

Ulos syömiseen

**-RUOKASTRATEGIA
2026**

KESPRO

SISÄLLYS

ESIPUHE	04
----------------	----

JOHDANTO

Miksi Suomelle tarvitaan ravintolakeskeinen ruokastrategia	06
--	----

Työryhmä	10
----------	----

VISIO	12
--------------	----

KUUSI ASKELTA KOHTI ELINVOIMAISTA RAVINTOLAKULTTUURIA	16
--	----

1. Ravintolat ovat kulttuuria	18
-------------------------------	----

2. Ravintolat ovat elinvoiman etulinjaa	22
---	----

3. Ravintolat ovat osa Suomen vetovoimaa	26
--	----

4. Vastuullisuus kuuluu jokaiseen kokemukseen	30
---	----

5. Ravintola-ala tarvitsee vahvemman työnantajamielikuvan	34
---	----

6. Yhteistyö on toimialan tärkein raaka-aine	38
--	----

LOPPUSANAT

Tehdään yhdessä Suomesta ulkona syömisen maa	44
--	----

Kespron rooli ruokastrategiassa	46
---------------------------------	----



ESIPUHE

Meillä Suomessa on valtava määrä taitoja ja perinteitä, joihin ruokakulttuurimme on pitkään nojannut. Omaleimaista tekemistä, luonnon syklisyyden ymmärtämistä ja luovia ruoanlaiton tapoja, jotka ovat syntyneet eri aikakausien ja saatavilla olevien raaka-aineiden pohjalta. Ne ovat vahvuuksia, joita meidän täytyy vaalia ja tehdä rohkeasti näkyväksi jatkossakin.

Ravintolat eivät kuitenkaan ole vain ruokaa.

Ne ovat myös työpaikkoja ja turvasatamia, tiloja kohtaamisille ja uuden kokeilulle. Ravintolat houkuttelevat matkailijoita Suomeen ja rakentavat ympärilleen paikallista hyvinvointia sekä elinvoimaa. Kun ravintolasektori voi hyvin, näkyy sen vaikutus koko yhteiskunnassa. Ala jää kuitenkin usein juuri niiden keskustelujen ulkopuolelle, jotka vaikuttavat sen toimintaedellytyksiin, kasvuun ja kannattavuuteen.

Näistä lähtökohdista syntyi ajatus Ulos syömään -ruokastrategiasta. Ravintoloiden oma ruokastrategia täydentää juuri julkaistua kansallista ruokastrategiaa, joka tarkastelee pääasiassa ruokajärjestelmämme rakenteita ja alkutuotantoa. Yhdessä ravintoloitsijoiden, kuluttajien ja päättäjiä kanssa rakennettu Ulos syömään -ruokastrategia ottaa toisenlaisen lähestymisen: keskitymme siihen, mitä kaikkea hyvää voikaan tapahtua, kun ruoka muuttuu elämyksiksi ja kohtaamisiksi.

Jos siis ajattelemme ruokaa ensisijaisesti ravintoloiden näkökulmasta, miltä näyttää suomalainen ruokakulttuuri vuonna 2030?

Kespron puolelta ravintoloiden ruokastrategian ytimessä on yksinkertainen ajatus: ravintolat ovat yksi maamme elinvoiman kulmakivistä. Tukkurina näemme läheltä, millaisessa murroksessa ala elää ja millaisia haasteita ravintolat arjessa kohtaavat. Samalla näemme valtavan määrän intohimoa, sitkeyttä ja ideoita, jotka ansaitsevat tulla kuulluksi. Strategian tehtävänä on tuoda ravintola-alan ääni mukaan niihin pöytiin, joissa sen tulevaisuutta suunnitellaan.

Kiitos kaikille, jotka ovat olleet mukana työssä – erityisesti alan tekijöille, jotka joka päivä rakentavat suurella intohimolla maamme ruokakulttuurin tulevaisuutta.

Nyt on aika siirtyä sanoista tekoihin. Meillä on yhteinen suunta, mutta toteutus syntyy arjessa, päätöksissä ja yhteistyössä. Kun ravintoloiden toimintaedellytykset ovat kunnossa ja ulkona syöminen on houkuttelevaa ja saavutettavaa, koko ruokaketju voi hyvin.

Tehdään Suomesta maa, jossa ulkona syöminen on osa hyvää arkea, elinvoimaa ja kulttuuria.

Mika Halmesmäki

Mika Halmesmäki

MIKSI SUOMELLE TARVITAAN RAVINTOLAKESKEINEN RUOKASTRATEGIA?

Miten kuvailisit suomalaista ruokakulttuuria vuonna 2026? Vastaus liittyy todennäköisesti paitsi ruokaan ravintoaineena, myös sen valmistamisen, kokemisen, jakamisen ja nauttimisen tapoihin.

Suomalainen ravintola- ja ruokailukulttuuri on nuori verrattuna moniin muihin Euroopan maihin. Vielä muutama vuosikymmen sitten ulkona syöminen oli harvinaista ja liittyi lähinnä juhlahetkiin, työpaikkaruokailuun tai satunnaisiin matkakokemuksiin. Arkinen ravintolakulttuuri alkoi vahvistua vasta 1980- ja 1990-luvuilla, kun lounasravintolat yleistyivät ja kaupunkeihin perustettiin uusia ruokapaikkoja. Lisääntyvä kansainvälisyys, matkailu ja tv-ohjelmat toivat mukanaan inspiraatiota maailmalta. Siinä missä monissa kulttuureissa itse ruokailuhetki on oleellinen osa kansallista identiteettiä ja maakuvaa, suomalaisen ruokailukulttuurin oma identiteetti on vasta muotoutumassa.

Ravintolat eivät kuitenkaan ole vain paikkoja, joissa käydään tankkaamassa ruokaa tai juomaa. Ne ovat avainroolissa rakentamassa kuvaa Suomesta kulttuurina niin suomalaisille itselleen kuin ulospäin maailmalle. Ravintolat ovat osa

kansainvälistä matkailua ja kaupunkien elinvoimaa, ja samalla ne ovat pienten paikkakuntien yhteisöllisiä sydämiä. Tämä tekee niistä erityisen merkityksellisiä kulttuurisia ja taloudellisia moottoreita.

