

pro RESTO

horeca-alan ammattilehti

Tyytyväinen mies Toscanassa

Lähiruoka valtaa alaa

Tuplajuustostrategia



Luomukanaa metsästämässä

Luomukana on antanut odottaa itseään



AMMATTILAISEN PARAS OSTOSPAIKKA

Heino

www.heinontukku.fi

Ridderheims®



Koko herkkukirjon kattava Ridderheims Deli -tuotesarja nyt Atria Suomelta.

Välimeren herkut kiteytyvät helposti tapaksien ja antipastien muotoon.

Suussa sulavat pikkusuolaiset sopivat erinomaisesti myös suomalaiseen makuun.

Ennen ruokaa, sen kanssa tai ihan sellaisenaan - Ridderheims tarjoaa tinkimättömiä makuelämyksiä Välimereltä. Maustetut Saksalaiset salamat, korkealaatuiset patéet, aidot leikkelemaut Italiasta ja Espanjasta sekä marinoidut tapas- ja antipastotuotteet ovat omiaan herkutteluun milloin ja missä vain.

ATRIA SUOMI OY | PL 900, 60060 ATRIA
Vaihde puh. 0204 728 111 | Food Service -myynti 0800 198 500
Kuluttajapalvelu 0800 128 742

ATRIA SUOMI
Hyvä ruoka - parempi mieli.

HOTELS, MAN!

OCEAN'S TWELVE -leffassa on kohtaus, jossa mestarikonnan esittävä Brad Pitt joutuu selittelemään, miten on tullut hassanneeksi miljoonien arvoisen ryöstösaaliin. Hotellibisnekseen täysillä heittäytynyt mies on rajusti tappiolla liiketoimissaan. – Hotels, man..., Pitt puistelee päätänsä.

Jokin niissä hotelleissa on. Investointina ne ovat aina tyriimästä päästä ja markkina on äärimmäisen kilpailtu lähes maailman joka kolkassa. Suuret ketjut jyräävät pienemmät toimijat armotta, mikäli nämä eivät saa omaa niché-lokeroaan toimimaan.

Suurimmassa nosteessa näistä konsepteista on viime aikoina ollut designhotelli. Katajanokan mahtihotellihanke teki mahalaskun, mutta muotoiluaspektia on Helsingissä nähty jo aiemminkin. Kaupungin ensimmäinen varsinainen designhotelli on vuonna 2005 ovensa avannut Klaus K – ja Bulevardin pikkujättiläisen vanavedessä kaupunkiin on pesiytynyt puolisen tusinaa designhotelliksi laskettavaa toimijaa.

Klaus K:ta yhdessä vaimonsa kanssa pyörittävä amerikkalainen Marc Skvorc otti reippaan askeleen tyhjyyteen perustaessaan unelmiensa hotellin – taloon tehdyn remontin hintalappu oli 15 miljoonaa euroa. Tämä antaa jotain kuvaa siitä, miten kivenkovalla hiekkalaatikolla leikitään ja millaiset hartiat taakan kantaan tarvitaan.

Kun Skvorcit vuonna 2004 julkistivat suunnitelmansa perustaa Helsingin ensimmäinen designhotelli, moni pyöritteli silmiään ja naureskeli taivaanrannanmaalareille. Idea tuntui sen verran rajulta. Onneksi pariskunta oli tarkkaan tutkinut markkinaa ja hionut konseptia vuosien varrella.

Maailmalla – etenkin Yhdysvalloissa – työskennellessään he olivat pistäneet merkkeille uudenlaisten lifestyle-hotellien nousun. Innovatiivisten ja modernien, elämystä painottavien tuloikkaiden joukossa on paljon hyvän designin nimeen vannovia hotelleja. Ketjupuoella yksi esimerkki on W Hotels, jolla on lähes 40 hotellia ja resorttia ympäri maailman – ja Pietariinkin juuri avattiin yksi. Tuo ”W” liittyy Wow-kokemukseen, jonka hotelliketju pyrkii tarjoamaan asiakkaalle hopealautasella.

Suuren maailman meiningistä ei kuitenkaan kannata lähteä suoraan kopioimaan mitään. Pitää etsiä sitä omaa juttua, ja kirkastaa siitä tuote.

Nyt Helsingin designpääkaupunkivuoden ollessa jo kulman takana, kaikenlainen muotoiluun liittyvä ei tunnu yhtään hullummalta teemalta hotellille. Toinen asia on tietenkin sitten se, että designhotelli voi kernaasti olla muutakin kuin Aalto-maljakko Artekin pöydällä.

Onneksi juuri WDC2012-prosessin aikana suomalaisetkin ovat alkaneet ymmärtää termin laajemmin. Samalla myös jonkinmoinen holistinen näkemys on vallannut jalansijaa – hyvässä designissa kaikki vaikuttaa kaikkeen, ja kokonaisuus ratkaisee.

Klaus K lähti rohkeasti suomalaisuuden alkujuurille, mytologioita metsästäämään – ja päivittämään. Talossa ei ole designia designin vuoksi, vaan kaikki pohjaa laajempaan kansalliseen teemaan. Kalevalan valinta designhotellin temaattiseksi ankkuriksi oli huima veto, mutta ratkaisu toimii.

Kansalliseepokseen on onneksi uskaltanut tarttua joku muukin. Esimerkiksi kuhmolainen hotelli Kalevala on myyttisen Kokkolinnun muotoon rakennettu hotelli, joka pureutuu toden ja tarun rajapintaan mieleenpainuvalla tavalla.

Eikä lifestyle-hotellin tarvitse aina tuijottaa menneisyyteen. Ehkä vielä joskus saamme ihan ehdan Habbo Hotellinkin.

JUSSI SINKKO

2/2011

JULKAISIJA

PubliCo Oy
Pälkäneentie 19 A
00510 Helsinki
puh. 09 686 6250
faksi 09 685 2940
info@publico.com
www.publico.com

PÄÄTOIMITTAJA

Jussi Sinkko

TUOTEPÄÄLLIKKÖ

Paul Charpentier
paul.charpentier@publico.com
puh. 09 6866 2533

TOIMITUKSEN KOORDINAATTORI

Mirkka Lindroos

ILMOITUSMYynti

Jaakko Kopperoinen
jaakko.kopperoinen@publico.com
puh. 09 6866 2553

Kim Korlin
kim.korlin@publico.com
puh. 09 6866 2521

TILAAJAPALVELU

tilaukset@publico.com

TOIMITTAJAT

Sami J. Anteroine
Ari Mononen
Merja Kihl
Arto Koskelo
Laura Laakso

KANNEN KUVA

Paul Charpentier

PAINO

PunaMusta Oy

www.proresto.fi

The Fazer logo is written in a white, elegant, cursive script.

Fazer Pizzapyörre

Pizzan uusi muoto

Tämä täydellinen välipala koostuu leipätaikinasta, johon on leivottu maukas, tomaattipohjainen metwurstitäyte. Ulkonäön ja maun kruunaa kaunis juustoripote. Pizzapyörre on helppo-käyttöinen tuote, voit paistaa sen jäisenä suoraan laatikosta.

Fazer Pizzapyörre

PV-paino: 100 g • **Kypsäpaino:** 90 g

Me: 48 kpl/ltk • **Laktoositon**



SISÄLLYSLUETTELO

02 Esipuhe

06 Luomukanaa metsästämässä

Kaupan hyllyiltä ei löydy kotimaista luomukanaa, vaikka luomumunia on ollut tarjolla jo vuosia. Onko syy haluttomissa kauppiaissa, tuottajissa, jäyhissä viranomaisissa vai tulisiko kuluttajan katsoa peiliin?

12 Lähiruoka valtaa alaa Länsi-Uudellamaalla

Monet lähiruoan tuottajat läntisellä Uudellamaalla suunnittelevat tuotantonsa laajentamista tai monipuolistamista. Nykyisin luomu- ja muuta lähiruokaa usein ostettaisiin tiloilta, toreilta ja kaupoista enemmän kuin mihin tarjonta riittää.

16 Lähiruokamarkkinat Fiskarsissa lokakuussa

18 Tuplajuustosstrategia

Suomalainen juustokulttuuri elää ja voi hyvin – ainakin juustonkulutuksen valossa. Vielä 50 vuotta sitten vuosikulutus per henkilö oli vain 2,5 kiloa, kun tällä hetkellä kulutus lähestyy jo 20 kiloa. Juusto kasvattaa suosiotaan isojen ja pienten toimijoiden yhteispelillä





22 Mustana, kiitos

Kahvipaahtimo Cafetorian toiminnan ytimessä ovat olleet alusta asti pienet erikoiserät; ja mitä luomumpaa, sen parempi. Cafetorian filosofiaan kuuluu intohimo, luovuus ja tinkimätön tyyli – sekä palava halu murtaa markkinoiden tavanomaisuuksia.

24 Reilumpi kuppi

26 prorestoa skoolataan messuilla

28 Arto Koskelon kolumni

30 Tyytyväinen mies Toscanassa

Pylkönmäkeläinen Jarkko Peränen lähtee sadonkorjuutöihin Italiaan ja sille tielle hän myös jää. Kun mahdollisuus ostaa viinitila Greve in Chiantista varoittamatta tarjoutui, tilaisuutta ei päästetty käsistä.

38 Next Generation Chefs

44 Klaus K päivittää sinivalkoiset mytologiat 2000-luvulle

Skvorcien tavoitteena ei ollut sen enempää eikä vähempää kuin lanseerata kokonaan uusi hotellikategoria Suomeen. Unelma toteutui viimein vuonna 2005, kun Klaus K avasi ovensa Bulevardilla.

48 Taivaallisia illallisia

56 Uutispuuroa

LUOMUKANAA METSÄSTÄMÄSSÄ

TEKSTI: ARTO KOSKELO
KUVAT: PAUL CHARPENTIER

Suomalaisille maistuvat siivekkäät. Ne maistuvat siinä määrin, että maassa teurastetaan vuodessa 50 miljoonaa broileria, mikä tarkoittaa noin kymmentä puolitoistakiloista broileria kansalaista kohti. Luomun kasvanut kysyntä näyttää kuitenkin ohittaneen siivekästuotannon tykkänään: kaupan hyllyiltä ei ole löytynyt kotimaista luomukanaa, vaikka luomumunia on ollut tarjolla jo vuosia.



Kuvan kanat edustavat pientä vähemmistöä. Ne ovat luomuja.



Suomen suosituin broilerihybridi kulkee nimellä Ross 508. Hybridi jalostettiin teollisuuden tarpeisiin Yhdysvalloissa ja se levisi 1970-luvulla Suomeen.

Sitten Ross on vallannut markkinat liki sataprosenttisesti. Broilerilla on hyvät suhteet silmäätekeviin, esimerkiksi keskustapuolueen puheenjohtaja Mari Kiviniemen vanhemmat kasvattavat broileria.

ONKO SYY haluttomissa kauppiaissa, tuottajissa, jäyhissä viiranomaisissa vai tulisiko kuluttajan katsoa peiliin?

Aloitetaan selvitystyö soit-
tamalla Siipikarjaliiton toimin-
nanjohtaja Lea Lastikolle. Ke-
tä saamme syyttää siitä, ettei
luomukanaa ole tarjolla? Toi-
minnanjohtaja ei hätkähdä ky-
symystä.

– Luomubroileria kasvatet-
tiin pari kokeiluvierä kymme-
nen vuotta sitten eräiden iso-
jen tuottajien toimesta. Tuot-
teen hinta oli kuitenkin kolminkertainen. Luomun kasvattami-
nen vie yli kaksi kertaa kauemmin kuin broilerin, lintujen tilo-
jen vaatimustaso on korkeampi ja rehu on kalliimpaa. Kulutta-
jat jättivät sen hyllyyn. Kokeilu lopetettiin.

Odottamaton käänne heti alkuun. Joudummeko me kulutta-
jat syyttämään itseämme tarjonnan tolasta? Ei luovuteta vielä.
Elintarviketeollisuuden turvallisuutta valvovaan Eviraan voi ai-
na luottaa. Ylitarkastaja Beata Meinander, miksei kauppojen
hyllyiltä löydy luomukanaa?

– Lyhyesti sanottuna siksi, että sitä ei tuoteta. Kuluttajilta
löytyy uskoakseni kiinnostusta, samoin kaupanala olisi halukas
myymään luomukanaa, mutta kotimaista tuotantoa ei ole. Vi-
ranomaisten puolelta esteitä ei olisi: tuotanto onnistuu samalla
tavalla Suomessa kuin Ranskassakin, jossa luomukanaa kas-
vatetaan lihatuotantoon kohtuullisen paljon. Suomesta puuttuu
kuitenkin tällä hetkellä siihen sopivat kanarodut ja ehkä tieto-
taitoakin, eikä luomustandardit täyttävää poikastuotantoa ole.
Tuotantoketju on puutteellinen.

