsyketulva saavat monet etsimään tasapainoa, rauhoittumisen hetkiä ja merkityksellisyyttä elämässä. Tämä näkyy kiinnostuksena terveellisempään ruokaan, aitoihin sosiaalisiin kohtaamisiin ja taukoihin kiireen keskellä. Näitä kaikkia ravintola voi parhaimmillaan tarjota. Ravintoloissa tämä näkyy laadukkaiden raaka-aineiden arvostuksena, kiireettöminä ruokailuhetkinä ja sosiaalisina kohtaamisina.



RENTOUS

Kukapa ei haluaisi ottaa iisimmin ja nauttia ilman turhaa jäykistelyä ja pönötystä. Rentous syntyy ilmapiiristä, jossa kaikki tuntuu luontevalta ja mutkattomalta. Rentous ei tarkoita huolimattomuutta vaan pain vastoin. Kun henkilökunta on aidosti asiakkaista kiinnostunut ja läsnäolevaa on asiakkaan helppo rentoutua. Lautasella rentous näkyy selkeinä ja kekseliäinä annoksina joista turha kikkailu on jätetty pois. Lopputuloksena on kokemus, joka vetää asiakkaita puoleensa, yhä uudestaan.

KESKEISET ILMIÖT

MAKU



IHMISET



ELÄMYKSET



Aitous

Asiakkaat arvostat aidoista raaka-aineista valmistettua ruokaa jolla on kiinnostava tarina.



Aitoja kohtaamisia, yhdessä tekemistä ja aitoa johtamista.



Ravintolassa käynti on myös sosiaalinen elämys, jossa aito vuorovaikutteisuus, yhteisöllisyys ja elämysten jakaminen korostuu.



Hyvinvointi

Hyvän maun lisäksi haetaan kokemuksia jotka edistävät fyysistä, psyykkistä ja emotionaalista hyvinvointia.



Hyvinvointia ruoasta, juomasta ja seurasta. Yhteisöllisyys ja sosiaalisuus korostuvat.



Ruoka ja juoma ovat tärkeä osa hyvinvointia ja sen terveellisyyteen, vastuullisuuteen ja elämyksellisyyteen kiinnitetään huomiota.



Rentous

Rentous näkyy yllätyksellisinä makuyhdistelminä jotka eivät noudata perinteisiä kaavoja



Rento ja asiantunteva palvelu joka huomioi asiakkaan erityistarpeet.



Kiireettömyys ja rentous tarjoaa mahdollisuuden irtautua myös arjesta ja antaa tilaa hengähtää ja palautua.





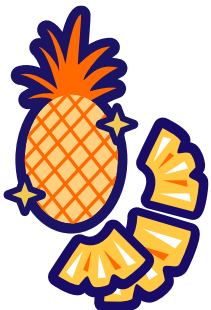
MAKU

Maut, keittiöt ja raaka-aineet, joihin kannattaa kiinnittää huomiota nyt ja ensi vuonna. Nappaa kuumimmat vinkit.



IHMISET

Asiakaskäyttäytyminen ja ravintoloiden työelämä muuttuvat muun yhteiskunnan mukana. Ymmärrä, missä nyt mennään.



ELÄMYKSET

Ravintolakokemus ja -elämykset ovat avainasemassa ravintolan menestykselle. Tiedä, mitä seuraavaksi kaivataan.



MAKU



K

MAKU

DATAPISTE

SPARKLING TEASSÄ YHDISTYVÄT VIININ JA TEEN MAKUMAILMAT



”Ennen ravintolassa kysyttiin onko teillä alkoholitonta olutta. Nyt kysytään mitä alkoholittomia oluita teillä on?”