Juuri nyt ravintola-ala elää muun maailman mukana epävarmoja aikoja. Kustannukset nousevat, kuluttajien ostovoima on koetuksella ja työvoimapula painaa alan yrittäjiä. Moni ravintola joutuu taistelemaan olemassaolostaan, vaikka sektorin merkitys yhteiskunnalle ja kulttuurille on kiistaton.

Muutoksessa piilee aina mahdollisuuksia. Ravintola-alalla tarvitaan jatkuvaa innostusta tehdä toisin, perinteiden kunnioittavaa päivittämistä ja uteliaisuutta uuteen. Monella tapaa muutos onkin alan ytimeen kirjattu pysyvä periaate. Uskomme, että suomalaisesta ravintola- ja ruokakulttuurista syntyy tulevaisuudessa uskomattomia menestystarinoita, joista hyöttyy koko yhteiskunta. Niiden toteutuminen vaatii kuitenkin eri toimijoiden välistä yhteistyötä.

Ulos syömään -ruokastrategia kokoaa ravintola-alan ammattilaiset, päättäjät ja asiakkaat yhteisen vision ja suunnan äärelle: tehdään Suomesta maailmanluokan ruokamaa ja ravintoloista näkyvämpi osa suomalaista hyvinvointia.

STRATEGIA ON KOOTTU LAAJASSA YHTEISTYÖSSÄ



- » Kespron kokoama Intohimotyöryhmä on tuonut yhteen ravintoloitsijoita, kokkeja, koulutustahojen edustajia, ravintola-alan vaikuttajia ja Suomen maakuvan edistäjiä keskustelemaan foodservice-alan tulevaisuudesta ja kehitystarpeista työpajoissa ja yhteisissä tapaamisissa.
- » Alueelliset Intohimoa pöytään -tilaisuudet Eduskuntatalon edustalla sekä Turussa, Porissa, Kuopiossa ja Oulussa kokosivat yhteen paikallisia ravintoloitsijoita ja kuntapäättäjiä keskustelemaan alueiden erityistarpeista ja ravintoloiden roolista osana elinvoimaista kaupunkikulttuuria. Tilaisuudet järjestettiin joulukuun 2024 ja syksyn 2025 välisenä aikana.
- » Kespro ja Intohimotyöryhmä toteuttivat keväällä 2025 valtakunnallisen “Ulos syömään” -selvityksen, joka kartoitti suomalaisten näkemyksiä Suomen ravintolakentästä, sen tarjonnasta ja kehitystarpeista. Tutkimus tarjosi arvokasta tietoa kuluttajien toiveista ja odotuksista.
- » Intohimonyt.fi-alustan kautta on kerätty loppuvuodesta 2024 alkaen palautteita ja alan kehitykseen liittyviä toiveita niin kuluttajilta kuin alan toimijoilta, ja palautteita on käytetty strategiatyön pohjakeskustelujen materiaalina.

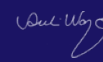
Ulos syömään

-RUOKASTRATEGIAN TYÖRYHMÄ

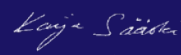
PÄÄTTÄJÄT:


Outi Alanko-Kahiluoto,
Helsingin kaupunginvaltuutettu (vihr.)


Minka Leino-Holm, Porin
kaupunginvaltuutettu (vihr.)


Anneli Näppä, Oulun
kaupunginvaltuutettu (kesk.)


Mimmi Ruusunen,
Turun kaupunginvaltuutettu, (kesk.)


Kaija Sääski, Kuopion
kaupunginvaltuutettu (kok.)


Mikko Viitanen, Oulun
kaupunginvaltuutettu (vas.)


Esa Kohtamäki,
toimialajohtaja, sivistystoimiala


Jarmo Husso, Oulun kaupungin
hallituksen puheenjohtaja (kok.)


Anssi Salmi,
Porin kaupunginvaltuutettu, (ps.)


Tuula Ala-Aho, Oulun
kaupunginvaltuutettu (sd.)

RAVINTOLOITSIJAT & TYÖRYHMÄLÄISET


Tero Mäntykangas,
Lapland Hotels


Pekka Paurola, 1bar Oy


Juho Rissanen,
Vararengasravintolat Oy


Laura Styyra, Kuurna,
viinibaari Klaava


Risto Karmavuo, Haaga-Helia


Kari Kankkunen, Karikkan Oy


Laura Apukka, Pompier

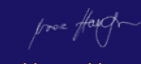

Anikó Lehtinen, Laurea


Johan Lindell, Ravintolaelämää
Consulting Oy


Pekka Terävä, Olo Collection


Terhi Hook, Visit Finland


Kirsikka Larkiala, Ravintolaelämää
Consulting Oy


Noora Hautakangas, Relove


Ulla Liukkonen, keittiöpäällikkö


Timo Linnamäki, Finnjävel


Ali Toppinen, Seksico Tacos


Harri Viikuna, Porisphere


Jussi Laakso, Messukeskuksen
ravintolat, Noho


Risto Karjalainen, A.Ahlström


Johanna Rönkkö, Oiva


Teresa Välimäki, kokki

VISIO

Ulos syömään -ruokastrategian tavoite on yksinkertainen mutta kunnianhimoinen: tehdä ulkona syömisestä houkuttelevampi, helpompi ja saavutettavampi osa suomalaista arkea.

Samalla strategia pyrkii tarjoilemaan eväitä siihen, miten kotimaiselle ravintola-alalle varmistetaan tulevaisuudessa paremmat kasvu- ja toimintaedellytykset. Visiona on nostaa suomalainen ravintolakulttuuri omaleimaiseksi ja erottuvaksi osaksi kansallista identiteettiä ja matkailun vetovoimaa.



*Ulos
syömään* ▶



KUUSI ASKELTA

KOHTI ELINVOIMAISTA RAVINTOLAKULTTUURIA

Ulos syömään -ruokastrategia rakentuu kuuden teesin ympärille. Ne kuvaavat keskeisiä näkökulmia, joiden vahvistaminen edistää suomalaisen ravintolakulttuurin elinvoimaa, monipuolisuutta ja arvostusta yhteiskunnassa.