**Jos Ross 508:aa ei teurasteta
kuusiviikkoisena, linnun paino,
joka muodostuu lähinnä valtavista
rintalihaksista, katkaisee sen jalat. Myös
geneettiset sairaudet vaivaavat broileria,
jos teurastusajankohta venyy. Broileri on
jalostettu käytännössä elinkelvottomaksi.**

Kuluttajat pitävät luomusta. Siltä ainakin vaikuttaa, jos lu-
kee Luomuliiton teettämää tutkimusta, jonka mukaan 73 pro-
senttia kuluttajista ostaa luomutuot-
teita. Toisaalta sama lähde tietää
kertoa, että kaikista lihaostoksista
vain puoli prosenttiyksikköä on luo-
mua. Mitähän tästä pitäisi ajatel-
la? Että jos tarjonta on niukkaa, on
järkeenkäypää, ettei kauppakaan
käy? Tai jotain aivan päinvastaista?

Kukaties Viskilän tilalla kukon-
poikia kasvattava Kimmo Nikko
osaa tehdä sekavista numeroista

selkoa. Viskilän kukonpojat ovat lähimpänä sertifioitua luomu-
tuotantoa, mitä Suomesta löytyy. Kukonpojat saavat ulkoilla,
elävät luonnonvalon rytmissä, eivätkä popsi soijapitoisia gee-
nirehujia, vaan kotimaista viljarehua. Nikon kukoista nautiskel-
laan monissa huippuravintoloissa. Mutta miksi ette saman tien
kasvata luomukukkoja, Kimmo Nikko?

– Syitä on oikeastaan kaksi. Ihmiset kertovat kyselyissä
mieluusti ostavansa luomua, mutta kauhistuvat kun huomaa-
vat, että se maksaa enemmän kuin peruskama. Suomi on tottu-
nut halpaan broilerinlihaan ja meidän kukot ovat jo lähtökoh-
taisesti perusbroileria arvokkaampia. Toinen syy löytyy EU:n
luomudirektiiveistä, jotka velvoittavat kasvattamaan luomu-
kanaa 81 päivää ennen teurastusta. Siinä kohtaa linnut ovat





Suomalaiset syövät broilerinsa pääasiassa valmiiksi marinoituina suikaleina ja rintafileinä. Suosituimpia ovat marinadikastikkeet, kuten hunajamarinadi, joka sisältää parhaimmillaan liki kymmentä erilaista e-koodia ja natriumglutamaattia, mitkä varmistavat tuotteelle pitkitetyn hyllyelämän, poikkeuksellisen värin ja teollisen maun.

liian isoja makuuni. Ravintolatkaan eivät pysty tarjoilemaan 300 gramman painoisia rintafileitä. Kilon painoiset kukonpojat ovat meille juuri oikean kokoisia, siksi teurastamme ne seitsemän viikon ikäisinä. Kun kuusi vuotta sitten aloitimme, 99% kukoista meni ravintoloiden käyttöön. Nyt tilanne on muuttu-

nut: joudumme myymään tilaa- jille ei-oota, koska yksityiset ku- luttajat haluaisivat ostaa kukko- jamme enemmän kuin pystym- me tuottamaan. Tätä selittämä- töntä menoa on jatkunut jo vii- me loppiaisesta asti!

Hieno asia Viskilän tilal- le, mutta huonompi homma ku- luttajalle. Nikko tulee nimit- täin nepanneeksi pallon vaivih- kaa takaisin kuluttajalle, vaik- ka parhaakin hieman EU-asetuk-

sia matkalla. Samalla Nikko osuu rivien välistä kurkistavaan kipupisteeseen: kuluttajat tuppaavat olemaan tosipaikan tul- len enemmän pihejä kuin laatu-tietoisia, vaikka kernaasti nä-

kevätkin itsensä päinvastaisessa valossa. Mutta löytyykö luomukanojen tuotannolle mitään muita esteitä kuin polkuhintaan ruokaan tottuneet kuluttajat?

– Teurastamot ovat itse asiassa iso ongelma. Pykälät on määriteltä suurten tuottajien voilymin mukaan, mikä tekee pienteurastamotoiminnasta vaikeaa. Paikalla pitäisi olla koko ajan esimerkiksi eläinlääkäri, mikä nostaa kustannukset pilviin. Isojen toimijoiden teurastamot taas on rakennettu standardibroilerin ympärille. Jos siinä aletaan teurastamaan vaikkapa aikansa munineita luomukanoja, koko linjasto pitäisi ensin puhdistaa ja viritellä uudelleen. Muutaman tuhannen kanan takia sellaiseen ei ole mitään taloudellista järkeä ryhtyä. Siksi isot eivät ole kovin kiinnostuneita luomusta tai mistään perusbroilerista poikkeavasta, Nikko toteaa.

Pienten teurastamojen sorsiminen on johtanut tilanteeseen, jossa olemme tehotuotetun broilerin armoilla. Vaatimustaso on viritetty liian korkealle pienimuotoiseen tuotantoon. Se on tavallaan hyvä uutinen parjatulle kuluttajalle; syy ei ole vain meissä. Juhlistetaan tätä pientä voittoa soittamalla taas Siipikarjaliittoon. Siellä teurastamo-ongelma on tuttu juttu. Yllättäen liitossa kerrotaan, että asiat ovat saaneet käänteen parempaan. Epätoivoon ei ole syytä.

Ennen broilerihybridi Ross 508:n voitonmarssia munivat kanat olivat samaa lajia kuin lihatuotantoon tarkoitettut. Kanat kasvoivat hitaasti. Ross 508 on toista maata. Se syö yötä päivää näkemättä päivänvaloa ja joutaa teuraalle kuusiviikkoisena, jolloin se muistuttaa kymmenvuotiasta poikaa, joka on kasvanut miehen mittaiseksi kasvuhormoneilla.

– On totta, että byrokratia ja pykäläviidakko ovat tehneet teurastamisesta hankalaa pienille toimijoille, minkä vuoksi suurin osa luomukanoista on päätynyt eläinrehuun, mikä on sääli. Siihen on kuitenkin tulossa juuri muutos. Pienteurastamot saavat pian teurastaa kerralla suurempia määriä, eikä eläinlääkärin tarvitse olla paikalla koko ajan. Omavalvonta säilyy tietenkin vahvana. Lähiruoka, kotimai-

sen ruoan arvostus ja pienimuotoisuus rikastuttavat ruokakulttuuria, toiminnanjohtaja Lastikko toteaa.

Tämäpä oli mukava yllätys. Pienten teurastamoiden toiminta on elinehto monipuoliselle ruokakulttuurille siinä missä kadunkulmien leipomoiden ja kortteliravintoloidenkin. Mutta ei kai lakimuutos sentään tarkoita, että saataisimme saada kaupan hyllyiltä tulevaisuudessa kotimaista luomukanaa?

– Saattaapa hyvinkin tarkoittaa, koska esimerkiksi köyliöläinen pienteurastamo Keltasiipi on todella tarttumassa toimeen lainmuutoksen myötä. Tähän asti enemmistö luomukanoista on päätyntä eläinten rehuksi sen jälkeen kun niitä ei ole enää hyödynnetty munimiskäytössä, mikä on sääli. Keltasiipi teurastaa jo Viskilän kukot ja eräs suurempi toimija kartoittaa paraikaa yhteistyömahdollisuutta sen kanssa. Ei ole lainkaan epärealistista sanoa, että saatamme nähdä piakkoin kotimaista luomukanaa kauppojen hyllyillä. Pienimuotoisena alkuun, mutta kaupat ovat ilmaisseet kiinnostuksensa. Jos tuotteita saadaan, ne pääsevät hyllyille. Sitten on enää kiinni siitä, että kuluttajat tekevät oman osuutensa. Jos kanat liikkuvat hyllyiltä, kokeilu saa varmasti jatkoa.

Ja se on paras kanarintamalta kantautunut uutinen pitkiin aikoihin.

ps. kehitys on ollut ripeää. Viimeisimmän tiedon mukaan Pajuniemen luomukanaa myydään pääkaupunkiseudun marketeissa kokeiluluontoisesti jo lokakuussa. ■





Hyvä laatu on lupauksemme
Suomalainen perheyrittäjä Euracon Oy
myöntää kaikille tuotteilleen 100%:n
laatutakuun. Jos et ole tyytyväinen tuot-
teeseemme, ota yhteyttä Euraconiin,
www.euracon.com.



“Carita -tuotteissa
yhdistyy laatu
ja nopeus”

Uusi Carita-liina!

Carita® Light



CaritaLight - kevyempi vaihtoehto

Uusi vaihtoehto suositusta Carita® -tuotevalikoimasta. Päiväkäyttöinen CaritaLight yleispuhdistusliina kestää myös pidempiaikaista kulutusta. Voit käyttää monipuolista CaritaLightia keittiössä, palvelupisteissä, salin puolella, tiskillä, toileteissa, yleissiivouksessa ja vaativien lasi- ja peilipintojen puhdistuksessa. Arkki koko 45 x 45 cm, 50 liinaa rullassa. Valmistaja Euracon Oy, euracon.com

Caritalla teet enemmän
Lisätietoa: caritaliina.fi



Uutta!



CaritaLight -liinan imukyky on
moninkertainen omaan painoonsa nähden

LÄHIRUOKA VALTAA ALAA LÄNSI-UUDELLAMAALLA

TEKSTI JA KUVAT: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN

Monet lähiruokatuottajat läntisellä Uudellamaalla suunnittelevat tuotantonsa laajentamista tai monipuolistamista. Nykyisin luomu- ja muuta lähiruokaa usein ostettaisiinkin tiloilta, toreilta ja kaupoista enemmän kuin mihin tarjonta riittää. Usein Länsi-Uudenmaan lähiruoka päättyy oman paikkakunnan ja pääkaupunkiseudun ravintoloihin tai yksityisasiakkaille. Alueella on järjestetty myös lähiruokatapahtumia.

SVARFVAR SIN LUOMUTILA sijaitsee Meltolan lähistöllä Raaseporin alueella, vanhan Kuninkaan tien varrella. Tila rajautuu Högbensjö-järveen ja siinä on viljely- ja laidunala 86 hehtaaria.

Luomutilan päärakennuksen lähistöllä sijaitsee aikoinaan kievari, missä matkustajat pystyivät vaihtamaan hevosta. Vanhimmat hevoskenkälöydöt kertovat, että paikalla on käynyt myös kuninkaallisten hevosia.

Tilan lähihistoriaan kuuluivat lypsylehmät, lampaat, kanat ja siat. Tilan meijerin lopetettua toimintansa jäljelle jäivät karjasta vain pienikokoiset lapinlehmät. Ne ovat lihakarjaa.

Svarfvarsin tilan toiminnan painopiste on nykyisin vihanneksissa, joita kasvatetaan sekä avomaalla että kasvihuoneissa. Tärkeimpiä tuotteita ovat tomaatit ja yrtit.

Luomuruokaa myös internetistä

Nykyinen Svarfvarsin isäntä Jukka Ahonala kiinnostui ruoasta ja ruoanlaitosta jo nuorena.

”Olin 14-vuotiaana keittiöapulaisena Seurasaa-ren ravintolassa. Perhe ja sukukin ovat olleet ravintola-alalla”, hän mainitsee.

”Luomuviljely on ollut minulle tärkeää pienestä pitäen. Muunlaista viljelijää minusta ei olisi tullut. Mitä luonnollisemmin kasvit kasvavat, sitä paremmin ne antavat ravintoa ihmisille.”

Nyt Ahonala on ollut viljelijänä Svarfvarsissa jo 30 vuotta. Tila toimittaa luomu- ja biodynaamisia elintarvikkeita koteihin, kouluihin, päiväkodeihin ja ravintoloihin pääkaupunkiseudulla ja läntisellä Uudellamaalla. Tuotteet kuljetetaan suoraan tilaajille.

”Itse viljelemme lähinnä tomaatteja, kurkkua, salaatteja ja yrttejä”, Ahonala toteaa.

Tila myy sekä itse kasvattamiaan että muiden kotimaisten luomutuottajien tuotteita. Se myös tuo maahan erilaisia luomutuotteita.

Osittain tuotteiden jakelusta vastaa Ahonalan ylläpitämä Hyvän Elämän Ruokakauppa Oy, joka myy luomutuotantoa internetin kautta.

”Perustimme luomutuotteiden verkkokaupan, kun ihmiset valittivat, että luomutuotteita ei oikein ole tarjolla. Päätimme perustaa sellaisen liikkeen, mistä niitä kaikkia saa – maitoa lukuun ottamatta.”

”Meillä on toista tuhatta asiakasta. Heistä parisataa on aktiiviasiakkaita, jotka ostavat enemmän kuin satunnaisesti.”

Ahonalan mukaan verkkokaupan kautta välitetään useiden kymmenien kotimaisten luomutilojen tuotantoa. Lisäksi tarjolla on riisiä ja muita eksoottisia tuotteita.

”Ne tulevat alan tukkukaupoilta. Meille tulee kuivatavaraa Hollannista. Lisäksi Ranskassa on luomutukku, josta saadaan vihanneksia”, Ahonala selittää.

Yrteillä on kysyntää

Svarfvarsissa viljellään Ahonalan mukaan normaalia valikoiduun yrtteihin.



Suomenlampaat ovat Sällivikin kartanon päätuotteita.

”Meillä on muhkeat rosmariiniviljelmät. Mukaan kuuluvat myös basilikat, timjamit, mintut ja muut tavalliset yrtit”, Ahonala täsmentää.

”Yrteilläkin riittää kysyntää. Kesäaikaan meidän paikkakuntamme omat ravintolat alkavat käyttää enemmän yrttejä, kun on turistisesonki. Talvella on sitten hiljaisempaa.”

