

A photograph of a man and a woman sitting at a table in a restaurant, engaged in conversation. The woman, on the left, has white hair and is wearing sunglasses and a light-colored shirt. She is pointing her finger while speaking. The man, on the right, has grey hair and is also wearing sunglasses and a dark shirt. They are both smiling. In front of them are plates of food and glasses of red wine. Other diners are visible in the background, slightly out of focus.

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 kokoaa yhteen sen, mikä on nousemassa pintaan, ja miten ravintola-ala muovaa tulevaisuutta.

Raportissa käytetyt kuvat on tehty tekoälyllä.

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



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 ystävyyssuhteiden 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.



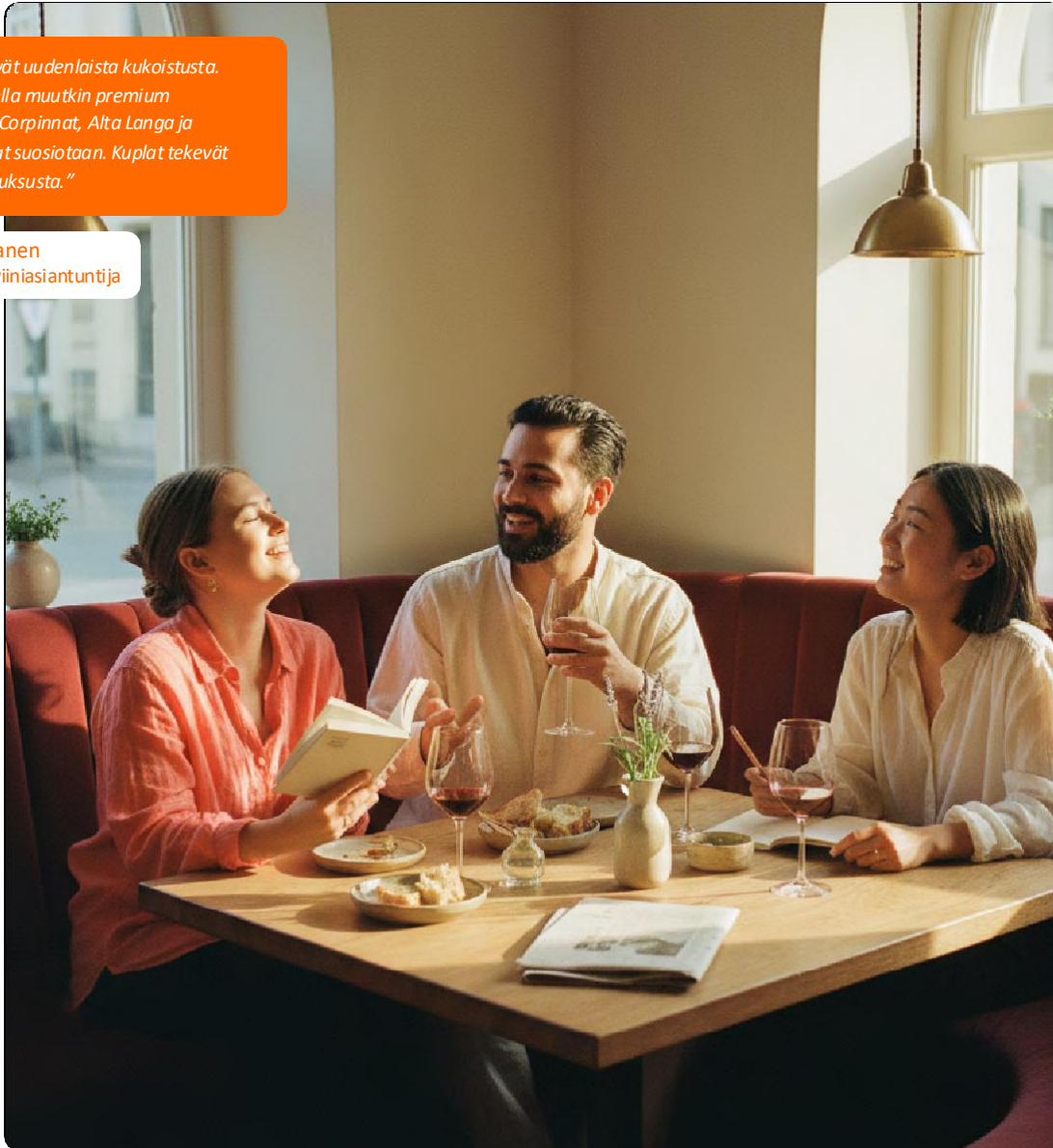
Ravintolat heijastavat myös monimuotoisuutta ja kulttuurien kirjoa. Artesaanileipomot ja autenttiset etniset ravintolat rikastuttavat gastronomiaa ja tuovat uusia makuja eri puolilta maailmaa, myös sellaisia joita Suomessa on vasta vähän nähty.

[Rovaniemi](#) on tästä kiinnostava esimerkki, sillä kokonsa 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 Lipppa](#), 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 tyyliillään, 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 koukuttaa nimenomaan helppouden ja nopeuden takia. Voileipäbaarien nousun myötä täytetystä leivistäkin on tullut helppoa, herkullista ja nopeaa arjen luksusta. Joensuulainen [Ravintola Soossi](#) tarjoaa pizzaa 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.



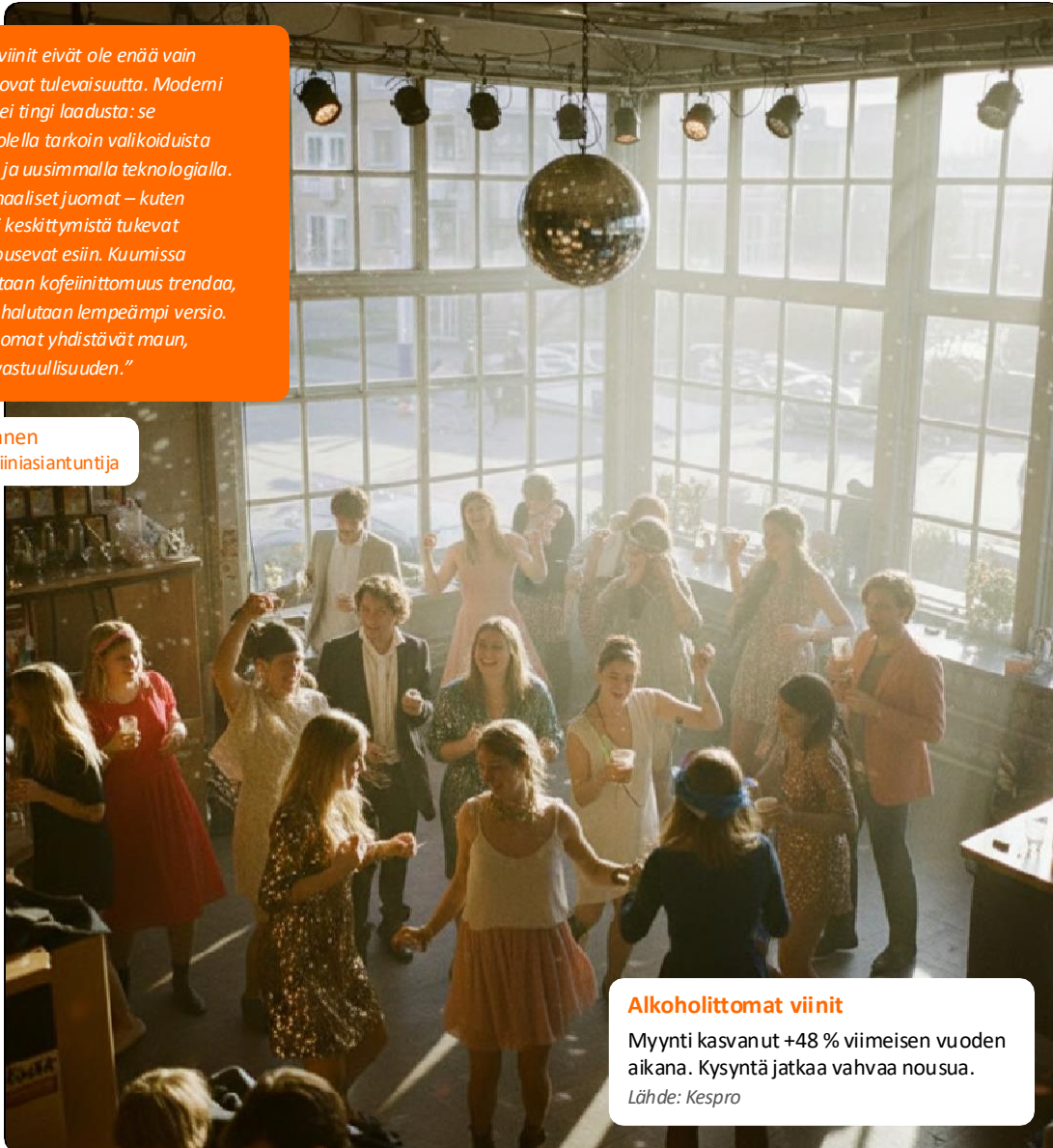
“Matkailijat muuttavat markkinaa, ja erityisesti Lapissa kysyntä laadukkaille ja joustaville palveluille kasvaa. Private chef -konseptit ja catering yleistyvät. Kaikkialla menestyvät ne, jotka osaavat vastata asiakkaiden toiveisiin ja ylittää ne.”