Teesit ohjaavat alaa ja sen sidosryhmiä tunnistamaan ne tekijät ja toimenpiteet, jotka ovat välttämättömiä kehitykselle.



Ravintolat ovat kulttuuria.

Ravintolat ovat osa suomalaista yhteisöllisyyttä, identiteettiä ja arjen hyvinvointia. Ne ovat näyttäjä, joissa syntyy kokemuksia, kohtaamisia ja yhteisiä muistoja. Niitä tulee vaalia kansallisena kulttuuriperimänä ja tukea jatkuvasti kehittyvänä kulttuuripääomana.

Ravintolat ovat elinvoiman etulinjaa.

Ala luo työtä, yrittäjyyttä, veroeuroja, palveluita ja paikallista vetovoimaa. Kun ravintolat voivat hyvin, myös niiden ympärille levittyvät alueet elinvoimaistuvat. Kannattavuus ja terve liiketoimintaympäristö ovat edellytys sille, että ulkona syöminen voi olla osa kaikkien arkea eikä vain harvinainen ja yhä harveneva ylellisyys.

Ravintolat ovat osa Suomen vetovoimaa.

Suomi tunnetaan puhtaasta luonnosta ja laadukkaista raaka-aineista, mutta ruokamatkailun potentiaalia ei ole vielä täysimääräisesti lunastettu. Ravintoloista tulee tehdä olennainen osa Suomi-brändiä, joka houkuttelee matkailijoita tänne syömään, viihtymään ja palaamaan uudestaan.

Vastuullisuus kuuluu jokaiseen kokemukseen.

Ravintolat ovat osa yhteiskuntaa ja ruokaketjua, jossa ruokahävikin vähentäminen, kiertotalouden käytännöt ja jatkuva työ ekosysteemin hyvinvoinnin eteen muodostaa pohjan terveelle kasvulle. Vastuullisuutta ja kestävämpää

ruokajärjestelmää tulee vahvistaa pitkäjänteisesti osana ravintola-alan kehitystä sekä asiakas- ja työntekijäkokemusta.

Ravintola-ala tarvitsee vahvemman työnantajamielikuvan.

Ravintola-alalla riittää mielenkiintoisia ja monipuolisia urapolkuja, ja se tarvitsee motivoituneita ja osaavia ihmisiä. Työolosuhteita, palkkausta ja johtamiskäytäntöjä on kehitettävä niin, että ravintola-ala näyttäytyy jatkossa entistä houkuttelevampana uravaihtoehtona. Kun ihmiset voivat hyvin työssään, asiakkaatkin saavat parempia kokemuksia ja toimiala voi kehittyä ja kasvaa.

Yhteistyö on toimialan tärkein raaka-aine.

Ravintolat toimivat osana ekosysteemiä, johon kuuluvat tuottajat, tukkutoimijat, päättäjät ja asiakkaat. Kukaan ei menesty yksin. Vain aiempaa yhtenäisemmällä äänellä ala voi kehittyä, vaikuttaa päätöksentekoon ja rakentaa uskottavan toimialabrändin, joka saa koko yhteiskunnan ymmärtämään ravintoloiden merkityksen.

Nämä kuusi teesiä muodostavat perustan, joiden päälle rakennettavien toimenpiteiden avulla suomalainen ravintolakulttuuri voi kasvaa. Teesit näyttävät suuntaa ja ovat kutsu toimintaan. Seuraavassa osiossa avataan kutakin teesiä pidemmin ja esitetään niille tarkempia tavoitteita ja esimerkkitoimenpiteitä.

1

RAVINTOLAT OVAT kulttuuria

Ravintolat eivät ole vain ruokaa. Ne ovat sosiaalisia ympäristöjä, joissa syntyy tarinoita, kokemuksia ja yhteisöllisyyttä, jotka jäävät elämään. Suomalaisessa yhteiskunnassa ravintolaelämysten merkitys ei ole kuitenkaan noussut yhtä näkyvään arvoon kuin monessa muussa maassa: Italiassa ne toimivat kodin jatkeena, kun perheet kokoontuvat yhdessä ulos syömään. Kööpenhaminassa ravintolat rytmittävät kaupunkielämää ja vetävät puoleensa sekä paikallisia että matkailijoita. Ranskassa ravintolakulttuuri on merkittävä osa kansallista identiteettiä. Suomessa ulkona syöminen nähdään kuitenkin yhä usein erityistilanteena, vaikka sen arkipäiväistymiselle olisi kaikki edellytykset.

Ravintolakulttuurin perusta rakentuu jo varhain arjen ruokapöydissä. Lapsuuden ja nuoruuden yhteiset ruokailuhetket – hyvä ruoka, yhdessäolo ja

vieraanvaraisuus – luovat pohjaa sille, minkälainen kulttuuri ruoan ympärille rakentuu. Syntyvät mieltymykset ja tottumukset määrittävät sen, kuinka merkittäväksi osaksi arkeamme koemme ruoan, sen valmistuksen ja sen ympärille muotoutuvat kokemukset.

Strategiatyön aikana on noussut vahvasti esiin tarve yhteiselle, kansalliselle kertomukselle suomalaisesta ravintolakulttuurista. Tarvitsemme tarinan, joka yhdistää maamme omaleimaiset ruokaperinteet ja kädentaidot kaupunkien eläväisiin ravintolaympäristöihin, ja tunnistaa ravintolat ja ruokailun Suomelle tärkeänä kulttuurin muotona. Tämä tarina on kerrottava kasvatuksessa, oppilaitoksissa, matkailumarkkinoinnissa ja mediassa, jotta jokainen suomalainen osaisi vastata kysymykseen: mitä on suomalainen ruokakulttuuri ja mitä se merkitsee?