Kasvihuonetilaa Svarfvarsissa on noin tuhat neliötä. Kasvihuoneissa kasvatetaan kurkkua, tomaattia ja salaattia.

Runsaan vuoden ajan Svarfvars on ollut mukana helsinkiläisen Savoy-ravintolan kattoviljelmäprojektissa.

”Savoyn katolle viemme laatikoissa yrttejä ja salaatteja sekä joitakin pikkuvihanneksia, joita siellä voidaan viljellä kala-laatikoissa. Luulen, että kattopuutarhoista tulee hyvin suosittu ja tulevaisuudessa.”

Luomuviljelyn ongelmana Ahonala pitää sitä, että luomuruoan tuottajia on liian vähän.

”Jos meillä lähtee jokin iso hanke kunnolla liikkeelle, olemme kohta vaikeuksissa, koska tavara loppuu kesken. Suomesa maatalouspolitiikkaa on hoidettu sen verran huonosti, että tuottajia ei ole tarpeeksi. – Kilpailu on ihan tervetullutta, jos se on tervettä.”

Lähitulevaisuuden suunnitelmissa Ahonalalla on saada aikaan ekologisen rakentamisen alue luomutilan tuntumaan. Myös bioenergian tuotantoa tilan käyttöön on suunnitteilla.

Karjatila Hangossa

Luomukotieläintila Havsgårdar sijaitsee Hangon Täktomissa. Tila tuottaa ylämaankarjan (Highland Cattle) lihaa sekä luomuheinää oman tilan eläimille.

Havsgårdar-tilaa hoitava Arja Primietta kertoo, että tila on ollut luomutuotannossa 2000-luvun alkupuolelta asti. Kokoanaan luomukotieläintilana se on toiminut vuodesta 2009.

”Hankoniemi on luomutuotannon kannalta oma erillinen saarekkeensa. Meillä taitaa olla Hangon ainoa karjatila”, Primietta sanoo.

Tila on emolehmätila, jolla on 25 emoa. Kaikkiaan tilalla on ylämaankarjaa 80–90 eläintä, vasikoiden lukumäärästä riippuen.

”Ylämaankarjan liha poikkeaa muusta naudanlihasta aromikkuudestaan ja tummemmasta väristään. Eläimet laiduntavat kesällä merenrannalla ja perinnebiotoopeilla. Ylämaankarjan eläimet kasvavat kaksi kertaa hitaammin kuin muut nautaeläimet.”

Alunperin tilalla oli perinteistä kasvinviljelyä. Arja ja hänen puolisonsa Markku Primietta muuttivat syksyllä 2008 Hangon pohjoiskarjalaiselta tilaltaan Kiteeltä ja ottivat luomutuotannon hoitoonsa.

”Luomuun oli kotieläinten osalta helppo siirtyä, kun pellot olivat jo valmiiksi luomutuotannossa”, Arja Primietta pohtii.

”Tuotamme paistia, fileitä, jauhelihaa ja erilaisia jatkojalosteita, kuten omalla reseptillä valmistettua Havsgårdar-bratwurstia sekä aika ajoin myös savupaistia.”

Asiakkaita on Hango–Helsinki-akselilla. Mukana on ravintoloitakin, mutta pääosa tuotannosta menee suoramyyntinä yksityisasiakkaille. Äskettäin Havsgårdar avasi uuden tilamyyntipisteen.

Maatilan pito Hangossa on Arja Primiettan mukaan joskus haasteellista.

”Alueen maaperä on tavallista hiekkapitoisempaa. Kuiva kausi voisi olla tuotannolle paha takaisku. Olemme kovasti säiden armoilla.”

Kaloja lähivesiltä

Toinen Hangon lähiruokaerikoisuus on lähivesiltä pyydetty kala: siika, kuha ja ahven. Niitä pyytää ja toimittaa ravintoloille hankolainen kalastaja Magnus Ekström.

Kalanjalostuksessa Ekström on ollut mukana yli 20 vuoden ajan. Syyskuussa 2011 hän käynnisti Hangossa uuden kalanjalostuslaitoksen, jonka päivittäinen tuotanto on 500–1500 kiloa.

”Olemme perustaneet osuuskunnan, jossa on mukana kymmenkunta kalastajaa. Ostamme heiltä kaiken saaliin, jonka he saavat Tammisaaren, Inkoon ja Bromarvin vesiltä”, Ekström kertoo.

”Kuhaa saadaan talvella pyydettyä aika vähän. Taimentakin saadaan vain muutama kala vuodessa – se katosi Hangon vesiltä viitisen vuotta sitten, ilmeisesti merimetsojen ja hylkeiden syömänä.”

Lähialuekalojen lisäksi Ekström toimittaa markkinoille Pohjoismaista tuotua turskaa, norjalaista lohta ja punakampelaa. Hänellä on Hangossa oma ravintola, mutta Ekströmin kalatukun tuotteita menee 10–15 muuhunkin ravintolaan.

Vakioasiakkaisiin kuuluu myös Venäjän suurlähetystö. Aika ajoin tilauksia tulee Kremlistäkin.

Kalastusyrittäjä Ekström hämmästelee joitakin uusia EU-direktiivien ja elintarvikelakien tulkintoja.

”Nykyään ei esimerkiksi saa enää myydä kalaa suoraan veneestä, koska se ei ole hyväksytty myyntipaikka”, hän ihmettelee.

Huippuravintoloihin tilataan karitsanlihaa

Tammisaaresta Pohjaan johtavan tien varressa sijaitsee Sällviken kartano. Sen päärakennus valmistui 1879.

Tilaan kuuluu satoja hehtaareja metsää, mutta osa maasta on varattu luomuruoan tuotannolle. Päätuotteena on suomenlammas, mutta tilalla on myös jonkin verran nautakarjaa, sarvettomia hereford-lehmiä. Viljelyalaakin on runsaat 80 hehtaaria.

Kyseessä on sukutila, jonka Elsa Fromond otti hoitoonsa



Svarfvarsissa on kasvihuonetilaa noin tuhat neliötä. Kurkut, tomaatit ja salaatti ovat kasvihuoneiden antia.

1990-luvun alkupuolella. Uutena tilan emäntänä aloitti juuri hänen tyttärensä Louise Fromond.

Elsa Fromond aloitti Sällvikissä biodynaamisen Demeter-tuotannon, joka täyttää myös luomutuotannon ehdot.

"Lampaita tilalla on 66 uuhta. Vuodessa teurastetaan 100–150 karitsaa, joista saadaan lihaa noin 2000 kiloa", Elsa Fromond selittää.

Lehmiä on tätä nykyä 45, joista 17 on emolehmiä. Viljan-tuotantoakin on: vehnää, ruista ja kauraa.

"Karitsanlihaa myymme ravintoloille ja yksityisasiakkaille. Jonkin verran lihaa toimitetaan kauppoihinkin. Meillä on oma tilateurastamo."

Elsa Fromondin mukaan karitsan lihaa ovat Sällvikistä tilanneet muun muassa tunnetut helsinkiläisravintolat Sundmans G.W. ja Chez Dominique. Michelin-tähdillä palkittu kokki Hans Välimäki toi jo nuorena lähiruoan ja karitsanlihan ravintoloihin.

"Ravintoloiden kiinnostus on kannustanut meitä huolehtimaan siitä, että lihan laatu on kohdallaan."

Paras sesonki syyskaudella

Elsa Fromond korostaa, että tilateurastamo on osoittautunut hyväksi investoinniksi.

"Oma teurastamo on kätevä, koska sen avulla lihaa voidaan raakakypsyttää viikosta pariin viikkoon. Silloin voidaan taata, että lihat ovat mureita ja valmiita käyttöön."

Ravintolat ostavat useimmiten karitsan kokonaisena, sillä kokit haluavat leikata karitsat itse.

"Jotkut ravintolat haluavat ostaa lihaa vakuumpakattuina paloina, mutta harvemmin. Yksityisasiakkaat haluavat karitsat yleensä valmiiksi paloitetuina."

Karitsat teurastetaan yleensä syksyllä noin 4–6 kuukauden ikäisinä. Fromondien mukaan lampaanlihan sesonkina on lähinnä loppuvuosi.

"Olen myynyt ainakin yhden karitsan nimenomaan joulupöytään, mutta se on ehkä vielä vähän harvinaista Suomessa. Meillä oli viime vuonna poikkeuksellisesti yksi teurastus joulun jälkeen ja myös joulun alla", Louise Fromond kertoo.

Karitsan lihan kysyntä on Fromondien mukaan lisääntymässä.

"Nyt naudanlihan kysyntä näyttää ravintola-alalla kasvavan kuitenkin enemmän, koska kokit ovat nyt siirtyneet muihin ruokiin."

Sällvikin tilalla tuotetaan toki kaikenlaista muutakin. Juuri nyt meneillään on pienimuotoinen puutarhatuotannon kokeilu. ■

LÄHIRUOKA- MARKKINAT FISKARSISSA LOKAKUUSSA

LÄNTISELLÄ UDELLAMAALLA järjestettiin syksyllä 2010 Mangsin tiloilla lähiruokamarkkinat, joilla oli mukana paljon paikallisia pientuottajia. Tilaisuus oli onnistunut, sillä paikalle tuli 7 000 kävijää.

Tilaisuuden järjesti Slow Food Länsi-Uusimaa (Slow Food Västnyland) ry, joka perustettiin 2009. Se on osa kansainvälistä Slow Food -liikettä, joka työskentelee paikallisen ruokakulttuurin säilyttämiseksi ja tukee kestävä kehitystä maataloudessa.

'Slow Food' pyrkii nimensä mukaisesti toimimaan pikaruoka-ajattelua vastaan. Nykyisin liikkeellä on paikallisyhdistyksiä yli 150 maassa.

Lokakuussa 2011 Slow Food Länsi-Uusimaa järjesti toiset lähiruokamarkkinat Fiskarsin ruukkikylässä. Samaan aikaan Mangsissa pidettiin Farmer's Market -lähiruokapäivät.

Fiskarsissa kävijämäärä tuplaantui edellisvuoteen verrattuna ja paikalle saapui 12 000–15 000 kävijää. Paikalla oli myös kotieläimiä. ■



PANIMO- MESTARIN PAREMPI PYÖRYKKÄ VAI PEKONIPULLA – PÄÄTÄ ITSE!

Lihapulla on keustosuosikki,
ja syksyn makumaailmaan
sointuu loistavasti
lihapekonimallaspulla,
jossa maistuvat selkeät
voimakkaat maut.
Tarjoa asiakkaillesi
syksyn lämpöä
makunautinnon muodossa!

GTIN 6405263080365
HeinonTukku: 0309385
Chipsters: 23079
Kespro: 6405263080365
MeiraNova: 100676
Metro Wihuri: 0309385
www.lagerbladfoods.fi



LAGERBLAD FOODS

Aidosti Aito



Kutsu

**Sinulle HoReCa-alan
ammattilainen, me haluamme
Sinut vieraaksemme!**

Ostetuissa mainoksissa asiat
voidaan esittää monella tavalla.
Mielestämme saat parhaimman
käsityksen yrityksestämme,
kun tulet itse paikanpäälle
katsomaan.

**VARAA AIKA ESITTELYLLE
ASIAKASPALVELUSTAMME
– soita numeroon 0207 639 303!**



Kalatukku E. Eriksson Oy on yksi Pohjois-
maiden vanhimpia mutta toimintatavoiltaan
ja -tiloiltaan nykyaikaisimpia yrityksiä kala-
alalla. Yritys on tunnettu helsinkiläisten fine
dining -ravintoloiden seafoodin toimittajana,
mutta viime vuosina toiminta on laajentunut
myös henkilöstöravintola- sekä vähittäis-
kauppasektoreille.



Helsingin keskustan läheisyydessä on
uusimpien EU:n elintarvikelakien ja
vaatimusten mukainen tuotantolaitos,
jossa on tuorekalan käsittely- ja
pakastamotoiminta sekä jatkojalostus-
ja cateringosasto.

Meille on helppo tulla!



Kalatukku E. Eriksson Oy
- kalaa vuodesta 1880 -
www.kalatukkueriksson.fi

keisari Luomu

*Suomalainen
luomuolet!*



*Lue lisää:
www.nokianpanimo.fi*

TUPLAJUUSTOSTRATEGIA

JUUSTO KASVATTAÄ SUOSIOTAAN ISOJEN JA
PIENTEN TOIMIJOIDEN YHTEISPELILLÄ

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: JUUSTOPORTTI

*Suomalainen juustokulttuuri elää ja voi hyvin –
ainakin juustonkulutuksen valossa. Vielä 50 vuotta
sitten vuosikulutus per henkilö oli vain 2,5 kiloa, kun
tällä hetkellä kulutus lähestyy jo 20 kiloa.*



JUUSTOSEURA RY:N toimitusjohtaja Sakari Juurus näkee, että katto on vielä kaukana ja että juustot tulevat vielä kasvattamaan volyymejaan tulevaisuudessa. "Juustojen ravintoarvo ymmärretään ja rasvakeskustelu on saamassa oikeat uomat. Eläinrasva ei olekaan se kaiken pahan alku", Juurus kuittaa. Hän huomauttaa myös, että valtaosa juustoista on lisäaineista vapaa – tämä on asia, joka painaa yhä enemmän kuluttajan vaakakupissa.