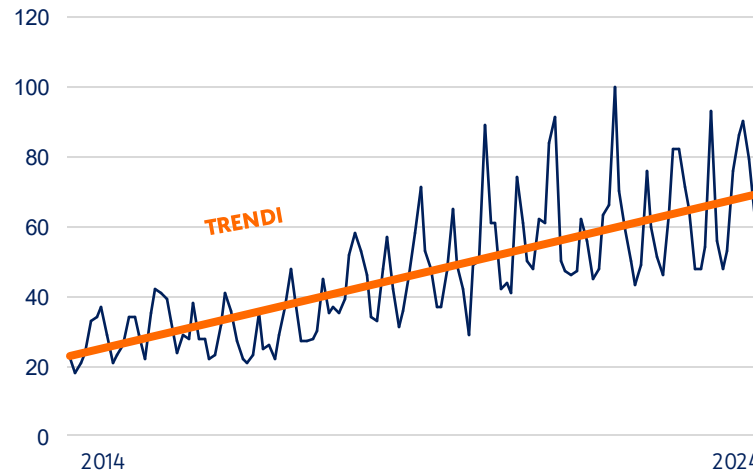
JANNE HÄRKÖNEN
Tuotepäällikkö, Kespro

Kokonaismyynnin kehitys 2022–2024



- +60 % Luomukananmunat
- +30 % Chilit
- +24 % Nauris
- +14 % Marjat
- +11 % Alkoholittomat viinit
- +7 % Viljelty sienet

Google-haut hakusanalla ”Alkoholiton”



Lähde: Google



Joona Ahonen

”Jos halutaan syödä nuudeleita, etsitään autenttinen nuudelipaikka. Helsingissä tulee jatkuvasti uudenlaisia keittiöitä, esim. syyrialainen keittiö.”



Benjamin Elf

”Kotimaiset raaka-aineet kiinnostavat: Toimme juuri listalle punajuuripastan avokadopastan rinnalle.”



Maud Saddok

Natuviineillä on ollut isoa nostetta viime vuosina. Myös alkoholittomat viinit ovat saaneet tänä vuonna ison boostin.”



Harri Veckman, Kespro

”Pippureissa on paljon potentiaalia nousta chilien kaltaiseksi ilmiöksi, onhan erilaisia pippureita kymmeniä.”



MAKU | Maud Saddok | Maukku

MAKUJA HELSINGISTÄ PARIISIIN JA TAKAISIN

Alkujaan helsinkiläinen Maud Saddok on kartuttanut viime vuodet kokemuksiaan Pariisin ravintolamaailmassa. Paluunsa jälkeen hän katsoo suomalaista ruokakulttuuria uusin silmin. Merkille pantavia muutoksia ovat olleet kasvien määrän kasvu lautasilla sekä ruokakulttuurin ja raaka-aineiden **kansainvälistyminen**.

Kasvispitoisesta ruoasta ponnistaa myös Maudin uusi ravintola Maukku. Maud kuvailee konseptia ”klassiseksi pariisilaiseksi keittiöksi modernilla otteella”. Sesonkiajattelu on vahvaa ja ravintolaan tullaan viihtymään viinibaarin ääreen. ”Ihmiset ovat positiivisesti yllättyneitä uusista makumaailmoista”, sanoo Maud. Esimerkiksi **säilötyille, pikkelöidyille ja fermentoiduille** kasviksille on kysyntää.

Ravintolassa käymisen kynnyks on entistä matalampi. Natuviinilasillisen nauttiminen baaritiskillä on Maudin mukaan aiempaa yleisempää, vaikka myös **holittomia** pyydetään ruoan kanssa yhä useammin.

Maudin vinkkinä on tarjota menun kanssa juomapakettia, jossa osa juomista on alkoholillisia ja osa ei.

Maud uskoo ranskalaisen keittiön menestykseen ja odottaa **muiden Ranskan keittiöiden** – Provençen, Bretagnen ja Camarguen – suosion kasvavan. Hän kuvailee innostuneesti Marseillen leivonnaisia ja pohjoisafrikkalaisia mausteita, Camarguen riisilajikkeita ja omanlaistaan suolaa sekä Bretagnen siidereitä, ostereita ja tummaa tattarijauhoa. Myös Italian helposti lähestyttävät, rikkaat maut ovat edelleen suosittuja.

Nyt ja lähivuosina ravintolakentässä tullaan Maudin mukaan näkemään enemmän elämyksellisyyttä ja tapahtumia. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi eri ravintoloiden **kokkien yhteisiltoja erikoismenun muodossa**. Tapahtumat voivat tarkoittaa **viinitastingeja** tai **pop-up-ravintoloiden** yleistymistä entisestään.



**”Tarjoa juomapakettia,
jossa osa juomista
on alkoholillisia
ja osa ei.”**



MAKU

MIELENKIINTOISIA JA AITOJA MAKUJA



TYYLIT

Nostalgiaa ja newstalgiaa

Epävarmat ajat kasvattavat turvallisuuden kaipuuta ja tuttu ruoka, jos mikä luo turvallisuuden tuntua. Klassinen ruoanlaitto on kunniassa mutta muokkaamalla perinteisiä reseptejä tähän päivään, saadaan klassikoihinkin uutta puhtia. Newstalgia on vastaus nostalgian kaipuuseen.