ULOS SYÖMÄÄN -TUTKIMUS KERTOO

- » Vain kolmannes suomalaisista käy ravintolassa perheen tai läheisten kanssa kuukausittain.
- » Ravintolassa käynnin päämotiivit ovat hemmottelu (49 %), yhdessäolo (45 %) ja makuelämykset (40 %).
- » Unelmien ravintolakokemus rakentuu rauhallisesta tunnelmasta, hyvästä seurasta, maistuvasta ruoasta ja ystävällisestä palvelusta.

*Tulokset perustuvat vuonna 2025 toteutettuun valtakunnalliseen Ulos syömään -tutkimukseen (K-ryhmä, n=1219).

TAVOITE 2030:

- 1.** Ravintoloiden kulttuurinen merkitys Suomessa tunnistetaan. *Ulkona syöminen nähdään luontevana osana arkea ja ravintolat ympäristöinä, jotka vahvistavat yhteisöllisyyttä, tukevat hyvinvointia ja luovat kulttuurisia kokemuksia.*
- 2.** Vuoteen 2030 mennessä jokaisella on valmius kuvata suomalaisen ruokakulttuurin keskeiset piirteet ja ymmärtää, miksi niiden vaaliminen osana Suomen kulttuuriperintöä on merkityksellistä.

TOIMENPITEET

- » Muodostetaan yhteinen näkemys suomalaisen ravintola- ja ruokakulttuurin tarinasta, arvoista ja tulevaisuuden suunnasta.
- » Varmistetaan, että ravintoloiden rooli kohtaamispaikkoina ja yhteisöllisyyden vahvistajina näkyy ja vahvistuu kouluissa, työpaikoilla, yhteisöissä, mediassa ja kodeissa.
- » Kehitetään eri toimijoiden kanssa yhteistyössä kampanjointia, joka kertoo suomalaisen ruokakulttuurin tarinaa ja madaltaa kynnystä osallistua siihen arjessa.
- » Nostetaan ravintolat näkyvästi osaksi kansallista identiteettiä esimerkiksi tapahtumissa, oppimis- ja koulutusmateriaaleissa, kaupunkisuunnittelussa ja kansallisessa viestinnässä.

“Ravintolat tarjoavat tilan kohtaamiselle.

Syöminen yhdessä vahvistaa yhteenkuuluvuutta ja on keino osoittaa rakkautta ja vieraanvaraisuutta. Hyvä ruoka ja saman pöydän ääressä jaetut kokemukset – niin arjessa kuin juhlassa, auttavat ymmärtämään maailmaa ja toisia ihmisiä. Ravintolat yhdistävät, eivät erottele!”

Laura Apukka, ravintoloitsija, Pompier

“Ruoka nähdään ravintona, mutta yhdessä syömisestä merkityksellisyyttä ei nähdä yhtä olennaisena osana kokonaisuutta.

Ravintolat ovat yhteisöllisyyttä parhaimmillaan. Mikään ei yhdistä ihmisiä yhtä tehokkaasti, kuin yhdessä syöminen.

On hyvä muistaa, että kun puhumme yhdessä syömisestä merkityksellisyydestä, puhumme iltapainotteisten ravintoloiden lisäksi työpaikkaruokaloista, huoltoaseman kahviloista, senioritalojen yhteisistä ruokahetkistä sekä päiväkotien pienistä ruokapöydistä.”

Laura Styyra, ravintoloitsija, Kuurna

2

RAVINTOLAT OVAT *elinvoiman etulinjaa*

Kun ravintolat voivat hyvin, myös kaupungit ja kylät kukoistavat. Ne tuovat elämää katukuvaan, houkuttelevat matkailijoita, luovat työpaikkoja ja synnyttävät elinvoimaa, joka ulottuu kauas yksittäisen liiketilan seinien ulkopuolelle. Siksi ravintolatoiminnan kannattavuus ei ole vain yrittäjien asia, vaan koko yhteiskunnan yhteinen etu.

Alan asiantuntijoiden mukaan ravintoloiden toimintaedellytyksiä pitäisi vahvistaa nykyistä konkreettisemmin. Verotusta ja sääntelyä tulee tarkastella ravintola-alan luomien hyötyjen näkökulmasta, ja myös kaavoituksessa sekä

kaupunkien tilaratkaisuissa tulisi huomioida paremmin ravintoloiden tarpeet. Yhdeksi suureksi kehitystoimeksi on nostettu ravintoloissa nautitun alkoholin ja ruoan arvonnäkökulman laskeminen, joka parantaisi sekä asiakkaiden ostovoimaa että yritysten kannattavuutta.

Moni pitää ongelmallisena myös sitä, että ravintola-ala sijoittuu hallinnollisesti sosiaali- ja terveysministeriön alle. Alaa toivottaisiin kohdeltavan ensisijaisesti elinkeinona – ja siksi sen luonnollisena kotina nähtäisiin esimerkiksi työ- ja elinkeinoministeriö.

ULOS SYÖMÄÄN -TUTKIMUS KERTOO

- » Kaksi kolmesta suomalaisesta pitää ravintoloita tärkeänä osana paikallista yhteisöä.
- » Suurin este paikallisten ravintoloiden käytölle on hinta – 61 % nostaa sen suurimmaksi kynnykseksi käydä useammin.
- » Ravintolat koetaan paikoiksi, jotka lisäävät alueen vetovoimaa ja luovat identiteettiä.

*Tulokset perustuvat vuonna 2025 toteutettuun valtakunnalliseen Ulos syömään -tutkimukseen (K-ryhmä, n=1219).