Juurus arvioi, että esimerkiksi isot pelurit Valio Oy ja Arla Ingman ovat panostaneet paljon tuotekehittelyyn ja juuston laatuun. Eteenpäin mennään koko ajan, mutta jotain puuttuu: "Suomesta puuttuu perinteiden vaaliminen juustokulttuurissa."

Juustomestarit uhanalainen laji

Toimitusjohtaja myöntää, että jotkut pienjuustolat ovat tuoneet juustotarjontaan paljon kaivattua vaihtelua. Suuremmissa juustoloissa on kuitenkin ongelma juustomestareiden ammattitaidon ollessa jo hiipumaan päin. Syy: koska prosessin ohjaus tapahtuu näyttöruudun kautta, vanhan ajan mestareiden tasolle ei enää päästä. "Lisäksi raaka-aineen alkuperää on suurimmissa laitoksissa mahdoton jäljittää", Juurus toteaa.

Pienjuustoloiden osalta Juurus näkee, että osaaminen ja ammattitaito eivät aina ole halutulla tasolla: tällöin asiat joudutaan oppimaan joskus kipeästikin kantapään kautta. Raaka-aineen alkuperän selvittäminen voi kuitenkin joissakin tapauksissa onnistua, mikäli kuluttaja janoaa tietoa.

Juustoseura ry viettää tänä vuonna viisikymppisjuhliaan. Seuran tavoite ei ole muuttunut puolen vuosisadan aikana, vaan se on edelleen "juuston arvostuksen kohottaminen maasamme ja kaikenlaisen juustotietouden lisääminen". Seuran pääpaikka on Helsinki ja 15 muulla paikkakunnalla toimii itsenäisiä paikallisia tai alueeuroja, jotka toimivat alueellaan hyvin itsenäisesti. Jäsenmäärä on tällä hetkellä noin 700.

Tuttu ja turvallinen

Juurus uskoo, että seuraavatkin 50 vuotta saattavat hyvinkin sujua juuston kannalta suopeissa merkeissä. "Koko ajan ennakoluulot hälvenevät ja esimerkiksi erikoisjuustoille löytyy vuosi vuodelta tilaa jonkin verran", Juurus toteaa ja lisää, että nostetta juusto saa myös siitä seikasta, että suomalaiset juustot on perinteisesti koettu hyvin turvallisiksi.



Kiivaana käyvä lähiruokabuumi sataa ainakin osaksi juustoväen laariin, Juurus pohtii: "Varmasti lähiruokakeskustelu on hyödyttänyt myös juuston valmistajia."

Pelkkää poutapilveä ei sentään voi luvata jatkossakaan. Huolestuttavana signaalina tulevasta Juurus näkee sen, että suurilla valmistajilla juuston rakenne täytyy valmistuksessa prosessoida pakkauskoneelle sopivaksi. "Karkeasti sanottuna juustoa tehdään pakkauskoneelle sopivaksi eikä kuluttajaa varten."

Lompakko vai maku edellä?

Yrittäjä Outi Kolattu-Tolvi Kolatun Vuohijuustolasta arvioi, että lähiruoan noste on kasvattanut kiinnostusta suomalaista juustonvalmistusta kohtaan – varsinkin pienjuustoloiden valmistamien juustojen tunnettuus on kasvanut ja kysyntä lisääntynyt.

Kolattu-Tolvin mukaan suomalaisen juustokulttuurin nykytila vaikuttaa tänä päivänä varsin hyvältä: tämä näkyy mm. siinä, että kuluttajat ovat nyt valmiimpia maksamaan erikoistuotteista enemmän kuin ns. bulkkituotannon juustoista. "Kivijalkakaup-

pojen myötä esimerkiksi pienjuustoloiden tuotteet ovat kasvatamassa suosiotaan kuluttajien keskuudessa", hän lisää.

Kolattu-Tolvi myöntää, että kuluttajien kiinnostus tuontijuustoja kohtaan on lisääntynyt vielä enemmän kuin kotimaisten juustojen kohdalla, ja toteaa, että tällä saralla kotimaisilla toimijoilla riittää vielä haastetta.

Heikkoja signaaleja (ja vähän voimakkaampiakin) alalla on jonkin verran. Näistä Kolattu-Tolvi nostaa esille kiinnostuksen karppausta kohtaan, mikä on nostanut myös vähähiilihydraattisten juustojen kysyntää. "Jossain vaiheessa vähärasvaiset juustot olivat hyvässä huudossa, mutta nyt aika monet kuluttajat jättävät kevytjuustot kaupan tiskille niiden mauttomuuden ja kuivan rakenteen johdosta."

Kaksijakoinen imago

Silti aikakauslehtien jutut jaksavat säännöllisin väliajoin pelotella juustojen "vaarallisuudella", eli erilaisia rasvaan ja lihomiseen liittyviä uhkakuvia maalailaan tiuhaan. Kolattu-Tolvi harmittelee, että mediarumman jäljiltä juuston terveellisyysspektrit pääsevät aina hetkeksi unohtumaan.

Toisaalta aina eivät otsikotkaan toivotta kriittistä sanomaa: esimerkiksi jouluna juustopöytään on lupa satsata ja lehdetkin tekevät isot jutut nelivärikuvien. "Juhlapyhät ja varsinkin joulu onkin meille juustojen menekin kannalta sitä vilkkainta aikaa", Kolattu-Tolvi vahvistaa.

Yrittäjä uskoo, että ihmisten mielenkiinto juustoa kohtaan lisääntyy entisestään lähivuosien aikana – eikä vähiten sen takia, että juusto on hyvin monipuolinen elintarvike: "Pala juustoa juhlistaa arjen ja kruunaa juhlan."

Myös erikoisuuksille löytyy Kolattu-Tolvin mukaan kysyntää. Aloittelijat voivat herkästi olla mietoja, totuttujen makujen ystäviä, mutta mitä pidemmälle juustoharrastus menee, sitä



voimakkaampia ja eksoottisempia juustotuttavuuksia huomaa maistelevansa, hän huomauttaa.

Makusherpat työssään

Juustoportti Oy:n toimitusjohtaja Timo Keski-Kasari näkee, että uusien makujen lanseeraamisessa ravintoloilla ja yleensäkin ruuan parissa työskentelevillä on sormensa pelissä – ja työn jälki on kiitettävää. "Eniten kuitenkin vaikuttaa ehkä matkailu ja kansainvälistyminen. Erikoisjuustojen, kuten vuohenmaitojuustojen kulutus on vielä pientä, mutta kasvaa nopeasti", Keski-Kasari arvioi. Hän huomauttaa, että kasvun varaa löytyy, koska juustokulttuurina olemme vielä nuori – eli mieto ja yksipuolinen. "Juustokulttuurimme kehittyy kuitenkin huikean nopeasti."

Myös Keski-Kasari allekirjoittaa kevytjuustojen menekin kasvun ja toisaalta lähi- ja luomujuustojen kasvun. Samalla monipuolinen juustojen käyttö ruuanvalmistuksessa on kasvamassa. "Onneksi gratinointiinkin osataan jo valita maistuvia vaihtoehtoja."

Tulevaisuuteen Keski-Kasari katsoo luottavaisin mielin – hän luottaa etenkin nuorten ennakkoluulottomuuteen kuluttajina. Toimitusjohtajan mukaan käyttötavat ja valikoimat tulevat laajenevan entisestään samalla kun makujen kirjo rikastuu.



NYT HUIKEA SYYSTARJOUS FINNATURE- LYHDYISTÄ!

DECOREST

Kysy lisää: myynti@decorest.fi,
Tuula Palo-Kinnunen 0400 987362,
Mikko Kinnunen 040 7382991.
www.decorest.fi

Rohkea homejuuston syö

Juustontekijä Tarja Lukkari Peltolan Juustolasta uskoo myös, että suomalaiset seisovat uusien makumaailmojen kynnyksellä – ja ovat entistä valmiimpia astumaan porteista sisään. "Kuluttajat ovat koko ajan rohkeampia maistamaan uusia makuja", hän toteaa. Lukkarin mukaan riskinotto myös palkitaan: "Esimerkiksi homejuustoa hajun takia kavahtanut huomaa, että maku onkin tosi hyvä." ■

Tavoitteena moderni ja luonteikas MAKU.

Vendor ylpeänä esittelee PAULIGIN UUTUudet AMMATILAISILLE

Marja Touri
Pauligin päämaistaja



Paulig Professional ammattilaisilta ammattilaisille

Uusi, vaativimpaan makuun kehitetty Luomu, KRAV ja Reilun kaupan -sertifioitu Paulig Professional -tuotesarja.



Paulig Special paras kahvi joka hetkeen

Uusi, erityisesti kahviautomaateille kehitetty Paulig Special -tuotesarja.

Saatavilla vain Vendorilta.

 **Vendor**

www.vendor.fi • 020 737 000





SUOMALAISTEN JA KAHVIN RAKKAUSTARINA HAKEE VERTAISTAAN

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVAT: RODEO.FI

MUSTANA, KIITOS

Schlesvig-Holsteinin herttuan päätöksellä matkustaa Persiaan 1637 oli kauaskantoiset seuraukset. Herttuan seurueeseen kuului nimittäin turkulainen kamaripalvelija Axel Käg, joka ei epäröinyt maistaa matkallansa kahvia, kun tilaisuus kohdalle sattui. Oliko se rakkautta ensi kulauksella, siitä ei tarina kerro – varmaa on kuitenkin se, että jähka suomalaiset pääsivät kahvin makuun, kahvihammas ei ole lakannut kolottamasta sen koommin.

TODELLISUUDESSA KESTI vielä hyvän aikaa ennen kuin kahvi alkoi saada minkäänlaista jalansijaa maassamme. Säätyläisten keskuudessa tuo jalo juoma tuli tunnetuksi 1700-luvun puolivälin tienoilla, ja talonpoikaisväestö tuli hitaasti mutta varmasti perässä.

10 kiloa per nuppi

Suomen asema kahvinjuonnin kärkimaana koko maailmassa on vankkumaton: tilastojen mukaan suomalaiset käyttivät paahdettua kahvia vuonna 2010 peräti 10 kg henkeä kohden. Suunta on yhä vain ylöspäin – paahdetun kahvin kokonaistoimitukset (tuonti mukaan luettuna) kasvoivat lähes kaksi prosenttia ennätyselliseen 53,8 miljoonaan kiloon viime vuonna. Kotimaiset paahtimot toimittivat kaupalle ja suurkeittiöille paahdettua kahvia 46,4 miljoonaa kiloa, mikä oli noin neljä prosenttia edellisvuotta vähemmän.

Raakakahvia Suomeen tuotiin viime vuonna noin 66,5 miljoonaa kiloa, pääasiassa Väli- ja Etelä-Amerikasta. Tärkeimmät tuontimaat olivat Brasilia, Kolumbia, Nicaragua, Guatemala ja Kenia, joiden yhteenlaskettu osuus oli 75 % Suomen koko raakakahvituonnista.

Vaalea valloittaja

Kahvitrendeistä puhuttaessa on syytä huomata, että suomalaiset ovat edelleen mieltyneet vaaleapaahtoiseen kahviin, sillä noin 94 % kaikesta juodusta kahvista on vaaleampaa laadua. Tummapaahtoiset kahvit kuitenkin kasvattavat suosiotaan tasaisen varmasti.

Kahviammattilaiseksi puolivahingossa

Mia Nikander-Ore pyörittää miehensä Ivan Oren kanssa pienpaahtimoa Lohjalla. Pariskunnan yritys Andesa täyttää yhdeksän vuotta joulukuussa ja omassa paahtimossa Cafetoriassa on paahdettu kahveja nyt viisi vuotta. Alusta asti toi-

minnan ytimessä ovat olleet pienet erikoiserät; ja mitä luomumpaa, sen parempi. Cafetorian filosofiaan kuuluu intohimo, luovuus ja tinkimätön tyyli – sekä palava halu murtaa markkinoiden tavanomaisuuksia.

Nikander näkee, että suomalainen kahvikulttuuri on mennyt eteenpäin viime aikoina melko mukavasti: ”Ihmiset hakevat erilaisia makuja ja etenkin tummat paahtodot ovat nyt suosittuja”, Nikander toteaa ja lisää, että matkustamisen avartava voima vaikuttaa tässäkin.

Ivan on kotoisin kahvimaana tunnetusta Perusta, mutta kahviyrittäjiä pariskunnasta ei silti tullut ihan siitä normaaleinta reittiä. Nikander nauraa kertoessaan tarinaa: ”Ivan oli ollut jo vuosia verkkopuolen tutkijana Nokialla ja minä taas olin DHL:llä kuriirihommissa. Mutta sitten olimme lomamatkalla Perussa ja ihastuimme Gran Palomar -kahvilaatuun. Aloimme heti miettiä, voisiko sitä jotenkin tuoda Suomeen.”

Palomar on paras

Andien korkeilla rinteillä viljeltävästä Arabica-kahvipavusta tuli näin pariskunnan kahvibisneksen ankkuri. Muutama vuosi harjoitettiin puhdasta raakakahvin maahantuontia muille paahtimoille, kunnes oma paahtimo pantiin pystyyn 2006.