MAUT

Kaikki irti tutuista raaka-aineista

Eri valmistustekniikoilla ja makumaailmoilla nostat perusraaka-aineenkin uudelle tasolle: raakana, fermentoituna, pikkelöitynä tai vaikkapa savustettuna. Sesongit kiinnostavat mutta niitä ei ihan vielä osata hyödyntää maksimaalisesti.

RAAKA-AINEET

Villiä ja viljeltyä

Raaka-aineiden alkuperä ja vastuullisuus kiinnostavat yhä enemmän asiakkaita. Villi viehättää mutta saatavuudesta ja sesongeista johtuen saatavuus on rajallista. Sienisesonkia voi jatkaa viljellyillä sienillä läpi vuoden.

KEITTIÖT

Autenttista ja globaalia

Asiakkaille maistuu autenttiset keittiöt sekä globaalit makuelämykset. Tärkeintä ovat houkuttelevuus ja herkullinen maku. Arkinen lounaskin muuttuu makumatkaksi kun otetaan vaikutteita ympäri maailman.

LASSISSA

Raitistelun suosionousussa

Alkoholiton ei enää tarkoita tylsää. Raitistelu kiinnostaa asiakkaita jo kokonais-hyvinvoinninkin kannalta. Kiinnostaviin alkoholittomiin ja matala-alkoholillisiin vaihtoehtoihin kannattaa kiinnittää huomiota. Burgeriperjantaina kannattaa nostaa alkoholittomat oluet esille.

MAKU

Pidä silmällä näitä

TYYLIT

Fish butchery – koko kala käyttöön poskesta pyrstöön metodilla.

Täytetyt leivät – missä on kaupungin paras bánh mì tai reuben?

Kebabia ympäri maailman – döner, shawarma, gyros ja al pastor alkavat olla tuttuja. Mutta mitä on chuan ja suya?

MAUT

Missä pippuri kasvaa – makuja hedelmäisestä polttavaan.

Valmiiden maustekastikkeiden mahdollisuudet – hot saucea, tamarindia ja soijaa.

Viisi perusmakua – vähemmän sokeria, sopivasti suolaa, happoa, karvautta ja umamia.

RAAKA-AINEET

Possua pöytään – Carnitas vai tonkatsu? Ajureina autenttiset ja globaalit maut.

Sienet ja levät – Maitake-pippuripihvistä leväsalaattiin. Uusia makuja ja tekstuureja ruokalistoille.

Villiä ja kasvatettua – sesongin parhaat maut maalta, vedestä ja ilmasta.

KEITTIÖT

Aasian makuja – autenttista Japania, Koreaa ja Thaimaata.

Ranska ja Italia – tuttujen ruokakulttuureiden alueelliset keittiöt kiinnostavat.

New York – hodaria, pizzaa ja deliä. New york style on rentoa, rehevää ja globaalia.

LASSISSA

Albariño, Crémant ja Beaujolais – nyt halutaan raikasta ja kepeää.

Funktionaalisuus – ”urheilujuomat” kovassa nosteessa.

Mini martini– Dry martinit ja muut klassiset cocktailit 4 cl ”shotteina”.

Maut, keittiöt ja raaka-aineet, joihin kannattaa kiinnittää huomiota nyt ja ensi vuonna. Nappaa kuumimmat vinkit.



IHMISET



IHMISET

DATAPISTE

MITÄ PAREMMIN TUNNET ITSESI, SITÄ PAREMMIN TODENNÄKÖISESTI JOHDAT MYÖS MUITA

Ravintoloissa
nimelliset eli
inflaation huomiotta
jättävät korttimaksut
ovat kääntyneet
kasvuun.