TAVOITE 2030:

- 1.** Vuoteen 2030 mennessä ravintolat ovat selkeästi tunnistettu osa kaupunkien ja kuntien elinvoimaa. *Sen myötä ravintoloiden rooli alueellisen identiteetin ja yhteisöllisyyden vahvistajana huomioidaan kaupunkisuunnittelussa ja päätöksenteossa.*
- 2.** Ravintolat nähdään toimintana, jota kaupunki haluaa aktiivisesti tukea: *ne houkuttelevat asukkaita ja matkailijoita sekä luovat työpaikkoja ja paikallista vetovoimaa. Samalla ne toimivat helposti saavutettavina arjen kohtaamispaikkoina.*

TOIMENPITEET

- » Ravintola-alan merkitys kaupunkien ja kuntien elinvoiman ja alueellisen vetovoiman rakentajana on otettava nykyistä vahvemmin huomioon kaavoituksessa, suunnittelussa ja elinkeinopoliittisessa päätöksenteossa.
- » Ravintoloiden kannattavuutta ja asiakkaiden ostovoimaa on parannettava laskemalla alkoholin ja ruoan arvonlisäveroprosenttia.
- » Ravintolatoimintaan liittyvät luvitukset ja hallinnolliset prosessit on tehtävä hakijoille selkeiksi, ketteriksi ja ennakoitaviksi, jotta kaikenkokoisten ravintoloiden perustaminen ja toiminnan kehittäminen sujuvoituu.
- » Kuntien ja kaupunkien tulee pyrkiä tukemaan ravintoloita aktiivisesti esimerkiksi tapahtumien ja muiden paikallisten ratkaisujen avulla ja samalla vahvistaa ravintoloiden kautta alueen identiteettiä.

***Ravintola-alan ja päättäjien
hyvä yhteistyö ruokkii ravintola-
alan elinvoimaa ja suomalaisen
ruokakulttuurin menestystä.
Kukoistavat ravintolat ovat koko
Suomen etu.***

*Outi Alanko-Kahiluoto, Helsingin
kaupunginvaltuutettu*

3

RAVINTOLAT OVAT OSA

Suomen vetovoimaa

Ruokamatkailu kasvaa maailmalla vauhdilla: yhä useampi matkailija valitsee kohteensa myös ravintoloiden, ei vain nähtävyyksien perusteella. Suomessa potentiaali on edelleen osin hyödyntämättä, vaikka täällä on poikkeuksellisen puhtaat raaka-aineet, omaleimainen ruokakulttuuri ja myös kansainvälisesti noteerattu joukko huippuravintoloita.

Ravintoloitsijat toivovat rohkeampaa panostusta ruokamatkailun brändämiseen. Konkreettisia ehdotuksia ovat

kansainväliset kampanjat, jotka nostaisivat esiin Suomen parhaat ravintolat ja ruokakohteet, sekä selkeä englanninkielinen materiaali, joka helpottaa ulkomaisten matkailijoiden ravintolavalintoja. Myös paikalliset ruokafestivaalit ja street food -tapahtumat voisivat vahvistaa alueiden vetovoimaa.

Ravintoloista tulee matkailun vetonauloja silloin, kun ne ovat helposti löydettävissä, kaikille lähestyttäviä ja tarinaltaan houkuttelevia.

ULOS SYÖMÄÄN -TUTKIMUS KERTOO

- » Italialainen (51 %), kiinalainen (37%) ja japanilainen (27 %) keittiö ovat suomalaisten suosikkeja kansainvälisistä vaihtoehdoista.
- » Viidesosa suomalaisista kokee, että oman alueen ravintolatarjonnassa on puutteita, etenkin monipuolisuuden ja erikoisruokavalioiden suhteen.
- » Ravintolat ovat keskeinen osa matkakokemusta – jo suunnittelu- vaiheessa monelle matkailijalle on tärkeää tietää, missä syödään.

*Tulokset perustuvat vuonna 2025 toteutettuun valtakunnalliseen Ulos syömään -tutkimukseen (K-ryhmä, n=1219).

TAVOITE 2030:

- 1.** Suomalainen ruokakulttuuri ja ravintolat ovat selkeä osa maan vetovoimaa ja maabrändiä, ja Suomi tunnistetaan kotimaassa ja kansainvälisesti kiinnostavana ruokakohteena.
- 2.** Suomen saavutettava, monipuolinen ja houkutteleva ravintolakenttä lisää Suomen matkakohteiden vetovoimaa eri puolilla maata ja osaltaan pidentää Suomessa vierailevien matkojen kestoa.

TOIMENPITEET

- » Luodaan kansainvälisesti kiinnostavia kampanjoita sekä kaikkien hyödynnettävissä olevaa englanninkielistä viestintämateriaalia, joiden avulla esitellään Suomen laajaa ravintolatarjontaa, monipuolisia ruokakohteita ja alueellisia ruokatarinoita.
- » Matkailu-, ravintola- ja elinkeinotoimijoiden on tehtävä tiivistä yhteistyötä Suomen maakuvan ja ruokamatkailun kehittämiseksi. Kunnat ja kaupungit sitoutuvat tukemaan ruokafestivaaleja, street food -tapahtumia ja muita paikallisia aktiviteetteja, jotka lisäävät maan vetovoimaa ja ravintoloiden näkyvyyttä.
- » Ravintoloiden on oltava helposti löydettävissä verkossa sekä tarjottava matkailijoille selkeät englanninkieliset menut ja sujuvat verkkovarausmahdollisuudet.

Ravintolat ovat osa Suomen vetovoimaa koska raaka-aineet, luonto ja tarinat ovat mystisiä. Rouheus ja karuus kylvää raaka-aineille makua ja sisua tulla voimakkaammiksi, aidosti!”

*Tero Mäntykangas, ravintoloitsija,
Lapland Hotels*

4

Vastuullisuus KUULUU JOKAISEEN KOKEMUKSEEN

Ravintolat ovat osa yhteiskuntaa ja ruokaketjua, jossa ruokahävikin vähentäminen, kiertotalouden käytännöt ja jatkuva työ ekosysteemin hyvinvoinnin eteen muodostavat pohjan terveelle kasvulle.

Vastuullisuuden tulee olla yhtä luonteva osa ravintolakokemusta kuin ruoan. Kuluttajat odottavat, että ravintola huomioi ympäristön, henkilöstön hyvinvoinnin ja eettiset toimintatavat niin asiakaskokemuksessa kuin keittiön arjessa. Vastuullisuutta ja kestävämpää

ruokajärjestelmää tulee vahvistaa pitkäjänteisesti osana ravintola-alan kehitystä sekä asiakas- ja työntekijäkokemusta.