”Gran Palomar on ollut meidän johtotähti ja koko toiminnan perusta”, Nikander summaa. Maun lisäksi Gran Palomarin vahvuksiin kuuluvat luonnonmukainen viljely ja reilun kaupan periaatteella toimiva myynti.

Paahtamisessa laaduntarkkailu on tietenkin kaiken A ja O – ja makunystyröiden on oltava hyvässä terässä. Ivan Ore on osoittautunut melkoiseksi mestariksi tällä saralla. Mies nappasi Euroopan erikoiskahviyhdistyksen SCAE:n Suomen osaston ensimmäisen Cup Tasting -mestaruuden vuonna 2007 ja on sen jälkeen ollut kiintotähtenä kisan kärjessä. ”Viime vuonna Ivan tuli toiseksi kilpailussa”, Nikander kertoo. ■

REILUMPI KUPPI

ERILAISET REILUN kahvin sertifikaatit ovat keino valvoa kahvintuotannon ympäristölaatua ja kohentaa kahvinviljelijöiden asemaa. Suomessa tunnetaan parhaiten Reilun kaupan merkki.

Reilun kaupan merkkijärjestelmä on luotu parantamaan kehitysmaiden viljelijöiden ja suurtilojen työntekijöiden asemaa. Reilun kaupan periaatteet linjaavat, että kehitysmaiden viljelijät ja suurtilojen työntekijät saavat työstään oikeudenmukaisen korvauksen ja osa Reilun kaupan lisätuloista käytetään yhteisöä hyödyttäviin hankkeisiin. Lisäksi lapsityövoiman hyväksikäyttö on kielletty ja kaikkien tuotteiden alkuperän tulee olla tiedossa.

Reilun kaupan kahvia on myyty Suomessa vuodesta 1999 ja kahvia tulee maahan ainakin Hondurasista, Guatemalasta, Perusta, Tansaniasta, Kolumbiasta, Etiopiasta, Mek-

sikosta, El Salvadorista, Nicaraguasta, Boliviasta, Ecuadorista, Costa Ricasta, Ruandasta, Kongon demokraattisesta tasavallasta, Ugandasta, Papua-Uudesta-Guineasta ja Brasiliasta. Vuonna 2010 Reilun kaupan kahvia myytiin Suomessa noin 547 000 kiloa.

Muita kahvin sertifiointijärjestelmiä ovat esim. Utz Kapeh ja Rainforest Alliance. Suomessa on myynnissä Utz Kapeh -merkittyä kahvia.

Reilun kaupan kahvin suosion kasvu on saanut myös suuret kahvinyhtiöt kiinnostumaan kahvin eettisestä sertifioinnista. Suuret kahvin tuottajat ja jalostajat ovat kehittäneet valtavirran kahvikaupalle oman eettisen toimintamallin, Common Code for the Coffee Community (4 C -yhdistys). Kriteeristö mukaillee reilun kaupan merkkien vaatimuksia, mutta mukaan pääsy ei edellytä kaikkien vaatimusten täyttämistä. ■

Luo
ainutlaatuinen
tunnelma isoilla
näytöillä

Avaa uusi sisustuksen
ulottuvuus ja jätä
unohtumaton jälki.



Kuvat Paradise du Fruit ravintolasta. Ravintolan sisustuksen osana ovat 13 Panasonicin 103" plasma näyttöjä luomassa ainutlaatuista tunnelmaa.

Panasonicin näytöt ja projektorit ovat suunniteltu ammattikäyttöön kestäämään kovaa käyttöä ja säväyttämään erinomaisella kuvalaadulla.



Myynti: Mika Saurén 0400 280 939

mika.sauren@kaukomarkkinat.com

Lisätiedot näytöistä: www.panasonic.net/proplasma

Lisätiedot projektoreista: www.panasonic.net/avc/projector/

PRORESTOA SKOOLATTIIN MESSUILLA

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVA: PAUL CHARPENTIER



*It was a very good year, tunnelmoi jo Frank Sinatra aikoinaan.
HoReCa-ammattilaisen oma lehti proresto on viritellyt samaa laulua
pitkin vuotta – lehden lanseerausvuosi on sujunut hienoissa merkeissä
ja etenkin messuilla uusi tulokas on otettu hyvin vastaan.*

LEHDEN JULKKARIBILEITÄ vietettiin maaliskuussa easyFairs Ravintola 2011-messuilla. Tuotepäällikkö Paul Charpentier kertoo, että Helsingin messukeskuksessa riitti tunnelmaa: "Saimme paljon kontakteja sekä alan yrityksiltä että lukijoilta. Palautetta tuli ilahduttavan runsaasti – kaikesta huomaa, että tämänkaltaista julkaisua on odotettu", toteaa Charpentier.

Kielenkantoja kirjoittamaan oli proreston osastolle järjestetty – kuinkas muuten – lanseeraussampanjat. Tunnin pituisen kilistelytuokion jalosta sisällöstä vastasi Möet Hennessy.

Paluu Messukeskukseen oli edessä syyskuussa Heinon Tukkumessujen merkeissä. proreston osastolla nähtiin tuttua säpinää, kiitos omalta osaltaan toimivaksi havaitun sampanjatarjoilun. Tarjoilusta vastasi Norex Spirits Oy kera Nicolas Feuilatte sampanjan kuplin.

Syksyyn mennessä yhä useampi messuvieras oli ehtinyt tu-

tustua lehden sisältöihin joko printti- tai nettimuodossa ja eri aihepiireistä käytiin antoisaa keskustelua. Moni kiitteli lehden viisuaalisuutta ja "virkistävän radikaalia" otetta – prorestolla on missiona herätellä, ei vain tukeutua vanhaan ja hyväksi havaittuun.

Heinon Tukkumessuilla prorestoa jaettiin 2 500 kappaletta, eli saman verran kuin Ravintola 2011-messuilla puoli vuotta aikaisemmin. Charpentierin mukaan lehden "keittiö käy nyt kuumana" ja tästä on hyvä jatkaa. "Tulemme lisäämään messunäkyvyyttämme jatkossa yhä enemmän. Ylipäänsä suhtaudumme alan messuihin kunnianhimoisesti: haluamme tuoda mieleenpainuvaa lisäarvoa messukävijän kokemukseen."

Vuoden 2011 messuilla prorestolla oli yhteistyökumppaneina Möet Hennessyn ja Norex Spirits Oy:n lisäksi Suomen Energijuomat Oy ja Huhtamäki. ■

BRUT RÉSERVE

Nicolas Feuillatte
CHOUILLY - FRANCE

CHAMPAGNE



CHAMPAGNE
Nicolas Feuillatte
EPERNAY-NEW YORK-BEYOND



© Corbis - CV Champagne Nicolas Feuillatte RCS REIMS 775 611 924 - Agence La Famille XXL



Champagne Nicolas Feuillatte tukuista. Lisätietoa tuotteista MYNTI.SPIRITS@NOREX.FI tai numerosta 09-525 9370 • WWW.NOREX.FI

VENETTÄ KEIKUTTAMASSA

TEKSTI: ARTO KOSKELO

KUVA: VILLE HENRIKSSON

Kirjoittaja edustaa etelän mediaa.

ENEMMISTÖ SUOMALAISISTA elää kaupungeissa, mikä ei suinkaan tarkoita, etteikö kynsiemme alta löytyisi perunapellon verran multaa. Siinä kolumnin aihe pähkinänkuoressa. Älä silti huoli, perunapellosta ponnistava kirjoitus päättyy lopulta viiniin sekä erääseen ojan pohjalla makavaan lehmään.

Suomi kaupungistui verrattain myöhään: nykymuotoinen kaupunkikulttuuri syntyi elementtilähiöiden myötä, jolloin puoli Suomea muutti pakon edessä Ruotsiin tai vielä paheempaa, Helsinkiin. Koska kulttuurit muuttuvat hitaammin kuin ympäröivät olosuhteet, piilopirttien ihanteet kukkivat yhä kivikaupungeissa ja poliitikkojen sivulauseissa. Multaisilla sormilla tässä naputellaan.

Voit testata asian. Kysy viereiseltä ihmiseltä hänen lempimaisemaansa. Kuulet todennäköisesti järven rannalla heiluvista koi-
vuista, muttet kirkkojen kupoleista tai sata-
man laivoista. Mielikuvissamme aito Suomi
nimittäin alkaa siitä mihin kaupunki loppuu,
koska kaupunkimiljöö on kansallisessa sie-
lunmaisemassa tungetteleva tulokas.

Edellisten sukupolvien jukuripäisimmät ja elämänvastaisimmat ukot kulkevat kanssamme sananlaskujen muodossa. Heidän sukkeluksiinsa on muun muassa viisaus siitä, että kuuseen kurkottajaa odottaa ankea loppu katajapensaassa. Richard Branson tuskin olisi samaa mieltä, vaikka kurkottaakin kuusen sijasta kuuhun, mutta hän ei olekaan impivaaralaisia.

Kuuseen kurkottajien ja taivaanrannan maalareiden mitalitoiminen saattoi olla mielekästä touhua männävuosien tuppukylissä, koska ruodusta poikkeajat keikuttavat venettä,

mutta kun sama meininki ulotetaan viiteen miljoonaan, käsisämme on kansallisromanttinen Suomilaiva, joka paljastuu lähemmässä tarkastelussa isoisän rupiseksi soutuveneeksi, joka meinaa koko ajan kipata.

Me suomalaiset olemme kummaa väkeä: Ihastelemme tangolaulajia, jos he hyvittävät suosion piehtaromilla nöyryydessä, haluamme että jokainen suomalainen tienaisi täsmälleen yhtä paljon kuin naapurinsa ja uskomme, että kaikki haluaisivat asua espoolaisessa rivitalossa, aitojen takana piilossa samaiselta naapurilta. Olemme lattapäinen kansa ja ylpeitä siitä.

Tätä vasten peilattuna ei ole ihme, että valtio haluaa napittaa kansalaisten takit ja pukea päälle kurahousut.

Mistä päästäänkin viiniin. Tässä ilmapiirissä maltillinen ja järkevä keskustelu valtion monopolin purkamisesta on tabu, koska järkevätkin ihmiset ajattelevat ensin kyläyhteisön arvoilla, sitten valtion intressejä ja vasta sen jälkeen itseään.

Niin kauan kun jostain löytyy joku, joka virtsaa yhteisiin muihin, enemmistö luopuu omista eduistaan yleisen edun nimissä, mikä ei suinkaan koostu enemmistön, vaan vähemmistön tarpeista. Muunkaltaiset ajatukset ovat kuusen kurkottelua ja varo, varo, ettei tämä vene kippaa.

Kylätason totuus nimittäin tietää kertoa, että vapaiden markkinoiden viini ajaisi Jepen korvaamaan tuottavan työnteon viininhuuruisilla päivämatoilla Chileen. Vene keikkuisi ja kaikkien jalat kastuisivat. Syypäitä temppuun olisivat viisi miljoonaa muuta, joten parempi vain pitää viinit valtion monopolissa ja kurahousut jalassa.

Mitä tästä voidaan päätellä? Se, että kolumnistin lehmä näyttää pysyvän jatkossakin tiukasti ojan pohjalla. ■



VIINI

VIINI, RUOKA & HYVÄ ELÄMÄ



Koemaista
Viini-lehti.

Tilaa näyttenumero eurolla!

Lähetä viesti:

VIINI NIMI OSOITE POSTINUMERO PAIKKA
numeroon 16207 ja saat lehden postissa.

Viestin hinta 1 €. Palvelu toimii Elisan, TeliaSoneran,
DNA:n ja Saunalahden liittymillä.

Yhteystietoja voidaan käyttää suora- ja mobiilimarkkinointitarkoituksiin.

TYYTÄVÄINEN MIES TOSCANASSA

TEKSTI JA KUVAT: ARTO KOSKELO

Pylkönmäeltä on pitkä matka Panzanoon, tarkemmin sanottuna 2302 kilometriä, mutta saunan lauteilla etäisyyttä ei huomaa. Ylimmällä lauteella, liki katon rajassa, istuu Candialle-viinitilan isäntä Jarkko Peränen. Hän heittää löylyä alempana hohkaavalle kiukaalle ja on pitkän tovin vaiti. Yli kymmenen Toscanassa vietettyä vuotta ovat koulineet Perästä: häneltä luonnistuu italialaistyylinen äänekäs kuulumisten vaihto käsien heilutuksineen päivineen, mutta saunan lauteilla elämöinnille ei ole tarvetta. Ikivanhaan piharakennukseen laitettu puusauna on kuin pala Pylkönmäkeä keskellä Toscanaa. Hieman kuin Peränen itsekin.