Lähde: Nordea



4%



suomalaisista kertoo
karsineensa arkikäynnit
ravintoloissa kokonaan pois



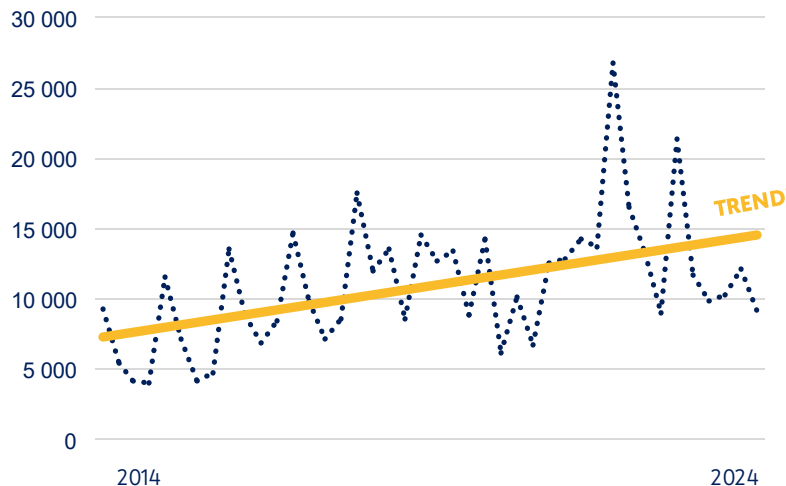
62%



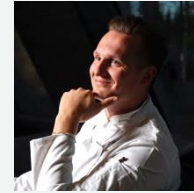
suomalaisista kertoo
sästäneensä ravintolakäynteistä

Lähteet: K-Ryhmä, Kuluttajaliitto

Avoimet työpaikat majoitus- ja ravitsemus-
toiminnassa, kaupassa, kuljetuksessa ja varastoinnissa



Lähde: Tilastokeskus



Joona Ahonen

”Enää ei ole vain pitkää
keittiötyöpäivää, lyhyitä yöunia ja baari-
iltoja. Nyt on enemmän liikuntaa ja
hyvinvointia. Tosi iso muutos. Pakko
pitää kiinni vähistä työntekijöistä.”



Maud Saddok

”Eri kokkien yhteisiltoja on todella
paljon ulkomailla ja tulevat
yleistymään myös Suomessa.
Asiakkaidenkin on kiva nähdä mitä
syntyy kahden ravintolan
yhteistyössä.”



Henna Hyttinen

”Olisi mahtavaa, jos ravintoloitsijalla
olisi sparrikumppani. Haasteita tulee
kaikille ja sparrikumppanin kanssa
voisi luottamuksella tutkia tilanteita
– olisi peili, jonka kanssa miettiä ja
kehittää asioita.”



IHMISET | Henna Hyttinen | K-ryhmä

KULTTUURI ON RAVINTOLAN MENESTYKSEN YDIN

Viime vuosina on keskusteltu paljon ravintolahenkilöstön saatavuudesta, vaihtuvuudesta ja osaamisesta. Tiukkoina aikoina johtamisen laatu korostuu. Haastattelimme K-Ryhmän valmentavan johtamisen asiantuntijaa Henna Hyttistä ymmärtääksemme ilmiön luonnetta.

”Minulle johtaminen on **oman egon tappamista**”, toteaa Henna heti haastattelun aluksi. Ajatuksessa on vinha perä. Hän haastaa jokaisen esihenkilöasemassa työskentelevän miettimään, pyrkiikö hän loistamaan vai saamaan tiimensä loistamaan. Valmentavan johtajan tärkein tehtävä on tukea tiimiä ja auttaa sitä onnistumaan. Kaiken pohjana hän näkee itsetuntemuksen. ”Mitä paremmin **tunnet itsesi**, sitä paremmin todennäköisesti johdat myös muita”, Henna tiivistää.

Usein valmentavaa johtamista pidetään ”kevyenä höttöinä”. Henna on eri mieltä: valmentava johtaminen on nimenomaan vaativaa. Esihenkilö vastuuttaa tiimiläiset ottamaan omistajuuden omasta työstään ja ratkomaan ongelmia asiantuntijuudellaan.

Välillä työntekijä voidaan laittaa vaativaan tilanteeseen – mutta aina **kannustaen ja tukien**.

Samalla työpaikalla rakennetaan kulttuuria. Se vaikuttaa kaikkeen, joten siihen panostaminen on menestyksen kannalta olennaista. Psykologisesti turvallisen työpaikkakulttuurin luominen vaikuttaa sitoutumiseen, asiakaskokemukseen ja näkyy lopulta viivan alla. Kannattaa siis pohtia, voidaanko töissä puhua avoimesti ilman pelkoa? Korostaako **palautekulttuuri** onnistumisia vai virheitä?

Kulttuurin rakentaminen on pitkäjänteinen prosessi. Tärkeintä on lähteä liikkeelle, vahvistaa kokemusta panostamalla valmentavaan otteeseen ja tekemällä asioita yhdessä. ”Tajuammeko me hyödyntää tiimin ja eri roolien viisautta? Vai paahdammeko me vain menemään? Meidän pitäisi säännöllisin väliajoin pysähtyä miettimään, missä olemme ja minne olemme menossa”, pohtii Henna.