Ravintoloiden ja alan toimijoiden on otettava käyttöön konkreettisia toimenpiteitä, kuten hävikin vähentämistä ja panostuksia henkilöstön hyvinvointiin, ja viestittävä kehityksestä läpinäkyvästi. Erityisesti kaivataan selkeämpää viestintää siitä, mitä vastuullisuus tarkoittaa käytännössä ja miten se näkyy asiakkaalle silloin, kun hän istuu ravintolan pöytään.

ULOS SYÖMÄÄN -TUTKIMUS KERTOO

- » Suurin osa suomalaisista olisi valmis maksamaan enemmän suomalaisista raaka-aineista valmistetusta ruoasta, mutta vain 35 % kokee, että alkuperä viestitään ravintoloissa hyvin.
- » Asiakkaiden mielestä konkreettiset vastuullisuusteot – kuten hävikin vähentäminen ja kasvisvaihtoehtojen lisääminen – painavat enemmän kuin yleiset sloganit.

**Tulokset perustuvat vuonna 2025 toteutettuun valtakunnalliseen Ulos syömään -tutkimukseen (K-ryhmä, n=1219).*

TAVOITE 2030:

- 1.** Suomalainen ravintola-ala tukee, kokeilee ja ottaa käyttöön kestävästä kasvusta ekologisesta ja sosiaalisesta näkökulmasta vauhdittavia toimintatapoja. *Alan vastuullisuuskehityksestä viestitään aktiivisesti ja läpinäkyvästi.*
- 2.** Suomalaiseen ruoka- ja ravintolakulttuuriin kuuluvat jatkossakin puhtaat, korkealuokkaiset ja vastuulliset raaka-aineet, joita kuluttajat osaavat myös vaatia.
- 3.** Samalla ne toimivat helposti saavutettavina arjen kohtaamispaikkoina.

TOIMENPITEET

- » Ravintola huomioi ympäristön, henkilöstön hyvinvoinnin ja eettiset toimintatavat niin asiakaskokemuksessa kuin keittiön arjessa.
- » Suomalaisen ruoka- ja ravintoketjun kestävä kehityksen eteen tehdään alan toimijoiden yhteisiä toimenpiteitä, joissa pohjamateriaalina toimivat esimerkiksi YK:n kestävä kehityksen tavoitteet, WWF:n ruokaoppaat tai Maa- ja metsätalousministeriön Kansallinen ruokastrategia.
- » Ruoan alkuperästä viestitään ravintola-asiakkaille selvästi ja näkyvästi kaikissa niissä hetkissä, joissa kulutusvalinnat tehdään.

“Yhteinen ruokailu on yksi vahvimista tavoista rakentaa yhteisöllisyyttä. Ruoka kokoaa ihmiset yhteen tavalla, johon harva muu asia pystyy – ja juuri nyt, kun yksilökeskeisyys ja yksinäisyys lisääntyvät, tarvitsemme tätä enemmän kuin koskaan.

Rajaton materiaalisesta kasvun tavoittelusta ei ole kestävä. Tulevaisuuden hyvinvointi rakentuu elämystaloudesta – kokemuksista, kohtaamisista ja kulttuurista. Tässä kokonaisuudessa myös ravintola-ala on avainasemassa: se luo elinvoimaa, tarjoaa elämyksiä ja vahvistaa yhteisöllistä kaupunkikulttuuria.

Ravintoloilla on lisäksi tärkeä rooli lähiruoan ja kotimaisen ruoantuotannon arvostuksen vahvistajina, mikä tukee sekä paikallista taloutta että kestävä ruokajärjestelmän rakentamista.”

*Mimmi Ruusunen,
Turun kaupunginvaltuutettu*

5

RAVINTOLA-ALA TARVITSEE VAHVEMMAN *työnantaja- mielikuvan*

Ravintola-ala on viime vuosina kamppailut heikentyvän työnantajamielikuvan kanssa. Moni ammattilainen harkitsee uranvaihtoa kuormittavien työolosuhteiden ja heikon palkkauksen vuoksi. Nuorten halukkuus kouluttautua alalle on laskussa, vaikka ala tarjoaisi monipuolisia mahdollisuuksia nopeaan urakehitykseen ja kansainväliinkin urapolkuihin.

Alan työnantajamielikuvaa on pyrittävä rakentamaan entistä systemaattisemmin. Huomiota on kiinnitettävä paitsi palkkaukseen ja työehtoihin myös esihenkilötyön ja työympäristön kehittämiseen. Alan houkuttelevuutta on korostettava tuomalla sen todelliset vahvuudet esiin: mahdollisuus edetä nopeasti, saada vastuuta, nähdä konkreettisesti oma

työnjälki, kohdata asiakkaita ja olla osa yhteisöä, jonka jokaisen jäsenen työ hitautuu saumattomasti yhteen. Samalla on tärkeää osoittaa, että alalla opitut tiimi-, asiakaspalvelu- ja johtamistaidot ovat arvokasta kokemusta muillakin toimialoilla.

Keskeistä on myös alan koulutuksen arvostuksen vahvistaminen. Laadukas koulutus luo ammattiylpeyttä, joka heijastuu Suomen ravintolakentän tasoon, asiakaskokemukseen ja koko alan vetovoimaan. Kun koulutuksen merkitys tehdään näkyväksi, ymmärretään entistä paremmin, että ravintola-ala on monipuolista osaamista vaativa ja jatkuvasti kehittyvä ammattikenttä. Tämä vahvistaa toimialan mainetta ja tukee sen muita kehittämistavoitteita.

ULOS SYÖMÄÄN -TUTKIMUS KERTOO

- » Vain 16 % potentiaalisista työntekijöistä pitää alaa houkuttelevana.
- » Houkuttelevuutta heikentävät erityisesti palkkaus (53 %) ja esihenkilötyö (46 %).
- » Moni näkee ravintola-alan hyvänä “oppilaitoksena”, jossa opitaan monipuolisia taitoja, joita voi hyödyntää muuallakin.