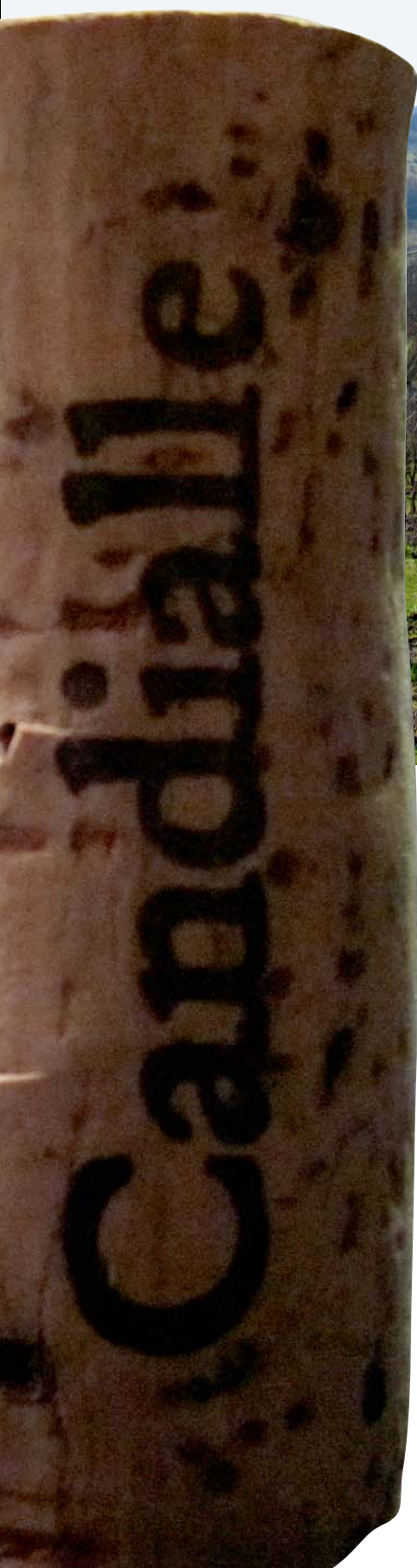


VERANNALLE SIIRRYTTÄESSÄ mielikuva kotosuomalaisesta saunahetkestä särkyy. Vilvoittelijan eteen avautuu silmankantamattomiin kumpuileva maisema, jota kansoittavat virheettömän näköiset köynnösrivit, jotka seurailevat maan muotoja tarkasti. Sinne tänne kukkuloiden rinteille on ripoteltu huvioloita, jotka paljastuvat tarkastelussa eräiden maakunnan kuuluisimpien viinintuottajien rakennuksiksi. Jos maiseman yläkulmaan jättäisi tilaa postimerkille ja postilaitoksen leimalle, sitä voisi kaupitella Firenzen kioskeissa Toscana-romantiikkaan hulaantuneille turisteille.

Kun Peränen syntyi vuonna 1968, Euroopassa oli levotonta. Maanosan suurimmissa kaupungeissa mellakoitiin ja Neuvostoliiton tankit vyöryivät Prahaan. Pylkönmäen kunnassa Keski-Suomessa oli rauhallista. Maailma oli kaukana toisaalla. Sen sijaan Toscanassa Chiantin viinit olivat jo saavuttaneet maailmanluokan tunnettuuden. Maine oli tosin varsin erilainen kuin nykyään. Chianti tarkoitti useimmiten huonolaatuista, halpaa ja hapokasta punaviiniä, jonka sekoituksessa oli liikaa

valkoviiniä ja jonka köynnöksistä revittiin ylisuuria satoja. Monissa paikoissa Chianti toimi yleisnimenä italialaiselle punaviinille. Nimeä kopioitiin ja väärinkäytettiin siekailematta.

Nykyisiä viinejä ei tunnista vanhasta kuvauksesta. Jokunen vuosikymmen sitten joukko toscanalaisia tuottajia osoitti itselleen ja epäilijöille, ettei maakunnan tehtävänä ole tuottaa valtamereistä keskin-kertaista viiniä. Kun laadun metsästys korvasi määrän tavoittelun, moni asia muuttui. Jopa perinteinen olkipullo, fiasco, sai lähteä, jotta maakunnan sivunkäyntö ei jäisi keneltäkään huomaamatta. Menestystarinahan siitä syntyi. Nyt Chiantin sydänalueen viinit kamppailevat tasaväkisinä parmesaanin ja Par-



mankinkun kanssa maan tunnetuimman tuotteen paikasta ja tuntemattomammat viinintuotantoalueet pyrkivät kilvan kopiaamaan maakunnan menestyksen reseptiä. Se on helpommin sanottu kuin tehty.

Candiallen tilan historia ulottuu antiikin Rooman aikoihin asti, mikäli aikaisten jälkeensä jättämiin tiedonmuruihin on uskomisen. Noihin aikoihin rakennukset sijaitsivat eri paikoissa kuin nykyään. Omistajasta ei ole

tietoa, kuka hän oli eläköitynyt legioonalainen tai paikallinen tilallinen. Jätetään roomalaiset kuitenkin omaan arvoonsa ja pikakelataan pari tuhatta vuotta eteenpäin. Hypätään aikakauteen, jona Candiale saa suomalaisen isännän.

Tarina alkaa Keski-Suomesta, jossa veneenrakentajan poika Jarkko Peränen päätyy lukion jälkeen yliopistoon, jossa hurahtaa viineihin. Viininlipittely tuo vastapainoa teorial kirjojen ahmimiselle, vaikka nekin maistuvat. Peränen viihtyy Tampereen yliopistossa, jossa opiskelee yhteiskuntatieteitä. Hän viihtyy siellä itse asiassa niin hyvin, että päätyy työskentelemään yliopistolle. Intohimo viiniin kulkee kuitenkin mukana sivussa, mutta ammatiksi sitä ei osaa kuvitella. Kun eräs yliopistokaveri houkuttelee hänet sadonkorjuutöihin Italiaan, Peräsen on helppo suostua. Sille tiellä hän myös jää, omaksi yllätykseksensä.

Italiassa Peränen huomaa hurahtaneensa ensin italialaiseen viiniin ja sitten saksalaiseen naiseen, joka on hurahtanut italialaiseen viiniin. Josephin Cramerista tuli Jarkko Pe-

räselle puoliso ja Candiallesta vuonna 2002 heidän yhteinen projektinsa.

Miten viinitilan omistajaksi oikein päädytään? Jos Jarkko Perästä on uskominen, pitkälti sattumalta. Peränen ei ollut aikaisemmin kuvitellut jonain päivänä omistavansa viinitilaa. Idea oman tilan hankkimisesta alkoi kuitenkin muhia, kun hommia oltiin paiskottu lainarenkeinä muiden tiluksilla useampia vuosia. Pariskunta antoi haaveen elää ja alkoi etsimään pientä tilaa Toscanan viereisestä Emilia-Romagnan maakunnasta, koska Peränen tiesi haluavansa työskennellä sangioveselajikkeen kanssa, mutta ei ollut varma pystyisikö rahoittamaan maakauppaa Toscanan hinnakkailla sydänalueilla. Sitä paitsi, Chianti classicon alueen tiloja ole juuri koskaan myytävänä: kuuluisia viinitiloja ei nähdä sanomalehtien ostetaan ja myydään palstoilla. Kun mahdollisuus ostaa tila Greve in Chiantista varoittamatta tarjoutui, tilaisuutta ei päästetty käsistä. Silloisten omistajien aika ei riittänyt huolehtimaan Candiallen köynnöksistä niiden ansaitsemalla tavalla, mutta asiaan tuli muutos.

Peränen ja Cramer päättivät ryhtyä tuottamaan viininsä luonnonmukaisin menetelmin. Ei väkeviä typpilannoitteita tai synteettisiä tuholaisten torjunta-aineita. Puhdasta, aitoa viiniä maaperän kantokykyä ja ominaispiirteitä kunnioittaen. Työ on opettanut tekijäänsä ja sen ovat huomanneet myös muut. Viime vuosina tunnustusta on alkanut sadella sekä maakunnan sisällä että ulkopuolella ja Candiallen Chianti classico istuu paikallisissa viinikaupoissa ylähyllillä tasaväkisenä alueen arvokkaimpien classicoiden seurassa. Kun Firenzeen avattiin viime keväänä kaupungin kärkipaikan asemaa havitteleva ravintola, Jarkon puhelin soi. Useampi laatikko viiniä vaihtoi jälleen omistajaa.

Viinitilan arki on työnteon täyteistä, mikä sopii maalla kasvaneen Peräsen pirtaan. Luonnonmukainen viljely vaatii moninkertaisen työmäärän perinteiseen kemikaaleihin nojaavaan viljelyyn nähden: tarhoilla on vietettävä aikaa päivittäin. Jos ongelmia syntyy, niihin on osattava reagoida nopeasti, koska teollisia myrkyjä ei käytetä.

Sadonkorjuut ovat oma lukunsa. Kasvukauden huipentuesssa työpäivät venyvät järjestäen neljätoistatuntisiksi, eivätkä asiat aina mene niin kuin on tarkoitus. Jokunen vuosi sitten Peränen painoi pitkää päivää kellarissa. Hän survoi käymisastiasia kelluvaa rypälemassaa pitkällä seipäällä. Massan painelu vaati rutkasti voimaa, koska käymisen tuottama hiilidioksidi pyrki nostamaan rypälemassaa ylöspäin. Takana oli nippu kuluttavia päiviä tarhoilla ja Peränen pysyi vaivoin hereillä.

Peränen ratkaisi väsymyksen ja voimapulman nojaamalla kepin nokkaan riskillä elopainollaan. Hän pumppasi kuorimassaa pinnan alle seiväs rintalastaansa vasten samalla kun silmät hakeutuivat nukkuma-asentoon. Tekniikka ei ollut pa-



ras mahdollinen. Ratkeamisen ääni kiiri kellarin halki kolmen kylkiluun irrotessa rintalastasta. Se teki kipeää. Sadonkorjuu saatettiin loppuun sadattelun säästyksellä. Nytemmin asialle voi Peräsen mukaan jo nauraa. Alkuaikojen oppirahoja.

Peräsen ja Cramerin päivät kuluvat kymmenen hehtaarin tarhojen kaitsemisen lisäksi pyörittäessä pienimuotoista eläintarhaa. Kolmen koiran lisäksi tiluksilla asuu kaksi hevosta. Lisämausteensa soppaan tuo naapuritilan aasi, joka karkaa aitauksestaan säännöllisesti ja suorittaa pakomatkinsa poik-



keuksetta Candiallen puolelle, missä ahdistelee hevosia. Pinocchio nimeä tottelematon aasi on Candiallen lähimmän naapurin, legendaarisen Castello dei Rampollan uppiniskainen työjuhta. Kun Peränen soittaa tilan omistavalle Luca di Napolille, hän puhuu joka toinen kerta viinistä ja kertoo joka toinen kerta mistä aasin voi tulla tällä kertaa hakemaan. Aasi ei ota koskaan opikseen, mutta koska se on osa tienoon vakiokalusteita, sille ei jaksu suuttua pitkäksi aikaa.

Vuodet Toscanan keittiön parissa ovat koulineet Peräsestä

tyypillisen italialaisen kotikokin. Hän suhtautuu ruoanlaittoon hieman samaan tapaan kuin viinintekoon: puolivalmisteita tai aineksia ei Candiallen keittiössä käytetä sen enempää kuin muitakaan gastronomisia oikoteitä. Ankanrinta jauhetaan käsikäyttöisellä lihamyllyllä ja ragua kypsytellään hiljaisella tulella tuntien ajan, jos resepti sitä vaatii. Ruokapöydässä on auki yleisimmin liuta viinipulloja, osa tilan omia, loput muilta tiloilta, alueilta ja muista maista. Viinintekijä haluaa pysyä kärryillä siitä, mitä muualla tapahtuu.



Toscanalaista ruokaa valmistettaessa oliiviöljyä kuluu paljon. Candialle tuottaa oliivipuistaan vuosittain noin neljäkymmentä litraa öljyä, mutta toisin kuin viinin kohdalla, sitä ei riitä myyntiin asti. Itse asiassa neljäkymmentä litraa on liian vähän Jarkon omaan käyttöön. Peräsen laskujen mukaan oma oliiviöljy riittää noin puoleksi vuodeksi, minkä jälkeen varastoja täydennetään markkinoilta. Nopeasti laskettuna se tarkoittaa noin puolentoista oliiviöljylitran kulutusta viikossa, mikä olisi kunniallinen lukema jopa italialaisen suurperheen isoäidille.

Elämä Candiallella kulkee omalla painollaan: Jarkko puuhastelee päivät tarhoilla tai kellarissa, milloin missäkin, sil-

loin kun ei ole keittämässä kyökin puolella, esittelemässä talon viinejä Josephinin kanssa jossain päin maailmaa tai saunansa ylimmällä lauteella heittämässä löylyä. Vaikka Peräsen kulloinenkin sijainti vaihtelee, eräs asia on selvä: mies on silmin nähden tyytyväisen näköinen. Kiemurainen polku, joka on johdattanut hänet kotikonnuilta köynnösten keskelle näyttää etäämmältä katsottuna yllättävän suoralta. Kukaties hän on juuri siellä missä hänen pitääkin olla? Tilan arkista aherrusta katsellessa herää vaivihkaa kysymys, joka vaivaa vielä pitkään Candiallelta lähdön jälkeen. Kukaties Pylkönmäeltä ei olekaan pitkä matka Panzanoon? ■

PARHAAT PALAT KÄYTTÖVALMIINA KEITTIÖÖN

Pakastamme ja savustamme. Turvallisessa korkean hygienian tuotantolaitoksessamme käsittelemme tuoreen kalan valmiiksi keittiösi tarpeisiin. Paloittelemme, viipaloimme, kuutioimme ja suikaloimme. Toimitamme puhtaalla vedellä pestyt hedelmät, vihannekset ja juurekset tuoreina ja valmiiksi pilkottuina ilman säilöntä- ja lisäaineita. Kehitämme parhaista raaka-aineista uusia tuotteita toiveidesi mukaan ja vastaamme keittiösi tarpeisiin 24 h toimitusrytmissä, viikon jokaisena päivänä.

www.caternet.fi

tuoreena
pakastettu

tuoreena
savustettu

ISO 9001
14001
22000



Pohjoismainen malli ja kilpailukyky

Seminaari Helsingissä 22. 11. 2011

Globalisaation vaikutukset ovat yleisiä, mutta ne ovat silminkähtäviä pohjoismaisissa hyvinvointivaltioissa, joilla on korkea verotus ja korkeat työvoimakustannukset. Pohjoismaat ovat olleet hyvinvoinnin huipulla ja muodostaneet samalla kilpailukykyisen alueen. Kaikki Pohjoismaat ovat pieniä talouksia, jotka ovat hyvin riippuvaisia ulkomaankaupasta. Aikaisemmat keskustelut liian raskaasta julkisesta sektorista ja mahdollottomasta mallista ovat nyt vaimentuneet ja monet tutkijat tuovat esiin yleisten sosiaalisten etuuksien, laajan yleissivistävän koulutuksen ja turvallisuuden merkityksen kilpailukykyille. Voiko kehitys jatkua samaan suuntaan? Kestääkö pohjoismainen malli jatkossakin?