”Millainen palautekulttuuri työpaikalla on – korostetaanko onnistumisia vai virheitä?”



IHMISET HYVINVOIVA HENKILÖSTÖ MAHDOLLISTAA MENESTYSTÄ

ASIAKKAAT

Ulkona syöminen elpyy, mutta hitaasti

Talouden taantuma ja epävarmuus hidastavat ulkona syömistä. Ulkona syödään edelleen, mutta käytettävissä oleva raha on tiukalla. Ravintolan tulee erottautua ja tarvittaessa uudistua.

HENKILÖKUNTA

Hyvä fiilis ja tekemisen meininki eivät synny itsestään

Henkilökunnan saatavuuden ja pysyvyyden haasteet asettavat uudistumistarvetta johtamiselle: erilaiset yksilöt kaipaavat erilaista johtamista. Myös sukupolvien ja taustojen erot tulee huomioida. Panostukset henkilöstön hyvinvointiin tuottavat tuloksia – hyvä fiilis välittyy asiakkaalle asti. Anna henkilökunnan loistaa!

RAVINTOLOITSIJAT

Menestytään yhdessä ja ollaan siitä ylpeitä

Ravintoloiden välinen yhteistyö ja yhteiset hankkeet yleistyvät. Jakamalla tietoa ja kokemuksia kehitetään omaa toimintaa ja koko ravintola-alaa. Menestys ruokki menestystä ja siitä saa olla ylpeä!



IHMISET

Pidä silmällä näitä

HENKILÖKUNTA

Digitaaliset ratkaisut – helpompi arki, enemmän aikaa asiakkaille.

Joukkuehenki – hyvä pohinä henkilökunnan kesken ja asiakkaat viihtyvät.

Valmentava johtaminen – aidolle johtamiselle on tarvetta. Anna henkilökunnan loistaa.

RAVINTOLOITSIJAT

Datan hyödyntäminen – mutuilusta datailuun.

Erilaisuus on rikkaus – eri ikäpolvet ja kulttuuritaustat saman katon alla.

Johtamisen uudelleenajattelu – vanhat opit eivät päde nuoriin.

ASIAKKAAT

Asiakkaiden vaatimustaso nousee – miten täytän asiakkaiden toiveet?

Kukkaron paineet näkyvät kulutuksessa – huomioi kokonaisvaltaisesti ravintolan eri toiminnoissa.

Ravintolakulttuuri eurooppalaistuu – myös arkena saa nauttia.

Mitä kuuluu henkilökunnalle ja miten siihen voi vaikuttaa? Miten asiakkaat käyttäytyvät? Mitkä asiat tällä hetkellä korostuvat ravintolan pyörittämisessä?

ELÄMYKSET



ELÄMYKSET

TARVE RAVINTOLA- ELÄMYKSILLE EI OLE POISTUNUT



62%



suomalaisista panostaa hyviin ja joskus kalliisiin raaka-aineisiin

66%



suomalaisista kertoo haluavansa kehittyä ruoanlaittajina

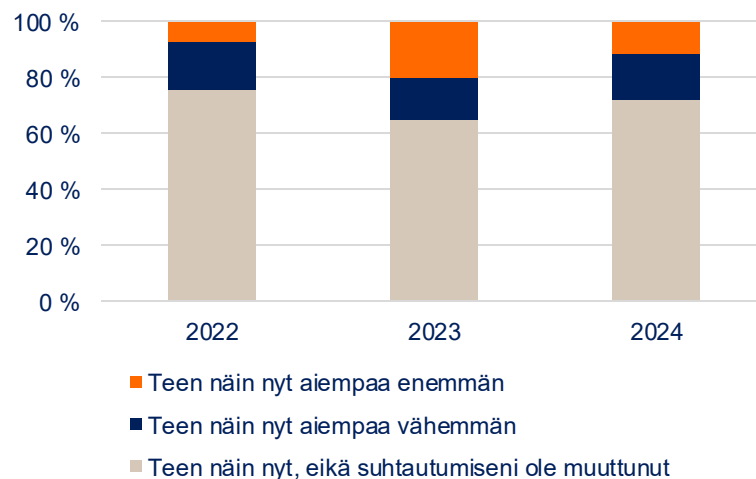
Lähde: K-Ryhmä

”Astioissa korostuvat erityisesti luonnonläheiset murretut sävyt sekä epäsymmetriset muodot.”