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, villiyrttijuomia 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

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,

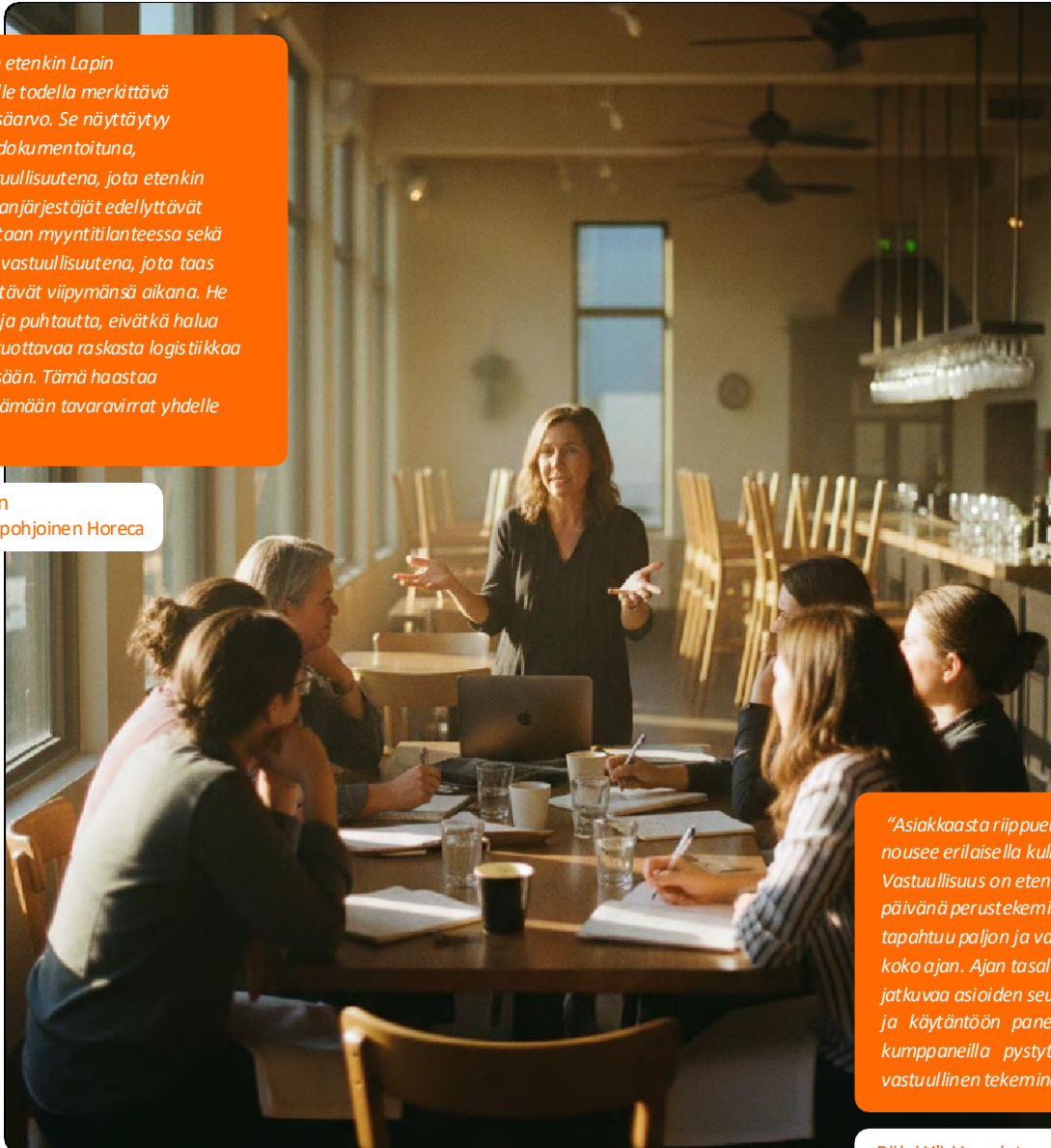
pakkaukset, työntekijöiden hyvinvoinnin ja sesonkien huomioimisen. Teknologia tukee tätä kehitystä – tekoäly auttaa optimoimaan ruokalistoja, minimoimaan hävikkiä ja tekemään tietoon perustuvia, vastuullisempia päätöksiä. Hävikin hallinta on osa vastuullisuutta, mutta myös liiketoiminnan kannattavuutta.

Ravintoloiden toiminta on entistä syklistempää. Luonnon sesonkien lisäksi sitä ohjaavat globaalit toimitusketjut, ilmastonmuutoksen vaikutukset ja geopolitiittiset 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 näytetään 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 kullmalla 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, valta kunnalliset 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 näytävä 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 kestävä menestyksen kulmakiviksi. Valmentava johtaminen on tärkeä osa vastuullista kulttuuria, ja [epäkohtia kitketään aktiivisesti](#).

Ravintola on maailma pienoiskoossa

Maaailma 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 säilöntäteknikoita. 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, mehekasta ja tasalaatuista –ominaisuuksia, joita ammattilaiskeittiöissä arvostetaan sekä rakenteen että maun kannalta.”