Muun muassa näistä aiheista keskustellaan Pohjola-Nordenin seminaarissa, jossa puhuvat Kansanedustaja **Maarit Feldt-Ranta** Suomen eduskunta, Puheenjohtaja **Anders Rusk** Pohjola-Norden ry, Eurooppa- ja ulkomaankauppaministeri ja Pohjoismainen yhteistyöministeri **Alexander Stubb** Suomen hallitus, Peruspalveluministeri **Maria Guzenina-Richardson** Suomen hallitus, Hallituksen puheenjohtaja **Ole Johansson** Elinkeinoelämän keskusliitto EK, Toimitusjohtaja **Pekka Lundmark** Konecranes, Toimitusjohtaja **Sixten Korkman**, ETLA, Tutkimusjohtaja Juhana Vartiainen, Konjunkturi-institutet, Ruotsi, Professori **Torben Andersen** Århusin yliopisto, Tanska, Johtaja **Sheila Lawlor** Ajatushautomo Politeia, Iso-Britannia ja Vuorineuvos **Martin Saarikangas** Pohjola-Nordenin elinkeinoelämän toimikunnan puheenjohtaja.

AIKA: Tiistai 22. marraskuuta 2011 klo 13.00-19.30 | PAIKKA: Scandic Marina Congress Center, Europaea-sali, Katajanokanlaituri 6, Helsinki | KOHDERYHMÄT: Elinkeinoelämän johtohenkilöt, virkamiehet ja luottamushenkilöt, järjestöjen edustajat sekä poliitikot
SEMINAARIKIELET: Suomi, ruotsi ja englanti (simultaanitulkkaus)



www.pohjola-norden.fi

Lisätietoja:

Pohjola-Norden
Markkinointipäällikkö Kjell Skoglund,
puh. 040 560 3922,
kjell.skoglund@pohjola-norden.fi
Seminaariesite on ladattavissa
nettisivuiltamme
www.pohjola-norden.fi/tapahtumat

NEXT GENERATION CHEFS

Wille Eerola on Next Generation
Chefsin taustavoima ja
ruokahjelmia tuottavan Tatti &
Tatti -yrityksen perustaja.



TEKSTI: ARTO KOSKELO
KUVAT: VILLE HENRIKSSON

proresto: Mikä ihmeen Next Generation Chefs?

Wille: Next Generation Chefs on nuoret huiput säännöllisesti yhteen kokoava kokkipooli, jossa ovat mukana muun muassa Oula Hänninen, Kari Aihinen, Tomi Björk, Sasu Laukko-nen, Pekka Terävä, Petteri Luoto ja monet muut. Tarkoituksena on edistää suomalaista ruokakulttuuria uudella tavalla, nostaa Suomen kansainvälistä profiilia ja samalla kokkien arvostusta Suomessa. Sanoisin, että mukana on iso siivu nuoren polven kokkien parhaimmistoa.

PR: Melkoinen temppu saada näin kova lista nimiä samaan aikaan samaan huoneeseen.

W: Se onnistui muuten yllättävän helposti. Kaikki olivat ta-hoillaan ihmetelleet sitä, kuinka maailma ympärillä on muut-tunut kuluneina vuosina. Ei siitä ole kavan, kun keittiömesta-rit pitivät reseptinsä piilossa kassakaapeissa. Google-aikakau-tena se tuntuu absurdilta. Uusi sukupolvi haluaa muuttaa van-hat toimintatavat. Panostaa yhteistyöhön, ei keskinäiseen ki-nasteluun.

PR: Olet tehnyt pitkät pätkät töitä Suomen ulko-puolella ja nopeasti laskettuna paraikaa 14 yrityk-sen toiminnassa mukana, mutta mikä mielenmyr-jähdys sai sinut palaamaan kotimaahan ja hyp-päämään ruoan pariin?

W: Ruoka on intohimoni. Kasvoin aikoinaan lihatukussa. Ideoimme yhtiökumppanini Jakob Krogiuksen Next Generati-on Chefsin huomattumme, että olimme käyttäneet kymmeniä tunteja Katisten Kartanossa ruokakulttuurin tilaa sadatellen. Sain keittiötä johtavan Oulan innostumaan ajatuksesta. Hän kokosi ensimmäisen listan kymmenellä puhelinsoitolla.

PR: Mitä Next Generation Chefsin avulla tavoitel-laan?

W: Viimeiset viisi vuotta ovat olleet hienoa aikaa ravintola-kentällä. Muutos on tapahtunut nopeasti. Nyt on menossa buumi, joka voi siirtää koko Suomen ruokakulttuuria askeleella eteenpäin. Herkuttelen ajatuksella, että jos jokainen Next Ge-neration Chefsiin kuuluva tyyppi ottaa siipiensä suojaan kol-me nuorta kaveria, niin meillä on pian huippukokkien armeija ja se vaikuttaa myös ympäröivään kulttuuriin. Siitä syntyy kan-sainvälinen hyppy.

PR: Mistä idea alkujaan syntyi?

W: Kun edellinen kokkisukupolvi kypsyi, syntyi käsite tv-kokki, jonkinlainen julkishahmo. Sukulat ja muut onnistuivat nostamaan kokkien arvostuksen uudelle tasolle. Pitkään pyöri nyt Kokkisota marssitti näyttämölle Vahterat ja Wahlmanit ja monet muut. Heidän jälkeensä tuli kuitenkin tyhjiö. Nyt kokit kiinnostavat taas suurta yleisöä, kuten MasterChef ja Top Chef ja muut ohjelmat osoittavat. Next Generation Chefsien avulla yritämme tehdä kaikkemme, ettei tätä vaihetta seuraa samanlainen suvantovaihe kuin viimeksi. Näen, että medialla on ruokakulttuurin kehittämisessä merkittävä rooli.

PR: Next Generation Chefs on epävirallinen järjestö, miksi?

W: En niinkään usko virallisten yhdistysten voimaan, enemmänkin ihmisten. Luulen, että jos puhutaan alielikymppisistä tyypeistä, yhdistysmaailma kokoontumisäänöineen ja toimintatapoineen on vieras. Sosiaalinen media ja toiminnan vapaamuotoisuus on tätä päivää. Alalla harmillisen yleinen selän takana puhuminen on vähäisempää silloin kun ollaan oikeasti tekemisissä toisten kanssa. Samassa veneessä. Se on tervetullutta. Yhteistyö ja avoimuus ovat muutoksen avaimet. Vielä kun saadaan poliitikot innostumaan ruokakulttuurista.

PR: Next Generation Chefs tarkoitus on toimia sillanrakentajana osajien, päättäjien ja pääomien välillä?

W: Kyllä. Se on meidän tehtävämme, esitellä osajat yritysmaailmalle. Eräs hyvään ruokaan hurautanut tuttu oli käynyt satoja kertoja Savoyssa lounaalla, ennen kuin näki Kari Aihisen naaman seinällä roikkuvassa valokuvassa. Ei sen niin tarvitsisi mennä. Jos yritysten päättäjät tuntevat alan toimijat, rahoituksen hakeminen kulttuurin edistämiseksi on helpompaa. Tarkoitus on myös rakentaa siltaa sukupolvien välille. Monesti päättäjät ovat sukupolven verran vanhempia kuin kokit. Kuromme kuilua kiinni. Suurin tavoitteemme on saada vientiteollisuutta pystyssä pitävät yritykset ja valtiovalta tajuamaan, että parempaa diplomatian muotoa kuin hyvä ruoka ei ole olemassakaan.

PR: Oula, MTV3:n katsojat valitsivat sinut television seksikkäimmäksi kokiksi. Miltä menestymisen kauneuskilpailussa tuntuu?

Oula: Jäätävältä! Siitä on onneksi nyt jo sen verran aikaa, että olen oppinut elämään tämän tunnustuksen kanssa. Hauska yksityiskohta, jolla ei ole juurikaan merkitystä muun tekemisen kannalta.

PR: Kape, kun menet iltaisin nukkumaan, kuinka kateellinen olet Oulalle?

Kape: Itse asiassa kuulin tästä vasta nyt! Mä olen helvetin kateellinen. Tekstaan saman tien tiedon tästä vääryydestä vaiholle. Voitto olisi kuulunut minulle.

PR: Oula, olet Next Generation Chefs sydän, primus motor ja työjuhta. Mistä sait kimmokkeen ryhtyä hommaan?

O: Eerola ja Jakob saivat puhuttua mut mukaan. Ei se vaikeaa ollut. Ajatus siitä, että voitaisiin saada aikaan jotain muutosta ilman turhaa jäykistelyä, hieman kuin poikien mökkireissun tunnelmassa, oli kutkuttava. Fiilistelyn kautta konkreettisiin tuloksiin.

PR: Next Generation Chefs jäsenet eivät allekirjoita sopimuksia liittyessään porukkaan?

O: Aivan. Jotta kaikki kokisivat, että yhteistyö on mielekästä, eikä pakkoa ole. Jaettu innostus on hyvä lähtökohta

PR: Virallisissa yhdistyksissä asiat ovat menneet välillä kangerrellen eteenpäin?

K: Allekirjoitetut sopimukset ja muut sidonnaisuudet muuttavat väistämättä homman luonteen. Pakko on huono muusa tyypeille, jotka tekevät jo muutenkin 14 tuntisia työpäiviä ja yrittävät löytää aikaa perheellekin. Se, että osallistujilla on hauskaa, on iso porkkana. Oulan kanssa menestyttiin maajoukkuekisoissa siksi, että meillä oli mahtava porukka. Työ ja vapaa-aika loimittuivat onnistuneesti. On ollut hieno huomata, kuinka suuris-
sa määrin epävirallinen pooli on saanut porukan liikkeelle.

PR: Mikä on Next Generation Chefs päämäärä?

K: Me ollaan vasta aivan alkutaipaleella ja fokus pitää mielestäni asettaa vuosien päähän. Esimerkiksi lähiruoka on nyt pop, mutta rautaa pitää takoa kovasti, jotta muutos jää pysyväksi. Sitä tässä tavoitellaan.

PR: Nimessä on seuraava sukupolvi. Koska teidät potkaistaan syrjään yli-ikäisinä?

K: Toivon mukaan pian! Meillä oli Savoysta viisi jatkää vuoden kokkilpailussa ja olen supervelpeä heistä. "Burt" Kotkavuori toi pystin kotiin. Valitettavasti yleisellä tasolla mun ja Oulan sukupolven ja meitä seuraavan sukupolven välillä on kuilu. Meidän tehtävä on siirtää ammattilypeyttä eteenpäin, valmentaa nuoret menestykseen ja opettaa samalla vähän esiintymään. Me ollaan Oulan kanssa, jos härskisti sanotaan, tällä hetkellä vähän turhankin näkyviä. Junnut saisivat töniä meitä jo vähän kulmissa ja pistää papoille niskalenkkiä, että varokaa, täältä tullaan.

Kari Aihinen on Savoyn
Chef de Cuisine,
kokkimaajoukkueveteraani
ja Next Generation Chefsin
jäsen.

Oula Hänninen on Katisten
Kartanon keittiömestari,
Maikkarin aamukokki,
kokkimaajoukkueveteraani
ja Next Generation
Chefsin puuhamies.



PR: Koetteko, että teitä seuraava kuilu on leveämpi kuin teitä edeltävä?

K: Siltä se valitettavasti näyttää. Siksi Next Generation Chefsin toiminta on tärkeää. Esimerkiksi me seurattiin tiiviisti niitä, jotka edelsivät meitä kokkimaajoukkueessa. Kun tartuttiin itse puikkoihin, homma jatkui, mutta kun siirryttiin syrjään, asiat saivat huonon käänteen. Vähään aikaan ei ollut lainkaan joukkuetta, joka olisi tuonut Suomelle näkyvyyttä kansainvälisissä ympyröissä. Tällä hetkellä tilanne on tulehtunut. On epäselvää mitä tulevaisuudessa tapahtuu. Pienen maan ruokakulttuurin pitäisi jaksaa puhalttaa yhteen hiileen. Suomalaiskansallinen kyräilevä perusluonne on haitta. Pienessä maassa ei ole tilaa kuppikuntaisuudelle.