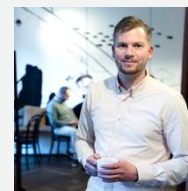
NIINA LINDMAN

Osto- ja myyntipäällikkö, Kespro

Epävakaasta taloustilanteesta huolimatta haluan panostaa ruokaelämyksiin



Lähde: K-Ryhmä



Benjamin Elf

”Ehkä jatkossa ei tarvitsisi aina odottaa perjantaita tai lauantaita, että käy ulkona syömässä. Keskellä viikkoakin voi käydä hemmottelemassa itseään.”



Maud Saddok

”Se, että on klassikoita saatavilla, on turvallinen juttu asiakkaalle. Löytyy aina joku tuttu juttu menulta. Klassikoita tulee näkymään enemmän ja enemmän. Mutta niissä on joku twisti. Twistit tuovat klassikot tähän päivään.”



Joona Ahonen

”Hyvä ravintolakokemus on elämys. Kuluttajat on tarkkoja siitä. Ravintola on monipuolinen paketti. Tunnelma, ruoka, esillepano, tarinat raaka-aineiden takana. Kaiken pitää toimia.”

ELÄMYKSET Benjamin Elf | Green Hippo Café

TERVEELLISTÄ, TÄYTTÄVÄÄ JA HYVÄNNÄKÖISTÄ ARJEN LUKSUSTA

”Filosofiamme on tehdä ruokaa, josta jää hyvälle tuulelle”, tiivistää Green Hippo- ja Poke Amigos -ravintoloiden perustaja ja toimitusjohtaja Benjamin Elf.

Kasvikset ovat aina olleet Green Hippon listoilla merkittävässä osassa ja jatkossa hyvän **kasvisruoan** kysynnän odotetaan yhä kasvavan. Viime aikoina nosteessa ovat olleet annosten **monipuolisuus**, **luonnonmukaisuus ja lähituotanto** tietyn ruokavalion noudattamisen sijaan. ”Asiakkaat haluavat tietää ruoan alkuperän”, toteaa Benjamin – oli se sitten kasvista, lihaa tai jotain muuta.

Inspiraatiota Benjamin hankkii sosiaalisesta mediasta, ulkomailta ja kotikeittiöstä. Esimerkiksi ravintolaperheen uudemman tulokkaan Poke Amigosin syntytarinaa liittyy oleellisesti oppi- ja inspiraatiomatka länsinaapuriiin. Benjaminin mukaan kiinnostavia yhtymäkohtia löytyy eri ruokakulttuurien ja keittiöiden yhtymäkohdista:

”Eri keittiöiden **yhdisteleminen ja rajojen rikkominen** on kiinnostavaa. Oikein tehtynä se maistuu ja toimii.”

Samalla toiveissa on vankemman ulkona syömisen kulttuurin rantautuminen Suomeen: aina ei tarvittaisi juhlapäivää. ”Ehkä jatkossa ei tarvitse aina odottaa perjantaita tai lauantaita. Keskellä viikkoakin voi käydä hemmottelemassa itseään”, tiivistää Benjamin. Tietynlaista arjen luksusta, siis.

Kynnystä ravintoloissa käymiseen voi madaltaa myös itse. Esimerkiksi Ruotsissa on laadukkaita ja välittömiä ravintolakonsepteja, joiden listoilla on hienojen lisäksi helposti lähestyttäviä annoksia. Tämän suuntauksen Benjamin odottaa rantautuvan vahvemmin myös Suomeen.



**”Keskellä viikkoakin
voi käydä
hemmottelemassa
itseään.”**



ELÄMYKSET Joona Ahonen | Ravintola Gallis

TUTTUJA KLASSIKOITA POHJOISEN TWISTILLÄ

Rovaniemeläisen Glass Resortin ravintola Galliksen keittiömestari Joona Ahonen tietää, mitä pohjoisen matkailijat lomiltaan haluavat. Joona kuvailee Gallista ”tyylikkäänä bistrona”, jossa ruoka tehdään käsin laadukkaista raaka-aineista alusta loppuun. Ravintola haluaa hyödyntää mahdollisimman paljon **pohjoisen makuja**, mutta tarjoaa myös klassisempia annoksia sekä pohjoisen makujen ja klassikoiden yhdistelmiä. Suomalaiseen ruokakulttuuriin ja raaka-aineisiin on helppo tutustua, kun matkailijan lautaselle tarjotaan kansainvälisiä ruokia paikallisella otteella.