Ismo Aho
Valikoimapäällikkö, liha-asiantuntija



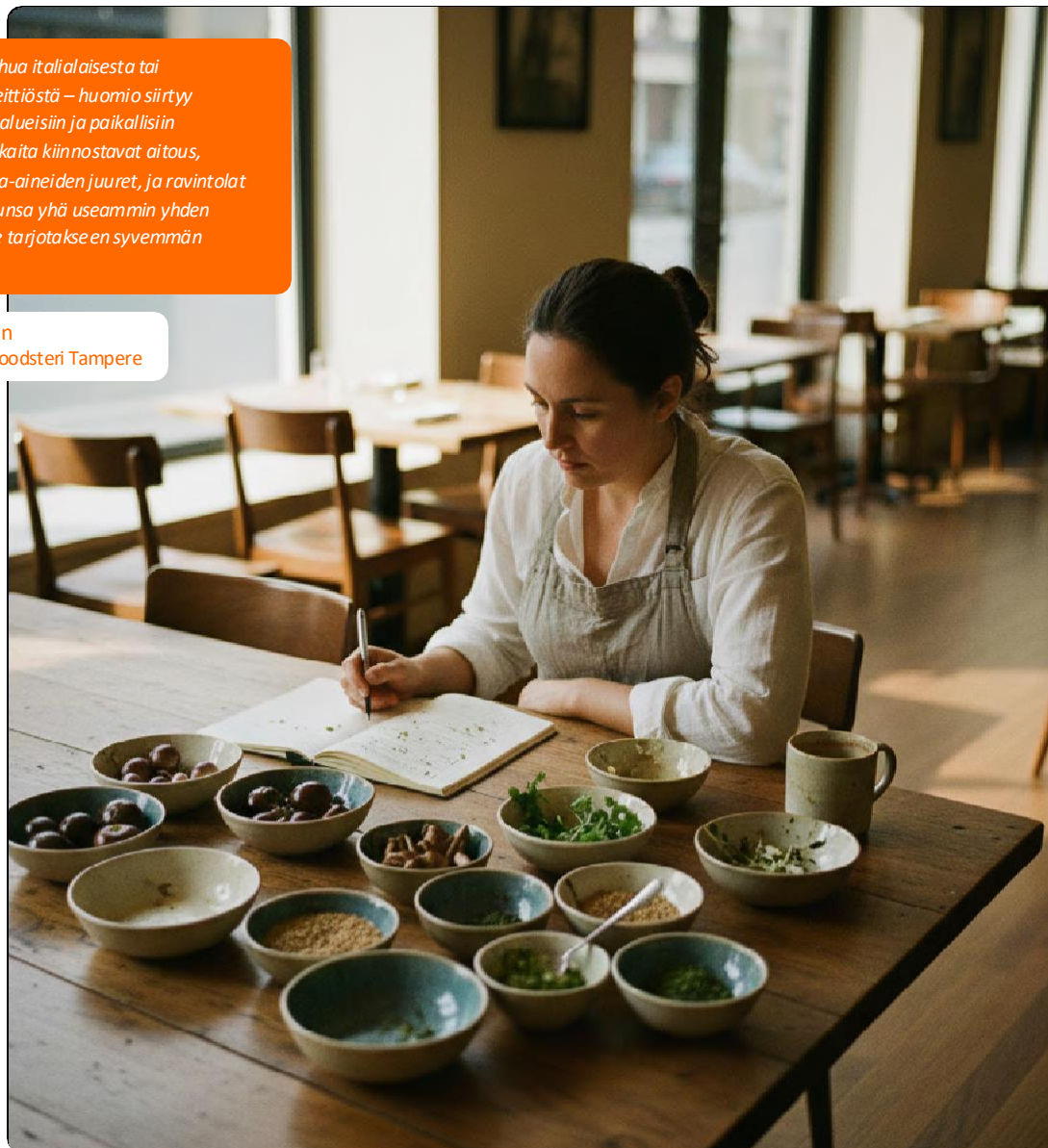
Jalostetut sienet

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
Keittömestari, Foodsteri Tampere



Luonto kumppanina

Suomi tunnetaan maailmalla puhtaasta luonnosta. Tätä voi hyödyntää ravintolapalveluissa elämyksellisenä elementtinä. Tarjonta voidaan rakentaa vuoden kierron ja lähialueiden raaka-aineiden pohjalta. 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 maataloilta, 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 [Dubaiissa](#) 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.

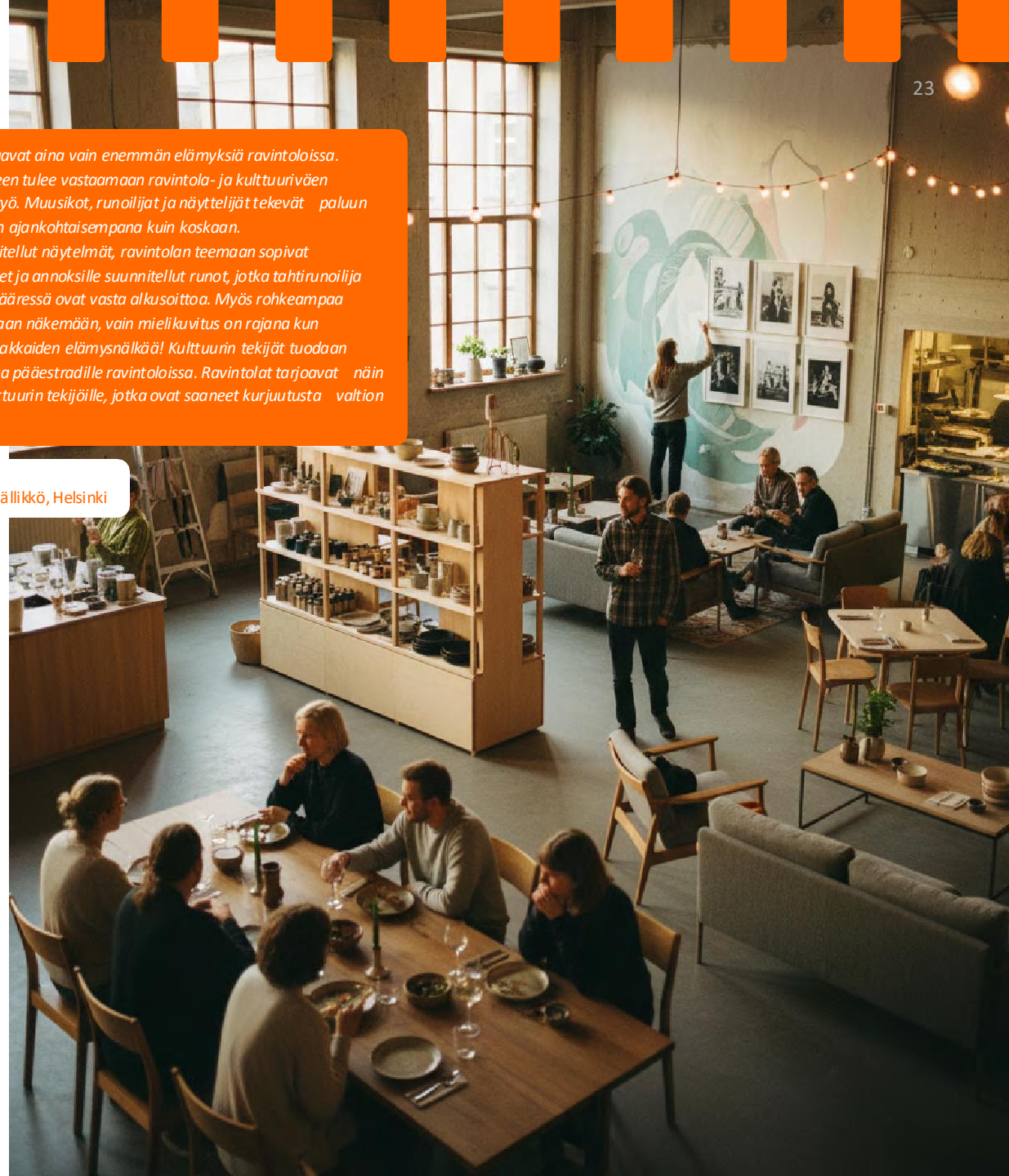
Ravintola ei ole enää pelkkä ruokapaikka, vaan kokeilualusta, jossa yhdistyvät ruoka, kulttuuri ja kaupallisuus. Se tarjoaa lukemattomia tapoja toteuttaa luovuutta, ja mahdollisuuden muokata liiketoimintaa vastaamaan asiakkaiden odotuksia

tai luomaan täysin uudenlaista tarjontaa.

Ravintola on ympäristö, jossa ideat, brändit ja ihmiset kohtaavat. Siellä syntyy konsepteja, jotka yllättävät ja inspiroivat, houkutellen 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 alkusoihtoa. Myös rohkeampaa hulluttelua tullaan näkemään, vain mielikuvitus on rajana kun tyydytetään asiakkaiden elämysnälkää! Kulttuurin tekijät tuodaan taustamusiikista pääästradille ravintoloissa. Ravintolat tarjoavat näin myös työtä kulttuurin tekijöille, jotka ovat saaneet kurjuudesta valtion suunnalta.”

Roni Auvinen
Avainasiakas päällikkö, 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 käsintehtyn 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.