**Tulokset perustuvat vuonna 2025 toteutettuun valtakunnalliseen Ulos syömään -tutkimukseen (K-ryhmä, n=1219).*

TAVOITE 2030:

- 1.** Suomalainen ravintola-alan koulutus nähdään korkealaatuisena, innovatiivisena ja arvokkaana osana suomalaista ruokakulttuuria.
- 2.** Suomen ravintola-ala kukoistaa, koska se onnistuu houkuttelemaan innovatiivisia, uteliaita ja toimeliaita ihmisiä kaikissa vaiheissa uraansa. Parannetaan alan houkuttelevuutta nuorten ja alanvaihtajien silmissä.

TOIMENPITEET

- » Suunnitellaan ja tuotetaan korkealaatuisia ja kiinnostavia tietopaketteja alasta yhdessä ravintoloiden ja alaan liittyvien koulutustahojen kanssa. Materiaalien kohderyhmää ovat erityisesti nuoret, jotka voisivat tulevaisuudessa harkita ravintola-alaa houkuttelevana ja monipuolisena kouluttautumispolkuna.
- » Lisätään alan läpinäkyvyyttä palkkauksessa, työehdoissa ja johtamisessa. Kehitetään alan tieto-taitoa johtamiskäytännöistä koulutusten, materiaalien ja vertaisparrailun muodossa ja aletaan mitata Suomen ravintoloiden työntekijöiden hyvinvointia esimerkiksi kansallisella tasolla kerran vuodessa.
- » Nostetaan alan arvostusta kertomalla onnistumisista ja hyvistä hetkistä esimerkiksi tekemällä artikkeleita, videoita, somesisältöjä tai laajempia kampanjoita.

“Ravintola työpaikkana voi olla parhaimmillaan merkityksellisten muistojen ja elämysten keskiössä toimiva yhteisö, joka mahdollistaa monipuolisen urapolun, mahdollisuuden kehittää jatkuvasti omia taitoja ja onnistumisesta päivittäin palkitsevan työympäristön.

Haluaisin osoittaa alaa harkitseville sen tämänhetkisen mielettömän imun: ala ottaa uskomattomia harppauksia eteenpäin niin asiakas- kuin työntekijäkokemuksen suhteen. Uskon vilpittömästi, että olemme astumassa suomalaisen ravintolakulttuurin murroskauteen.”

*Laura Styyra, ravintoloitsija,
Kuurna*

6

Yhteistyö ON TOIMIALAN TÄRKEIN RAAKA-AINE

Tiimityö on toimivan ravintolan tärkein raaka-aine, ja tämä pätee myös alan keskinäisen yhteistyön mahdollisuuksiin.

Ravintolat rakentavat tulevaisuuden kukoistavaa Suomea yhdessä muiden alaan läheisesti liittyvien toimijoiden kanssa. Ne ovat osa laajaa ekosysteemiä, johon kuuluvat tuottajat, tukut, päättäjät, koulutusorganisaatiot, media ja asiakkaat. Kun yhteistyö toimii, syntyy koko alaa vauhdittavaa synergiaa, jota ilman ravintolat jäävät helposti yksin ratkomaan haasteitaan.

Ravintoloitsijat ja asiantuntijat toivovat, että yhteistyötä kehitetään jatkossa entistä laajemmaksi, systemaattisemmaksi ja näkyvämmäksi. Ala tarvitsee yhteisen sanoman sen asioista päättävillä

ja yhtenäistä ääntä julkiseen keskusteluun. Ravintola-alalle olisi hyödyllistä rakentaa vahvempi toimialabrändi, joka kokoaa yhteen monipuolisen kentän vahvuudet ja viestii niistä näkyvästi.

Mediauutisoinnilla, julkisella keskustelulla ja ihmisten suositteluilla on merkittävä vaikutus alasta vallitsevaan yleiseen mielikuvaan. Ravintoloitsijoiden ja alan toimijoiden tulee pyrkiä aktiivisesti osallistumaan alasta käytävään keskusteluun ja jakamaan tietoa julkisesti niin median kuin muiden sidosryhmien käyttöön. Alalla tehdään jatkuvasti huomattavia tekoja ja aloitteita, joiden huomioarvo jää lunastamatta ellei ala itse viesti niitä aktiivisesti ja pyri ottamaan osaa myös kriittisempiin keskusteluihin.

ULOS SYÖMÄÄN -TUTKIMUS KERTOO

- » Kaksi kolmesta suomalaisesta näkee ravintolat tärkeänä osana paikallista yhteisöä.
- » Valtaosa (91 %) suomalaisista haluaa tukea ravintola-alaa itse ravintolakäyntien lisäksi esimerkiksi suositteluin.

**Tulokset perustuvat vuonna 2025 toteutettuun valtakunnalliseen Ulos syömään -tutkimukseen (K-ryhmä, n=1219).*

TAVOITE 2030:

1. Suomalaisella ravintola-alalla on laajasti hyväksytty, käytetty ja tunnistettava toimialabrändi, joka kokoaa yhteen erittäin monipuolisen kentän vahvuudet ja viestii niistä näkyvästi. Toimialabrändin kautta kiteytyy suomalaisen ruokakulttuurin ydin.
2. Suomessa yhteistyö ruoka- ja ravintola-alan eri toimijoiden välillä systematisoituu ja laajentuu. Alan yhteistyöt vievät Suomea myös ulkomaille ja kansainvälistävät alaa tositarkoituksella.
3. Ravintola-ala on aktiivinen ja näkyvä julkinen keskustelija päättäjien ja kuntien suuntaan. Alalla on yhteinen sanoma sen asioista päättävälle ja kuuluva ääni julkiseen keskusteluun.

TOIMENPITEET

- » Perustetaan ja vakiinnutetaan toistuva yhteistyöfoorumi alan eri toimijoiden välille.
- » Luodaan yhtenäinen alan vaikuttamisohjelma päättäjille ja kunnille.
- » Jatketaan “Intohimoa pöytään, päättäjät”-ohjelmaa laajennettuna päättäjätapaamisten verkostona, jonka tapahtumiin kutsutaan päättäjiä ja mediaa kunnallisella ja valtakunnallisella tasolla ympäri Suomen.
- » Luodaan puitteet ja keinoja lisätä ravintoloiden yhteisiä tapahtumia, tempauksia, sisältöjä tai muita konkreettista yhteistyötä edistäviä toimenpiteitä.