Ulkomaisten matkailijoiden ja suomalaisten ravintolakäyttäytymisessä on huomattavia eroja. Ulkomaalaisille korkealuokkaiset annokset ja erinomainen palvelu ovat ravintolakokemuksen kannalta tärkeitä. Kotimaisille kävijöille huomio kiinnittyy enemmän **rentouteen ja raaka-aineisiin**. Luksus ei ole enää pelkkiä hienoja raaka-aineita ja valkoisia pöytäliinoja, vaan arjen rentoutta.

Aitous nousee keskustelun aikana useampaan otteeseen esiin. Joona on nähnyt selvän kiinnostuksen kasvun aitoutta, kotimaisuutta ja lähiruokaa kohtaan sekä huomannut kotikokkien tason huomattavan nousun. Siinä missä asiakkaat aiemmin kiinnostuivat aasialaisista sormilimeteistä, nykyään innostutaan kotimaisesta **maissista, riistasta ja itse poimituista sienistä**, pienemmissä määrin myös **tyrnimarjasta ja järvikaloista**. Tarinat raaka-aineiden takana sytyttävät ja saavat pohtimaan, miten raaka-aineet sopisivat kotikeittiöön. Juomapuolella holittomuuden ja natuviinien nousulle povataan jatkoa. Lyhyesti sanottuna yksinkertaisuutta arvostetaan jatkossakin entistä enemmän.

Sama pätee ravintolakonsepteihin. **”Pärjätäkseen pitää olla aito ja laadukas”**, tuumaa Joona ja jatkaa pohdinnalla siitä, että juuri bistroit ja yleistyvät pop-upit ovat tulleet täyttämään laadun, aitouden ja rentouden menevää aukkoa ravintolakentässä. Joona näkee tilausta samantyyppisiä tarpeita puhutteleville konsepteille ja mauille, kuten jenkki-BBQ:lle.



”Luksus ei ole enää pelkkiä hienoja raaka-aineita ja valkoisia pöytäliinoja, vaan arjen rentoutta.”



ELÄMYKSET

ILOA, SUOMALAISTA RAVINTOLA-KULTTUURIA JA ARJEN LUKSUSTA



HYVINVOINTI

Kokonaisvaltainen hyvinvointi ruoan äärellä

Itse ruoan merkitys hyvinvoinnille on kiistaton, mutta myös ruokailuhetken tärkeys korostuu. Tiukoista ja rajoittavista ruokavalioista ollaan siirtymässä sallivampaan mutta edelleen terveelliseen syömiseen ja juomiseen. Välillä voi herkutellakin kunhan kokonaisvaltainen ravitsemus on kunnossa.

LUKSUS

Tee arjesta luksusta

Luksus irrottaa meidät arjesta. Arjen luksusta ovat aitous, rentous ja stressittömyys. Ravintoloihin tullaan ennen kaikkea viihtymään huolettomasti ja nauttimaan hyvästä ruoasta, seurasta ja elämyksistä. Toisaalta perinteisempi luksus kiinnostaa myös, erityisesti pohjoisessa.

RAVINTOLA

Tarinat ja elämykset kiinnostavat

Tarinat annoksen takana kiinnostavat ja jättävät muistijäljen, kun henkilökunta esimerkiksi viimeistelee annoksen pöydässä tai tiskillä. Kiinnitä huomiota myös äänimaisemaan, valaistukseen ja kattaukseen. Ravintolan tulee huokua helposti lähestyttävyyttä, pois luotaan työntävästä pönötyksestä.

PALVELU

Erinomainen palvelu osana ravintolan brändiä

Palvelu on keskeinen osa ravintolan brändiä. Asiakkaille merkityksellistä on ruoan ja juoman lisäksi hyvä palvelu joka lisää merkittävästi asiakkaan sitoutumista ravintolaan ja voi olla ratkaiseva pitkän aikavälin menestykselle. Ravintola-kokemuksessa ensivaikutelma on tärkeä ja se vaikuttaa merkittävästi asiakkaan kokonaisvaikutelmaan ravintolasta ja erottaa sen positiivisesti kilpailijoista luomalla erityisen emotionaalisen yhteyden asiakkaaseen.