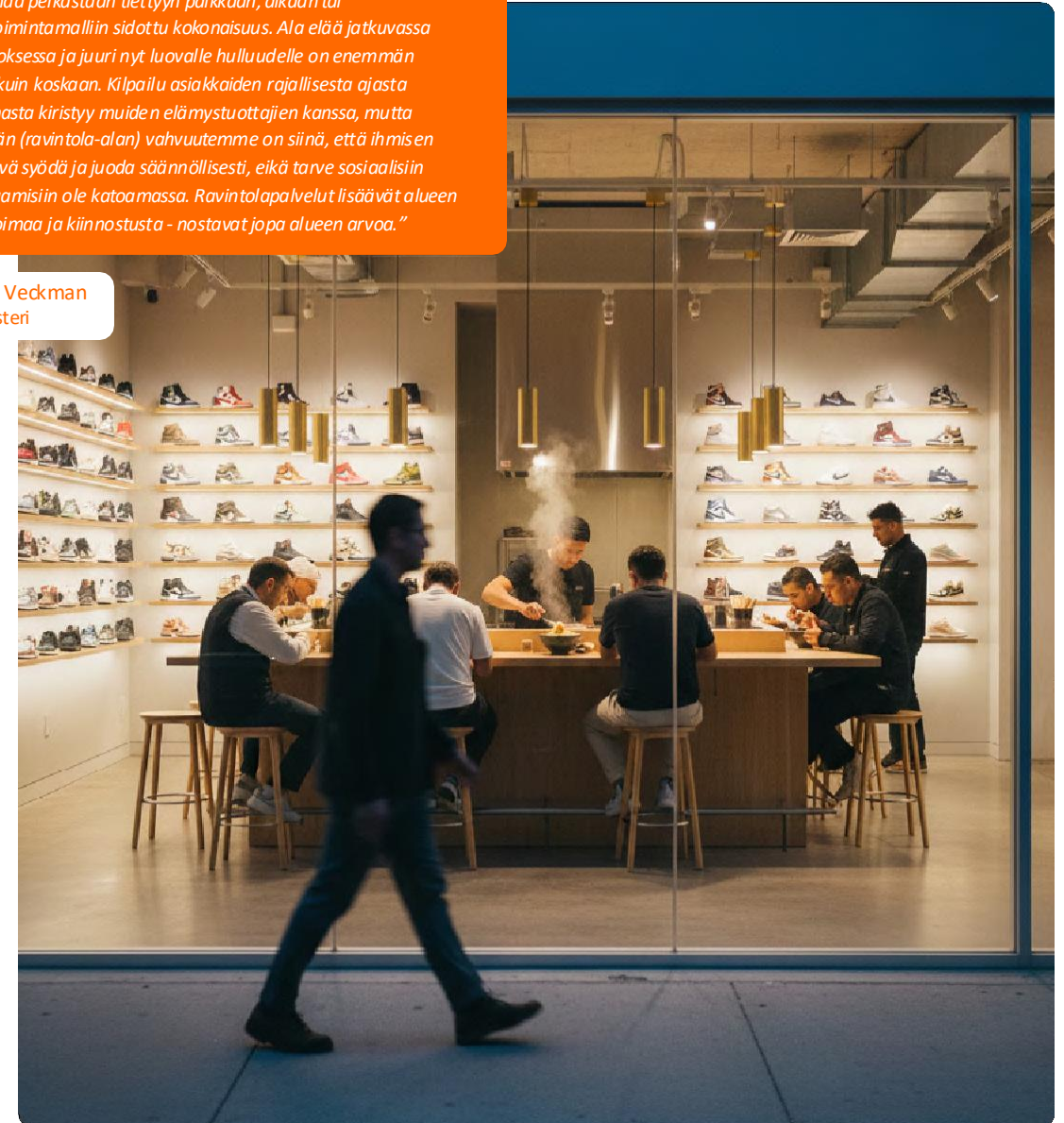
Pop up -ravintolat hakeutuvat tapahtumiin, joissa kulttuuri ja kaupallisuus kohtaavat. Esimerkiksi Finnish Design Shop ja HAY loivat ravintolan, jossa yhdistyivät [design-huonekalut ja kotimaiset raaka-aineet](#). Tapahtuma [À la Park](#) puolestaan yhdisti monipuolisen ravintolatarjonnan viikonloppufestivaaleihin.

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.



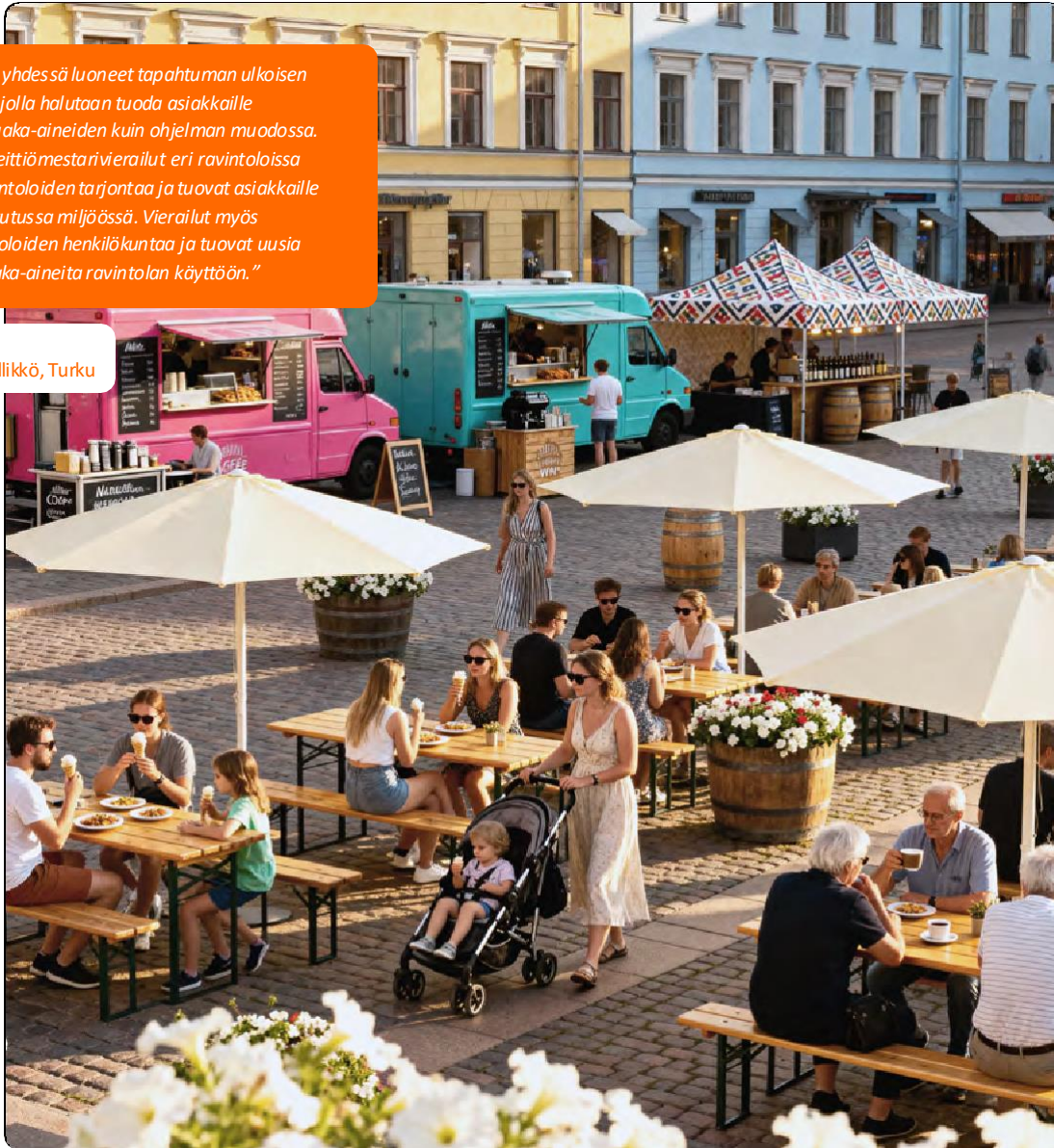
“Raja-aidat ravintolakäsitteen ympäriltä kaatuvat. Ravintola ei ole enää pelkästään tiettyyn paikkaan, aikaan tai liiketoimintamalliin sidottu kokonaisuus. Ala elää jatkuvassa muutoksessa ja juuri nyt luovalle hulluudelle on enemmän tilaa kuin koskaan. Kilpailu asiakkaiden rajallisesta ajasta ja rahasta 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
Avainasiakaspääliikkö, 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 –