“Ihminen tarvitsee ihmisiä. Yhteistyö eri toimijoiden ja kollegoiden kanssa on ravintola-alan suola. Emme ole keskenämme kilpailijoita, vaan mahdollistajia, inspiroijia ja alan kehittäjiä. Ravintola-ala tuo yhteen upeita, erilaisia ihmisiä, joilla on halu auttaa, kannustaa ja oppia toisiltaan.”

*Laura Apukka, ravintoloitsija,
Pompier*

”Suomalainen ruokakulttuuri on vielä verrattain nuori, mikä antaa sille mahdollisuuden omaksua uusia ideoita ja ilmiöitä huomattavasti vakiintuneempia ruokamaita ketterämmin. Suomalaiset ammattilaiset ovat ansioituneesti hakeneet kokemusta maailmalta ja tehneet samalla suomalaista ruokakulttuuria tunnetuksi kansainvälisesti. Vahvistunut me-henki ja yhteistyö ovat jo kiihdyttäneet alan kehitystä ja auttavat jatkossakin rakentamaan yhä vahvempaa identiteettiä suomalaiselle ruokakulttuurille.”

Harri Veckman, Kespro



LOPPUSANAT

**TEHDÄÄN
SUOMESTA
ULKONA
SYÖMISEN
MAA**

Tämä strategia on tehty käytettäväksi: päätöksenteon tueksi, verkostoissa jaettavaksi, tekemistä ohjaavaksi ja askel kerrallaan käytäntöön vietäväksi.

Strategia on kutsu päättäjille rakentaa rohkeasti toimintaedellytyksiä, jotka tekevät ulkona syömisestä arjen mahdollisuuden yhä useammalle suomalaiselle tai Suomessa käymässä olevalle. Strategian osia voidaan hyödyntää taustamateriaalina valtakunnallisissa ja paikallisissa keskusteluissa, joissa valmistellaan ravintolasektoriin ja foodservice-toimialan tulevaisuuteen vaikuttavia päätöksiä.

Samalla ravintoloiden ruokastrategia on kutsu koko ekosysteemille – tuottajille, tukkutoimijoille, koulutustahoille, medialle ja matkailulle – tehdä yhdessä näkyväksi se, miten ravintolat ovat suomalaista kulttuuria, elinvoimaa ja vetovoimaa parhaimmillaan.

Jokainen onnistunut palvelukokemus, elämyksellinen hetki, yhteistyöllä saavutettu lopputulos ja kasvua vauhdittava päätös tekee Suomesta paremman paikan elää, vierailla ja yrittää.

KESPRON ROOLI RUOKASTRATEGIASSA

Tukkurina Kespro toimii luontevana sillanrakentajana, joka kokoaa alan eri toimijat saman pöydän ääreen. Tapahtumat, työryhmät ja kampanjat ovat osoittaneet, kuinka paljon yhteisellä tekemisellä voidaan saavuttaa.

Kespro on jo pitkään pyrkinyt tuomaan esiin ravintoloiden kulttuurista elinvoimaa. Intohimotyöryhmä, alan sparraukset ja tapahtumat ovat toimineet alustoina, joissa ravintola-alan merkitystä yhteiskunnalle on tehty näkyväksi. Kespro on lisäksi tukenut suomalaisten kokkien ja kilpailijoiden matkaa kansainvälisissä kilpailuissa, kuten Bocuse d'Orissa. Työn tavoitteena on vahvistaa ymmärrystä siitä, että ravintolat, ruokakulttuuri ja alan osaaminen ovat osa suomalaista identiteettiä, josta saamme olla ylpeitä.

Kespro pyrkii edistämään Suomen näkyvyyttä ruokamaana sekä kotimaisten että kansainvälisten matkailijoiden keskuudessa. Bocuse d'Or

-yhteistyö, yhteistyökumppanien vierailut Suomessa, ravintola-artikkelien tuottaminen ja ulkomaisille yleisöille suunnattu viestintä tukevat tavoitetta tuoda suomalaista gastronomiaa laajempaan tietoisuuteen. Visit Finlandin kanssa tehtävä yhteistyö puolestaan auttaa yhdistämään matkailun ja ravintola-alan vetovoimatekijät yhtenäiseksi, houkuttelevaksi kokonaisuudeksi.

Kespro haluaa olla etulinjassa edistämässä ravintola-alan vastuullisuutta. Yhtiö tukee asiakkaidensa työtä asettamalla selkeitä vaatimuksia tavarantoimittajille, kehittämällä kestäviä palveluja ja jakamalla ajantasaista tietoa koko foodservice-alan käyttöön. Kespro tarjoaa myös ostodataa vastuullisuuden johtamisen tueksi ja sparraa asiakkaitaan vastuullisuuslainsäädännön tulkinnassa. Erilaiset webinaarit ja työkalut auttavat ravintoloita pysymään ajan tasalla muuttuvasta sääntelystä.

Kespron tahtotilana on nostaa esiin alalla tehtävän työn merkityksellisyyttä ja ammattilaisista huokuvaa luovuutta ja kunnianhimoa. Esimerkiksi alan tulevaisuudennäkymiä käsittelevät ilmiöraportit, nuorten osaajien tukeminen ja näkyvyyttä lisäävät tapahtumat nostavat keskusteluun ravintola-alan arvon työnantajana ja yhteiskunnan elävöittäjänä.

Lopulta tarvitaan myös lainsäädäntöä ja päätöksiä, jotka koskeva ravintolasektorin toimintaympäristöä ja sen mahdollisuuksia. Kespro on yhdessä Intohimotyöryhmän kanssa tuonut ravintola-alan merkitystä aktiivisesti päättäjien tietoisuuteen muun muassa järjestämällä keskustelutapahtumia ja kohtaamisia alan toimijoiden ja päättäjien välillä. Tämä työ on nostanut alan näkökulmia esiin niin alueellisesta kuin valtakunnallisesta päätöksenteosta vastaavien sidosryhmien parissa.



KESPRO