SUOMI

Suomen ravintolakulttuuri yllättää

Suomea ei tunneta ulkomailla keittiöstään, vielä. Suomalaisten puhtaiden ja laadukkaiden raaka-aineiden ja omintakeisen ruokakulttuurin yhdistelmässä on eksotiikkaa. Suomalaisen ruokakulttuurin monimuotoistumisen myötä meiltä löytyy myös erittäin laadukkaita alueellisiin maailman makuihin sekä globaaliin ruokaan keskittyviä ravintoloita laidasta laitaan.

ELÄMYKSET

Pidä silmällä näitä

HYVINVOINTI

Hidasta syömistä – vastareaktio hektiselle elämänrytmille. Slow dining vaatii keskittymistä.

Ravintolat ja hyvinvointi – kiinnitä huomiota asiakkaiden kokonaisvaltaista hyvinvointia edistävään tarjontaan.

Vuorovaikutus ja yhteisöllisyys – yhdessä syöminen, vuorovaikutteisuus ja elämykset edistää kokonaisvaltaista hyvinvointia.

LUKSUS

Arjen luksus – kuppi hyvää kahvia mukaan tai street food-lounas. Luksus ei välttämättä ole kallista.

Monimuotoinen luksus – luksus on laadukkaiden raaka-aineiden lisäksi myös ammattitaitoa ja tekniikkaa.

Todellinen luksus – tarkkaan valikoituja makuja, odottamattomia elämyksiä ja hyperpersonointia.

RAVINTOLA

Elämyksellinen design ja esteettisyys – kiinnitä huomioita visuaaliseen estetiikkaan.

Immersiivinen elämys – moniaistisuus luo ennenkokemattomia ravintolaelämyksiä.

Pop-up vol. 2 – konseptitestausta ja rennompaa tekemistä. Uusia ideoita ja yhteisöllistä tekemistä.

PALVELU

Asiakas diginä ja livenä – koko asiakaspolku elämyksellisyyden kautta, somea unohtamatta,

Sali ruoanlaiton näyttämönä – sekoita caesaria, liekitä pihviä ja annostele suklaa moussea,

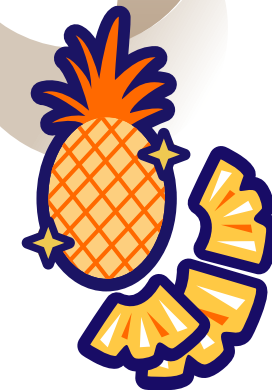
Soolosyöminen – yksin ravintolassa syöminen on nousussa ja vaatii erityishuomiota palvelun osalta.

SUOMI

Meille arkinen on muille elämys – hyödynnä suomalaisuutta liikeideassa.

Suomi lautasella ja lasissa – parhaat ainekset lokaalisti ja maut globaalisti.

Villiä ja urbaania – metsä ravintolassa tai ravintola metsässä.



Ravintolakokemus ja -elämykset ovat avainasemassa ravintolan menestykselle. Tiedä, mitä seuraavaksi kaivataan.

KESPRO RAVINTOLA.. -ILMIÖT 2025



LISÄÄ AIHEESTA

<https://www.luke.fi/fi/uutiset/mita-suomessa-syotiin-vuonna-2023>

Fine Dining Lovers (2023) Rags to riches: 5 humble foods that became luxury www.finedininglovers.com/article/humble-food-to-luxury-ingredient

Helsingin kaupunki (2024) Helsinki saavutti kärkisijan matkailukohteiden kestävyttä mittaavassa indeksissä www.hel.fi/fi/uutiset/helsinki-saavutti-karkisijan-matkailukohteiden-kestavytta-mittaavassa-indeksissa

Inspirans (2024) Ruokatrendien näkymät vuonna 2024 <https://inspirans.fi/asiakasymmarrys/ruokatrendien-nakymat-vuonna-2024/>

Kuluttajaliitto (2024) Jättikysely julki: Miltä kuluttajien taloustilanne näyttää ja mistä suomalaiset nyt säästävät? www.kuluttajaliitto.fi/2024/03/06/jattikysely-julki-milta-kuluttajien-taloustilanne-nayttaa-ja-mista-suomalaiset-nyt-saastavat/

Nordea (2024) Kulutusmittari: Syysauringon säteitä risukasassa <https://corporate.nordea.com/api/research/attachment/183742>

<https://nuortennyt.fi/kyselytutkimus-yhteiskunnallinen-eriytyminen-nakyy-nuorten-tyoelamaodotuksissa/>