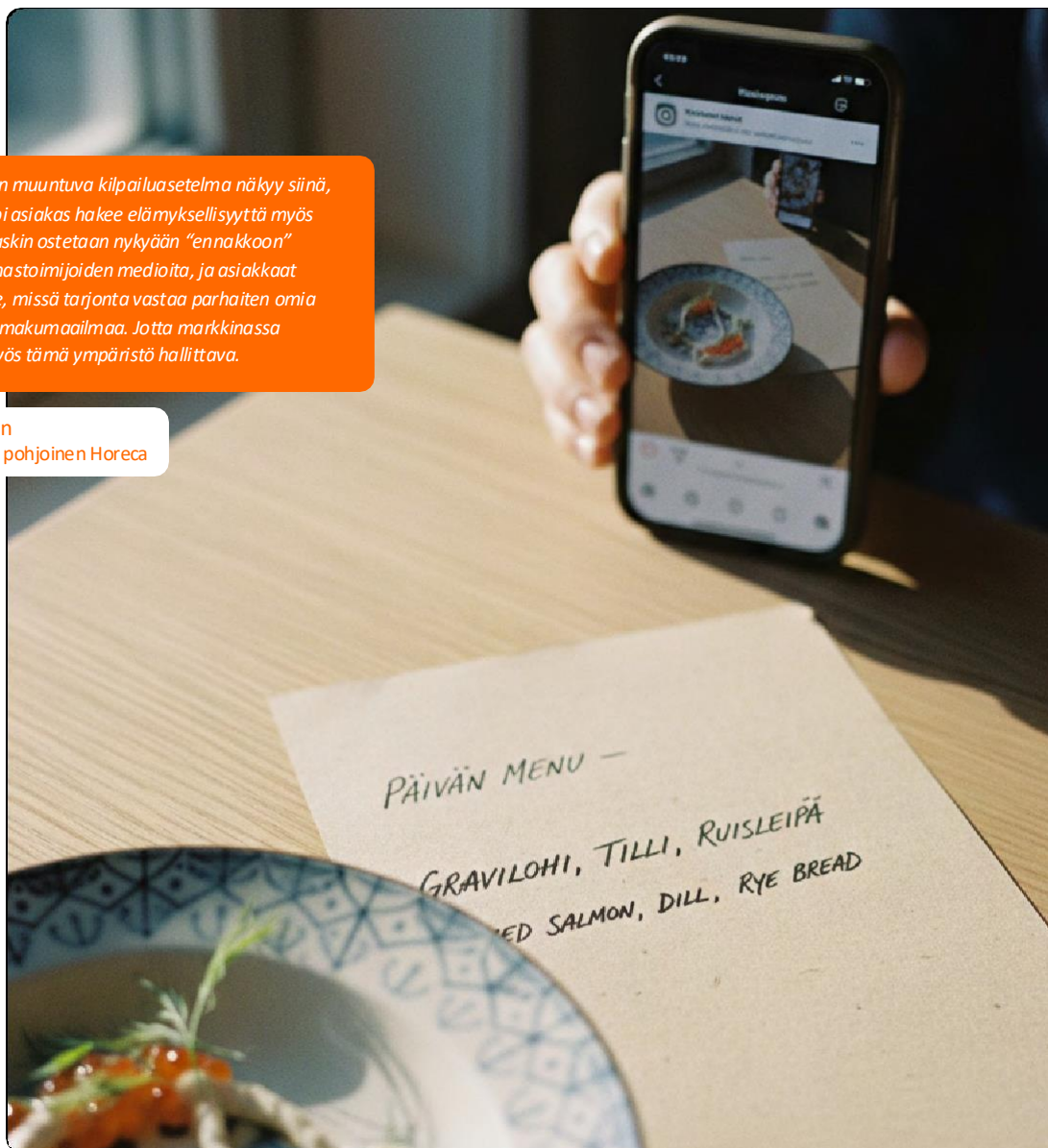
tärkeintä on arvioida, millaiseen muutosvauhtiin oma ravintola sopeutuu ja edetä askel kerrallaan.

Kyse ei ole vastakkainasettelusta. Teknologianärkevällä 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 kokonaismenun suunnittelussa. Sen avulla voidaan testata [reseptejä virtuaalisesti](#) ennen kuin ne päätyvät keittiöön. Juomasuosittelujen 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 ennakoi 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.

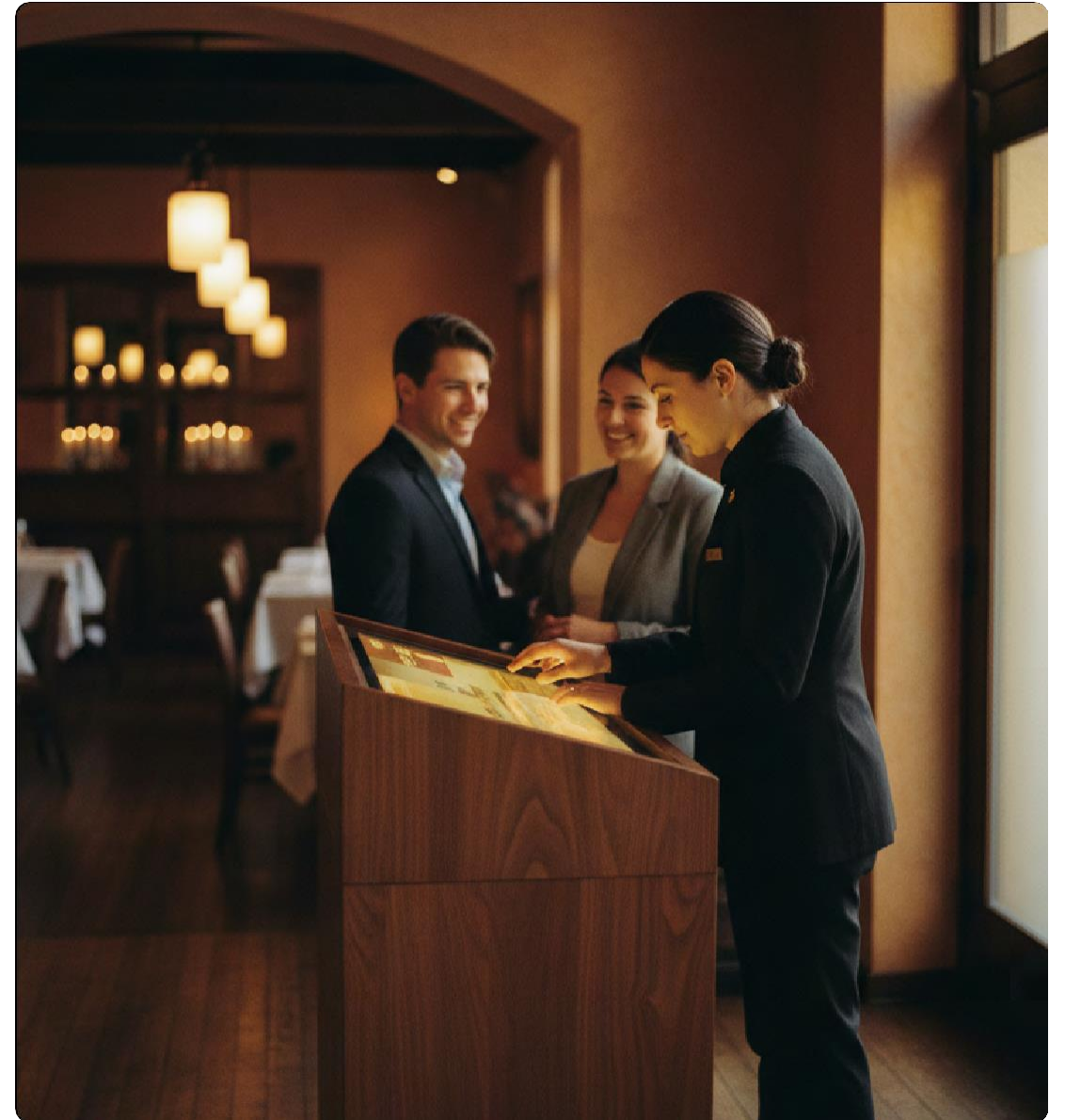
Tekoäly ei korvaa ihmisälyä, mutta lähitulevaisuudessa se auttaa ravintoloita tekemään entistä luovempaa ja kannattavampaa liiketoimintaa.

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 työvuorosuunnittelussa, 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: Suomessa 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 makunansseja.
- **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 löydettävyyden ja näkyvyyden verkossa ja somessa. Seuraa trendejä ja nosta kuumimmat ruokailmiöt listoille.
- **Käytä tekoälyä sparrausumppanina.** Tekoäly tukee ruoka- ja juomalistojen suunnittelua ihmisälän rinnalla ja auttaa uudistumaan.

IHMISET

- **Työkulttuuri 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 työttytyväisyyttä, 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 vaivaton.** Vaivattomuus on tärkeä osa elämystä. Tarjoa valmiiksi mietittyjä kokonaisuuksia ja varmista, että maksaminen on nopeaa ja sujuvaa.
- **Panosta visuaalisiin yksityiskohtiin.** Elävöitä tarinaa pienillä yksityiskohtilla 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

- **Erotaudu 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 impulssiostoihin.
- **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.

RAVINTOLA-ILMIÖT
2026

FOODSTERIN ILMIÖOPAS 2026



RAVINTOLASSA

NEWSTALGIAN MATKA JATKUU

Jotain tuttua ja jotain yllättävää. Kyse ei ole pelkästä retroilusta, vaan hyväksi havaittujen klassikoiden uudistamisesta nykyaikaiseksi ja laadukkaaksi elämukseksi. Modernisoidut versiot hakevat vaikutteita eri ruokakulttuureista tai vaikkapa tässä hetkessä trendaavista raaka-aineista.

Paneroitu possunleike tarjoillaan sitruunan asemesta tonkatsukastikeella tai tiramisusta löytyy Dubai-suklaan maut. Klassikoiden modernisointi vaatii toki rohkeutta mutta myös makujen ymmärrystä. Kun kaikki osuvat kohdilleen voi lopputuloksena olla vaikkapa Tuomaan markkinoiden joulupuuron kaltainen hitti.

HYVÄN PALVELUN ROOLI KASVAA

Asiakkaiden huomioimisen ja personoidun palvelun merkitys kasvaa erottautumiskeinona ja asiakaskokemuksen kehittäjänä. Osana hyvää palvelua korostuu myös ostamisen helppous sekä impulssiostamisen mahdollistaminen - molemmat kehittävät myös kassavirtaa positiivisesti. Hyvä palvelu on tärkeä osa ravintolan brändiä ja siihen on myös tästä syystä hyvä kiinnittää huomiota.

EROTTAUDU ROHKEUDELLA

Erottuva liikeidea ja rohkeat ratkaisut lisäävät kiinnostusta. Asiakkaat etsivät hyvää hinta-elämysuhdetta ja siksi kokonaiselämykseen ja houkuttelevaan hinnoitteluun kannattaa panostaa.

TYÖKULTTUURI ON TÄRKEÄ OSA RAVINTOLAN MENESTYSTÄ

Työpaikan sisäinen kulttuuri näkyy myös asiakkaille. Panosta kannustavaan ja työyhteisöä kehittävään kulttuuriin. Panosta sisäiseen viestintään, henkilökunnan hyvinvointiin ja osaamiseen. Hyvä työkulttuuri vetää osaajia puoleensa ja sitouttaa nykyistä henkilökuntaa.

HENKILÖKUNTABRÄNDÄYS OSANA RAVINTOLAN TARINAA

Nostamalla henkilökunta näkyville, niin nettisivuilla kuin somessakin, tuodaan tekijät lähemmäksi asiakkaita. Henkilökunnasta tulee tärkeä osa ravintolan tarinaa ja brändiä. Kun henkilökunta nostetaan näkyville ravintolan viestinnässä, asiakkaat kokevat ravintolan helpommin lähestyttävänä ja inhimillisenä. Myös henkilökunta kokee olevansa tärkeä osa ravintolan tarinaa ja sitoutuminen paranee.

NÄKYVYYS VARMISTAA ASIAKASVIRRAT

Katukuvan lisäksi ravintola on oltava näkyvillä myös digitaalisilla alustoilla. Verkkosivujen ja sosiaalisen median kanavien visuaalisuutta ja toiminnallisuutta ei voi liikaa korostaa. Näillä on myös merkittävä rooli ravintolan digitaalisen löydettävyyden ja läsnäolon kannalta. Somessa erottautuakseen, sisällön on oltava omaperäistä, tunnistettavaa ja liikeideaa tukevaa. Digitaalisten kanavien suunnitelmallinen ja säännöllinen hyödyntäminen on asiakasviestinnän näkökulmasta avainasemassa.

MENU ON RAVINTOLAN KÄYNTIKORTTI

Ostopäätös tehdään usein jo etukäteen ruoka- ja juomalistojen houkuttelevuuden ja informatiivisuuden perusteella. Varmista myös menuiden löydettävyyks myös digitaalisilla alustoilla.

MAKU

AITOUS JA PAIKALLISUUS OHJAAVAT MAKUJA

Aitous näkyy myös maussa. Maailmalla pidemmän aikaa ollut ilmiö on vähitellen löytämässä jalansi-jaa myös suomalaisessa ravintolakentässä. Enää ei puhuta italialaisesta tai japanilaisesta keittiöstä, vaan tarkennetaan minkä alueen ”autenttisia” makuja on tarjolla. Alueellinen tarkkuus ja tarinallistaminen tuovat makuun uutta mielenkiintoa, syvyyttä ja identiteettiä.

Aitous näkyy myös käsityön arvostuksena. Hotellin aamupalalla täydellisen pehmeä munakokkeli ja yön yli haudutettu puuro viestivät laadusta sekä ammattitaidosta. Lounaalle itse tehdyt lihapullat, raikkaat salaattit ja tuore talon leipä erottuvat edukseen. Iltaravintolassa raaka-aineita kunnioittavat kypsennysmetodit ja taidolla valmistetut kastikkeet kertovat intohimosta ruokaa kohtaan.

MONIULOTTEISUUS JA YLLÄTYKSELLISYYS LUOVAT KIINNOSTAVUUTTA

Kokki on kuin säveltäjä, joka yhdistää erilaisia makukomponentteja hallitusti, luoden elämyksellisen kokonaisuuden. Jokainen komponentti – hapan, makea, suolainen, kitkerä ja umaminen luovat oman nuottinsa.

Makuja rakennetaan myös makuparien kautta: makea taittaa tulisuuutta, suolaisuus tasapainottaa makeutta ja hapokkuus raikastaa umamin. Näitä hyödyntämällä luodaan yllättäviäkin elämyksiä kuten punaviini ja vaniljajäätelö, misokaramelli ja omenapiirakka, harissa-granaattimenasiirappi ja vesimeloni tai grillattu sitruuna ja entrécote. Yllättävät yhdistelmät jäävät asiakkaan mieleen makumuistoina, jotka saavat palaamaan yhä uudelleen.

HAPOKKUUS ON UUSI UMAMI

Umami on makuna trendannut jo vuosia. Umamisuden vastapari, hapokkuus on nyt nousussa. Hapokkuus viestii raikkautta, tuoreutta ja terveellisyyttä. Hapokkaita makuja haetaan hedelmistä, marjoista, erilaisista etikoista ja säilöntätekniikoista.

Perinteisten sitrushedelmien rinnalle on noussut myös bergamotti, kalamansi ja yuzu, tuomaan sitrushedelmien säihkettä. Tamarindi, passionhedelmä ja vihreä mango vievät makumatkalle muihin kulttuureihin ja kotimaiset raparperit, puolukat, karviaiset ja hapokkaat omenat tuovat raikkautta ihan tästä läheltä.

MAKU

MAKUJA 2026

Aleppon pippuri, baharat, BBQ, bergamotti, black garlic, calabrian chili, chermoula, chili crisp, chiliöljy, Comte, dashi, dukkah, fish sauce, Feta, furikake, galangal, gochujang, granaattiomenasiirappi, harissa, hot honey, kaffir, lime, karhunlaukka, karviainen, katajanmarja, katsuobushi, kimchi, koji, kombu, kuusenkerkkä, lehtipersilja, lime, makusuolat, minttu, miso, n'duja, Parmigiano Reggiano "Vacche Rosse", Pecorino Romana, piparjuuri, pippurit, pistaasipähkinä, puolukka, raparperi, ras el hanout, ruohosipuli, ruskistettu voi, sardelli, shichimi togarashi, sitruunatimjami, sitruunaöljy, soija, sriracha, sumac, suolasitruuna, suolattu kapris, tahini, Tajín Clásico, tamarindi, thaibasilika, tilli, tryffeli, tyrni, vaahterasirappi, valkosipuli confit, XO, yuzu kosho, yuzu, za'atar..



RAVINTOLÄÄKKEET
2026



KASTIKKEET

KASTIKKEET KERTOO RAVINTOLAN TASOSTA

Kastikkeesta kokki tunnetaan ja parhaassa tapauksessa koko ravintola. Kastikkeilla on aina ollut suuri rooli ravintolaruoan nautittavuudessa mutta nyt niihin panostetaan entistä enemmän. Globaalien vaikutteiden myötä kastikkeiden monimuotoisuus on lisääntynyt. Newstalgia on näkyvillä myös kastikkeissa kun klassisiin eurooppalaisiin kastikkeisiin yhdistellään globaaleja ja paikallisia makuja – misohollandaise, maissivéloute, n’dujamajoneesi ja nokkospesto ovat jo näkyneet lautasilla.

Kastikkeisiin kannattaa kiinnittää huomiota entisestään - tehdä alusta loppuun itse tai tuunata valmiita pohjia omanlaiseksi. Pienelläkin vaivannäöllä kastikkeista voi tehdä vetovoimatekijän ravintolatyyppistä riippumatta.

MODERNIT KASSIKOT LADATAAN JA SPLITATAAN

Modernit kastikkeet voidaan myös ”ladata” lopuksi erilaisilla makua ja visuaalisuutta korostavilla komponenteilla. Makuöljyä ei edes yritetä emulsoida beurre blancin joukkoon vaan se saa jäädä ”splitiksi” kastikkeeseen. Moderni kala-vélouten viimeistellään vaikkapa mädillä, ruohosipulilla ja tilliöljyllä. Luuydin, salottisipuli ja kokojyväsinaappi viimeistelevät demi-glacen.

RANSKALAISET JA ITALIALAISET KASSIKOT NOUSUUS

Ranskasta ja Italiassa ovat nousussa myös klassisten kastikkeiden ”autenttiset” versiot ja niiden johdannaiset. Auguste Escoffierin ja kumppaneiden henki tulee näkymään menuilla entistä vahvempana.

Béchamel ja Veloute suurustetaan jauhoilla, silkkisen lopputuloksen varmistamiseksi ja taidolla valmistettu Demi-Glace palaa listoille myös kastikkeena, eikä pelkkänä kastikepohjana muille kastikkeille.

Ranskalaiset Sauce Roberts, täyteläinen Suprême ja raikas Vierge sekä Italialaiset Caccio e Pepe, Guancialesta tehty Carbonara ja pitkään haudutettu Ragù alla Bolognese tekevät menusta houkuttelevamman ja kertovat ravintolan keittiön arvostuksesta eurooppalaista ruokakulttuuria kohtaan.

FUUSIOITA JA AUTENTTISUUTTA

Euroopan ulkopuolelta Japani ja USA jatkava ilmiönä myös kastikkeissa mutta vaikutteita tullaan hakemaan entistä enemmän myös Latinalaisesta Amerikasta, Pohjois-Afrikasta ja Lähi-idästä sekä Thaimaasta. Kastikkeissakin haetaan fuusiomakujen rinnalla myös entistä enemmän autenttisuutta.

BBQ-kastike ei ole vain yleiskastike vaan aitoa ja alueellista ruokakulttuuria. Autenttisuutta haetaan Yhdysvaltojen eri osavaltioiden aidoista BBQ-kastikkeista. Street food ottaa vaikutteita eri maiden kastike-perinteistä ja muokkaavat niitä mielenkiintoisiksi, uusiksi klassikoiksi. Ideoita haetaan yhä enemmän myös Pohjois-Afrikasta ja Lähi-Idästä.

Lounaallakin kastikkeilla on mahdollista erottautua edukseen. Salaattipöydän kruunaa hyvät salaatinkastikkeet ja leipävalikoimastakin tulee houkuttelevampi kun viereen katetaan hyvät dipit.



TEKNIIKAT

VANHA KUNNON MAILLARD

Kun paistetaan, paistetaan kunnolla ja kun paahdetaan, niin paahdetaan kauniin ruskeaksi. Japanilaista yakitoria ja suomalaista ruisleipää yhdistää täydellinen maillard-reaktio, kun ne valmistetaan kunnolla. Ruskistetun voin pähkinäisen maun takana on myös maillard.

Kaikki mikä friteerataan, on hyvää. Syy on hyvin yksinkertainen, maillardin ansiosta lopputuote on useimmiten ihanan rapeaa ja kauniin paahtunutta.

Lounaankin kruunaa rapeiksi paistetut possunleike tai kauniin ruskeaksi paahdettu perunagratiini. Kunnan maillard viestii ammattitaidosta ja tuo ruokaan syvyyttä sekä makujen kerroksellisuutta.

NOPEASTI JA HITAASTI

Cevichet, crudot, graavit ja tartarit korostavat tuoreutta sekä raikkautta. Kevyesti hiillostettu kotimainen silakkakin muuntuu uuteen muotoon escabeche-marinadilla. Happokypsennyksellä, nopealla marinoinnilla, sokeri-suolauksella tai kevyellä maustamisella tuoreet raaka-aineet nousevat uusiin ulottuvuuksiin.

Hitaalla kypsennyksellä sama raaka-aine muuttaa täysin makua ja muotoa. Aito BBQ brisket, hitaasti rasvassa kypsynyt ankankoipi Confit tai hartaudella haudutettu Ragù alla Bolognese ovat niihin käytetyn ajan arvoisia. Oli valmistustekniikka hidasta tai nopeaa, raaka-aineiden laatu sekä tekniikka ratkaisevat.

RAIKKAUTTA FERMENTOINILLA JA PIKKELÖINNILLÄ

Fermentointi on ikivanha säilöntämenetelmä joka muuttaa raaka-aineen makua, rakennetta ja säilyvyyttä. Lisäksi fermentoiduilla kasviksilla ja maitotuotteilla voi olla terveyshyötyjä, ainakin ne ovat osa monipuolista ruokavaliota. Maun kannalta fermentointi tuo raikkautta ja syvyyttä.

Pikkelöinti on nopeampi tapa maustaa ja säilöä kasviksia kuin fermentointi. Pikkelöinnillä sesongin kasvikset säilyttävät tuoreuden mutta samalla maustuvat mukavan raikkaiksi. Kaalin, sipulin ja kurkun lisäksi, pikkelöintiä kannattaa hyödyntää laajalti sesongin kasvien maustamiseen ja säilömiseen. Sesongin sienien lisäksi kannattaa pikkelöidä myös kasvatettuja sieniä kuten herkkusieniä. Perus 1-2-3-liemen maustamisessa on vain mielikuvitus rajana.



RAAKA-AINEET

ALKUPERÄ JA ALUEELLISUUS

Raaka-aineen alkuperä ja tuotantotapa ovat myös osa tärkeä osa ravintolakokemusta. Alueellisuus ja regeneratiivinen ajattelu vahvistuvat – asiakkaat haluavat tietää raaka-aineiden tarinan.

Yksinkertaisuutta ja puhtautta korostava clean label-ideologia korostaa aitojen raaka-aineiden arvoa.

SESONGIT TUOVAT LUONTAISTA VAIHTELUA

Sesonkiajattelu ei ole vain yksittäisten raaka-aineiden hyödyntämistä sadonkorjuun aikaa vaan gastronominen, strateginen, taloudellinen ja vastuullinen valinta, joka kertoo myös ravintolan ammattitaidosta ja arvoista. Sesongit tuovat myös kaivattua vaihtelua ruokalistoilta ja monipuolistavat ravintolan tarjontaa. Erilaisilla säilöntätekniikoilla satokautta on helppo jatkaa luovasti ja maukkaasti. Huomioi sesongeissa myös riistat, linnut, kalat ja äyriäiset.

KASVIPOHJAISET PROTEIINIT KEHITTYVÄT

Teollisten kasviproteiinien maku sekä rakenne paranevat nopeasti ja niiden markkina kasvaa edelleen huimaa tahtia. Linssien, papujen, herneiden sekä erilaisten siemenien sekä pähkinöiden kysyntä kasvaa ”aitoina” kasvisproteiineina. Hybridiproteiinit eli 50-50 ajattelussa puolet eläinproteiinista korvataan kasviperäisellä ja tehdään kasvipainotteisesta ruoasta helposti lähestyttävämpää.

LEIVÄN ARVOSTUS ON KASVUSSA

Hyvästä leivästä on tullut tärkeä osa ravintolan tarjontaa. Leipä voi olla jopa omana annoksenaan, joka jää mieleen. Artesaanileipomoiden ja leipäbaarien yleistymisenkin kertoo samaa tarinaa, leivällä on merkitystä. Leipään kannattakin panostaa niin aamupalalla, lounaalla kuin iltaravintolassakin. Hyvä leipä jää mieleen!

ASIA ON PIHVI

Naudanlihan hankintaa ohjaa kotimaisuus, laatu ja hinta. Aidon BBQ:n ja pihviravintoloiden nousun myötä myös ulkomaiset, vastuulliset ja laadukkaat lihat kiinnostavat. Kunnon pihvi on edelleen asiakkaiden mieleen mutta naudanlihan hinnan nousun vuoksi, ratkaisuja haetaan myös edullisemmista ruhon osista. Brisket, petit tender ja short ribs ovat osoittautuneet hyviksi vaihtoehtoiksi.

PORSAANLIHAN ARVOSTUS KASVUSSA

Osaksi edullisemmasta hinnasta johtuen ja osaksi street foodin vaikutuksesta, porsaan lihan arvostus on kasvussa. Ribsit, kaslerit ja erilaiset makkarat ovat laajalti käytössä mutta myös Iberico-porsaan secreto, possun lapa ja jopa possun päät ovat nousseet listoille. Vastuullinen Nose to tail-ideologia jatkaa kasvuaan.

VEDEN ELÄVÄT

Kotimaisuus ja vastuullisuus ohjaavat valintoja veden elävien osalta. Punaisen kalan kysynnälle siirtynyt norjalaisesta lohesta kotimaiseen kirjoloheen.



VIINIT

ALKOHOLITTOMUUS MONIPUOLISTUU

Alkoholittomien juomien tarjonta kasvaa nopeasti: uusia makuja, laatuja ja brändejä syntyy jatkuvasti. Alkoholittomat oluet ja energiajuomat saavat rinnalleen entistä kiinnostavampia vaihtoehtoja, ja erityisesti alkoholittomat viinit nousevat seuraavaksi kasvualueeksi.

KUOHUVAT TEKEVÄT PALUUN

Samppanjan uusi aalto vahvistaa kiinnostusta myös muihin premium-kuohuviineihin, kuten Corpinnat, Alta Langa ja Crémant. Myös Lambrusco nousee trendiksi – kepeät, kuplivat punaviinit palaavat italialaisen ruokakulttuurin rinnalle.

ESPANJA ON UUSI VIINIMAILMAN VETOVOIMAMAA

Espanja kasvaa viinimaana nopeasti, ja erityisesti alueet Rías Baixas, Ribeira Sacra ja Baskimaa houkuttelevat. Lajikkeet kuten Albariño, Godello, Txakoli ja Mencía lisäävät kiinnostusta, ja kohtuullinen hintataso tekee Espanjasta helposti lähestyttävän, mutta jatkuvasti nousevan viinimaan.

PÉT-NAT JA ORANSSIVIINIT VAKIINNUTTAVAT ASEMANSA

Luonnollisesti kuohuvat Pét-Nat-viinit jatkavat nousuaan, ja oranssiviinit ovat löytäneet uuden yleisön nuoremmista kuluttajista. Z-sukupolvi vie eteenpäin 8000 vuotta vanhaa viiniperinnettä, joka on gastronomisesti kiinnostava ja ilmaisultaan rohkea.

NATURALVIINISKENE VAHVISTUU

Puhdaspiirteisyys ja rypäleen luontainen aromi ohjaavat valmistusta. Viineissä vältetään lisäaineita ja korostetaan terroiria – viini ilmentää maaperää, ilmastoa ja lajiketta ilman turhaa käsittelyä.

VIINIMAAILMASSA KOROSTUVAT ALKUPERÄ JA KESTÄVYYS

Perinteisten viinialueiden rinnalle nousee uusia lajikkeita ja kasvupaikkoja. Piemonten Nascetta on herätetty henkiin ja Bourgognessa Chardonnayn rinnalle nousee Aligoté. Vulkaaniset maaperät, kuten Sisilia ja Etnan seutu, kiinnostavat yhä enemmän.

LUONNOLLISUUS JA VASTUULLISUUS OHJAAVAT VALINTOJA

Sosiaalinen- ja ympäristövastuu näkyvät tuotannossa ja pakkauksissa: kevyemmät pullot, pahvipullot ja uusiutuvat materiaalit yleistyvät. Luomu, biodynaamisuus ja naturalisuus määrittävät yhä useamman viinitalon identiteettiä.



JUOMAT

KOFEIINITON KAHVI

Kofeiinittomien kahvien suosio kasvaa hyvinvointia ja tasapainoa korostavien trendien myötä. Yhä useampi valitsee kofeiinittoman kahvin erityisesti iltaisin tai aterian jälkeen. Maku säilyy tutun miellyttävänä, mutta vaikutus on lempeämpi. Laadukas kofeiiniton kahvi kertoo ravintolan huomaavaisuudesta ja trendien seuraamisesta. Se ei ole kompromissi, vaan harkittu ja tyylikäs valinta.

TEE-POHJAISET JUOMAT

Tee on nousussa juomamaailman seuraavaksi suureksi trendiksi. Raikkaus, luonnollisuus ja hyvinvointi yhdistyvät uusissa muodoissa: sparkling tea tuo kuplivaa eleganssia, bubble tea houkuttelee nuoria makuyhdistelmillä ja hard tea yhdistää jääteiden ja kevyen alkoholijuoman trendit.

VITAMIINIVEDET JA FUNKTIONAALISET JUOMAT KEHITTYVÄT

Vitamiinivesien valikoima laajenee ja markkinoille tulee uusia toimijoita. Funktionaalisuus ja hyvinvointia tukevat ainesosat linkittyvät yhä useammin myös juomiin, jotka jatkavat nousuaan ja saavat lisää valmistajia Suomeen. Vitamiinivedet ja funktionaaliset juomat kannattaa nostaa valikoimiin, liiketoimintamallista riippumatta – baareihin, kahviloihin, lounaalle sekä iltaravintoloihin.





TUNNELMA

KAIKKI AISTIT MUKAAN

Hyvä ravintola ei ole vain visuaalisesti kaunis, vaan kokonaisvaltainen kokemus, joka koskettaa kaikkia aisteja. Pehmeä akustiikka, lämmin valaistus ja luonnonmateriaalit luovat rauhoittavan ympäristön. Tuoksu kertoo keittiön tarinaa jo ennen ensimmäistä suupalaa, ja mukava tuoli kutsuu viipymään.

TUNNELMA ALKAA ENNEN SAAPUMISTA

Hyvä kokemus käynnistyy jo verkossa. Löydettävyyys, sujuva varausprosessi ja henkilökohtainen viestintä luovat ensivaikutelman. Kun asiakas saapuu, lämmin tervehdys, valmiiksi katettu pöytä ja huomioiva palvelu vahvistavat tunnetta siitä, että häntä on odotettu. Estetiikka on myös palvelun muotoilua – miltä tuntuu tulla ja palata takaisin.

ELÄMYS, JOTA EI VOI TOISTAA KOTONA

Ihmiset etsivät tunnelmia ja hetkiä, jotka erottavat ravintolan arjesta. Avoin keittiö, jossa kokki viimeistelee annoksen asiakkaan edessä, tai valaistus, joka houkuttelee viipymään, tuovat kokemukseen taikaa ja läsnäoloa.

EMPATIA JA SUJUVUUS LUOVAT KAUNEUTTA

Kauneus näkyy arjen toimivuudessa. Esteetön kulku, selkeä opastus ja huomioiva palvelu tekevät kokemuksesta helpon ja rauhallisen. Kun keittiö ja sali toimivat saumattomasti, asiakas ei huomaa kiirettä vaan hyvän tunnelman.

JAETTAVIEN ANNOSTEN LISÄKSI KIPOT JA KUPIT OVAT OSA ELÄMYSÄ

Jaettavuus lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta ja rentoutta. Jaettavien annosten lisäksi listoille on noussut erilaiset lisukkeet, joilla annosta voi tuunata haluamallaan tavalla. Pihvi myydään pihvinä ja asiakas valitsee haluamansa kastikkeet sekä lisukkeet. Tämä lisää valinnan vapautta ja kannattavuutta samaa aikaa.

Annokset voidaan myös koota useampaan astiaan kuten pääraaka-aine vadilla tai lautasella, kastike omassa kannussaan ja lisukkeet vielä omissa kipoissaan.

HYVINVOIVA HENKILÖKUNTA LUO ILMAPIIRIN

Ergonominen, toimiva ja kaunis työympäristö tekee työstä mielekkäämpää. Kun henkilökunnalla on hyvä olla, se näkyy hymyinä ja välittämisenä. Ilo tarttuu ja onnellinen tekijä luo onnellisen tunnelman.