PR: Minkälainen rooli mediassa näkymisellä on teidän kaliiberin kokkien työssä?

O: Mediaosaaminen on muuttunut osaksi tällä tasolla kokkamista. Aika, jona kokit olivat neljän seinän sisällä piilossa, on auttamattomasti ohi. Pitää olla ulospäin suuntautunut ja uskaltaa laittaa persoonansa likoon.

PR: Mikä kokkipoolin osanottajia yhdistää?

O: Mukaan lähteneitä yhdistää se, että he ymmärtävät, ettei kollegoiden kivittäminen johda mihinkään. Ruokakulttuuri ei tarvo hängessä eteenpäin, ellei yhteistyötä ja avoimuutta lisätä.

PR: Sukupolviteema on pöydällä. Nuoret hakeutuvat alalle mediaseksikkyuden perässä. Onko se riski?

K: Onhan se. Nuoret tyypit haluaisivat päästä suoraan luukulle, mutta ei homma sillä tavalla toimi. Käyn vetämässä Haaga Instituutissa eräänlaisia luulot pois -luentoja. Kerron siellä näkemykseni työn todellisesta luonteesta. Kerron asioista vailla sensuuria, omasta liksasta ja ravintolan liikevaihdosta lähtien. Mua pyydetään takaisin, koska olen täysin rehellinen. En halua että seuraava sukupolvi päättyy alalle väärin luulojen ajamana. Se on osa tätä Next Generation Chef -juttua. Huolehditaan ruokakulttuurin ja nykyisten kokkien näkyvyyden lisäksi seuraavasta porukasta.

PR: Mitkä ovat herrojen terveiset lehden lukijoille, joista enemmistö on alan miehiä ja naisia?

O: Nyt on paikka tehdä, tämä on se sauma. Myös kokkien pitää muuttua. Hyvällä boogiella hyvää ruokaa, mutta unohtamatta sitä, että osajia on paljon. Uskalla suositella myös muita ravintoloita kuin omaasi. Se ei ole sinulta pois.

K: Suomi on täynnä fantastisia raaka-aineita ja ihmisiä, kaupungit, maakunnat ja pitäjät ovat niitä täynnä. Jos saadaan kaikki ainekset samaan kattilaan porisemaan, tästä tulee vielä hyvä soppa. ■



YMPÄRISTÖYSTÄVÄLLISET KOPAL HOBART KUPUPESUKONEET

SÄÄSTÄVÄT VETTÄ

- veden kulutus alkaen vain 2,5 l/kori

SÄÄSTÄVÄT PESUAINETTA

- GENIUS-X² itsepuhdistuva
suodatinjärjestelmä

SÄÄSTÄVÄT ENERGIAA

- kuvun takaseinä vakiovarusteena
hidastaa altaan jäähtymistä oleellisesti
- poistoveden lämmöntalteenotto lisävarusteena

TEHOSTAVAT PESUA

- uudet innovatiiviset, patentoidut pesuvarret

KOPAL KEITTIÖT OY

Läkkisepäntie 9 00620 HELSINKI www.kopal.fi
puh. 09-757 0600 fax 09-757 0611 kopal@kopal.fi

CREATION -liiketilapäälysteet

Vaihtoehtoina tavallinen liimattava muovilaatta tai lukkopontillinen Clic –muovilaatta.

- > Kestävä ja pitkäikäinen PUR-pinta
- > Kestää kulutusta
- > Estää tahrojen ja naarmujen syntymistä
- > Ympäristöystävällinen
- > Kulutusluokka 43
- > Ravintoloihin, hotelleihin, myymälöihin...

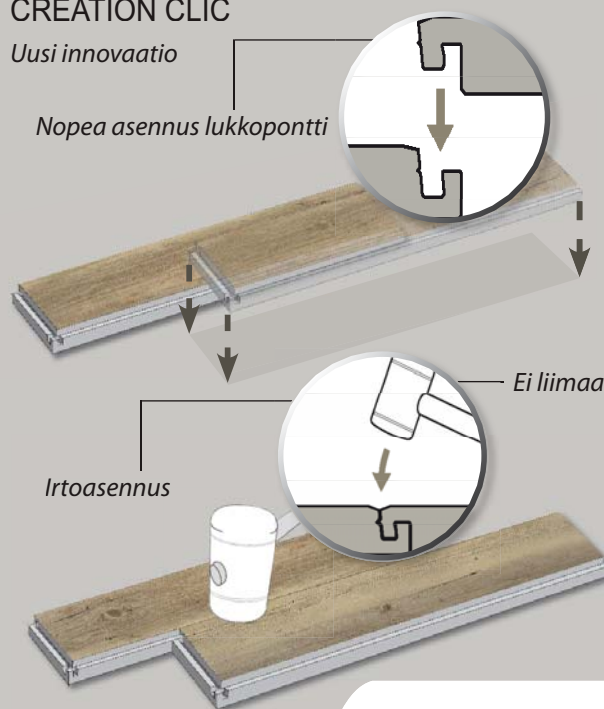
*Anna mielikuvituksesi juosta vapaasti
Noin 100 erilaista kuosia
Tilaa mallit!*

gerflor.fi

CREATION CLIC

Uusi innovaatio

Nopea asennus lukkopontti



Gerflor Oy, p.010-617 5150

Gerflor
theflooringgroup

LIIKEMIESTASON HUONEISTOHOTELLI HELSINGIN YDINKESKUSTASSA ALKAEN 51 EUROA/VRK? *

* 1-2 henkilöä, sisältää arvonsäveron ja internet-yhteyden



TARINA LYÖ TULTA

KLAUS K PÄIVITTÄÄ SINIVALKOISET MYTOLOGIAT 2000-LUVULLE

TEKSTI: SAMI J. ANTEROINEN

KUVA: SINI PENNANEN

Katajanokka, tammikuu 2004. Marc Skvorc katselee taivaalta tulevaa historiallista lumenpaljoutta ihmeissään. Amerikkalainen on juuri jättänyt Manhattanin taakseen ja muuttanut suomalaisen vaimonsa kanssa Helsinkiin – ja luontoäiti järjestää heti melkoisen myrävän toivottaakseen pariskunnan tervetulleeksi. Skvorcit eivät kuitenkaan ole säilyteltävissä ihan helposti. Parilla on missio: he ovat saapuneet maahan perustaakseen valtakunnan ensimmäisen designhotellin.



PARIN UNELMA omasta hotellista oli kasvanut ja kypsynyt jo hyvän aikaa. Marc ja Mia tapasivat toisensa Strasbourgin kansainvälisessä hotellikoulussa Ranskassa. Euroopasta tie vei Marcin kotimaahan Yhdysvaltoihin, jossa opintoja syvennettiin Rhode Islandilla. Sitten alkoi duuniruljanssi, joka kuljetti heidät ristiin rastiin Yhdysvaltoja. Tutuksi tulivat mm. Havaiji, Kalifornia, Florida, Washington DC ja New York – ja CV:hen ilmestyi sellaisia nimiä kuin Four Seasons Hotels, Ritz Carlton, Pebble Beach Resorts, Hilton ja W Hotels.

Lomilla pariskunta vieraili Mian kotimaassa Suomessa ja alkoi kartoittaa kotimaista hotelliskeneä. Pelin henki tuntui selvältä: oli yksi kansainvälisen tason huippuhotelli Kämpin muodossa ja sitten eri ketjujen myöskin erittäin hyvää tasoa edustavia hotelleja. Skvorcit alkoivat pohtia, josko Kämpin ja ketjuhotellien välissä voisi menestyä itsenäinen operaattori, joka nojaa vahvaan konseptiin.

Hotellin mentävä aukko

Tavoitteena ei ollut sen enempää eikä vähempää kuin lanseerata kokonaan uusi hotellikategoria Suomeen. Skvorcit halusivat tuoda Suomeen designhotellin, joka antaisi hotellivieraalle hieman erilaisen kokemuksen, kuin mitä siihen asti oli ollut tarjolla.

Pariskunnan unelma toteutui viimein vuonna 2005, kun Klaus K avasi ovensa Bulevardilla. Aikaisemmin osoitteessa oli toiminut hotelli Klaus Kurki, mutta virtaviivaisemman nimen myötä myös talon sisuskalut menivät aika tavalla uusiksi. Täydellisen muodonmuutoksen hinnaksi tuli peräti 15 miljoonaa euroa, mutta lopputulos on vakuuttava: hotellilla on nyt lifestyle-aura, joka on samanaikaisesti tinkimättömän moderni ja perinteille kunniaa tekevä.

Punaiseksi langaksi jättiremonttiin poimittiin Suomen kansalliseepos Kalevala, jonka innoittamana Klaus K:n sisustuksen



teemat kuvaavat suuria tunteita: mystiikkaa, intohimoa, unelmia ja kateutta. Ravintola Ilmattaren lasivitriinit pitävät sisälleen ehtoja koivunrunkoja ja kohtalonyhteys metsään näkyy myös esimerkiksi sopivan vaivihkaisessa paneloinnissa.

Ulkopuolisen näkökulma

Marc Skvorc istuu Ilmattaren loosissa loppukesällä 2011 ja yrittää selittää, miten kummassa juuri hän – amerikkalainen horeca-fanaatikko – tuli perustaneeksi Kalevala-teemalla maustetun hotellin. Hän on erittäin tietoinen siitä, että lukematon määrä suomalaisia on tehokkaasti vieroitettu kansalliseepoksen parista koulujen tehokkaalla pakkosytöillä.

Atlantin toiselta puolelta saapuvalle miehelle Kalevalan rauta-aikaisten supersankarien ja -konnien edesottamukset näyttäytyivät aivan toisessa valossa. Hän puhuu tarinoiden tärkeydestä ja siitä, että Kalevala on todellinen ideoiden runsaudensarvi myös designerin näkökulmasta. Tai ytimekkäämin "cool" kuten Skvorc mainitsee useampaan otteeseen. "Ka-

Tunneälyä peliin

Vahvojen kontrastien tarina antoi hyvän alkusysäyksen myös hotellin konseptin rakentamiselle. Haastajalla ei ole varaa hysyttelyyn ja kädenlämpöisiin kompromisseihin – asiakas on valloittava sydänjuuriaan myöten. "Meidän strategiamme alusta asti oli olla erilainen. Me tiedostamme olevamme mukana elämysbisneksessä, ja toimimme sen mukaisesti", Skvorc linjaa.

Vielä kuusi vuotta hotellin avautumisen jälkeen omistajapariskunta haluaa pitää lankoja käsissä kohtuullisen paljon – pienimpiinkin yksityiskohtiin ladataan ajatusta ja tunnetta ja omistajien nähdään usein rupattelemassa asiakkaiden kanssa varmistamassa, että kaikki on kunnossa.

Kaikesta huomaa, että hotelli on Marc Skvorcille rakas silmäterä, jonka kehittämiseen hän panostaa kaikkensa. Hän rakastaa erityisesti niitä hetkiä, jolloin näkee jonkun hotellin vierasta tutkivan ympäristöään ja saavan jonkinlaisen ahaa-elämyksen.



KUVAT: KLAUS K.

levala on iso osa suomalaisten kulttuuriperintöä ja haluamme antaa vieraillemme mahdollisuuden tutustua siihen hiukan", Skvorc toteaa ja lisää, että teoksen on tarkoitus inspiroida, ei kahlita.

"Valitsemamme tyyli on kuitenkin moderni, joten otamme tiettyjä vapauksia toteutuksen suhteen. Tämä hotelli on meidän tapamme kantaa kortemme kekoon ja vaalia suomalaisuuden juuria."

Skvorcin mielestä oli luontevaa pitää kiinni vanhan hotellin nimestä, koska puolen vuosituhannen taakse kurkottava murhaballadi sopii hyvin yhteen sen kanssa, mitä heillä oli mielessä. "Klaus Kurjen tarinahan on todella repivä saaga, täynnä kuolemaa, vihaa ja rakkautta."

Special K

Aina designhotellin tekemä vaikutus ei ole niinkään tietoista. Peruskaavaan kuuluu, että kiireinen matkaja nauttii ripauksesta luksusta ja hemmottelua hotellissa ja aamulla hän jo sääntääkin lentokoneeseen. Mutta, mutta: hotellielämys on jäänyt elämään jonnekin takaraivoon. Kun reissaaajan elämään saapuu hetken suvanto, hän voi viimein purkaa kokemuksensa osiin ja huomata: hotellissa on jotain erikoista. "Hetken mietskelyn jälkeen monet tajuaavat sen, mikä hotellissa viehättää ja on mieleenpainuvaa: meidän tapamme ottaa yksityiskohdat huomioon kaikessa minkä teemme", Skvorc toteaa.

Hänen mukaansa hotellin modus operandi resonoi erityisen vahvasti sellaisten ihmisten kanssa, joiden elämässä yk-

sityiskohdat näyttelevät suurta roolia, joko ammatillisesti tai muuten. Hyvin usein he ovat luovien alojen ammattilaisia. "Moni vieras on kokenut hotellikokemuksen heijastavan omia arvojaan ja odotuksiaan ja tuntenut olonsa jo alitajuisesti kohtoisaksi sen tähden."

Skvorcin mukaan enemmistö vieraista saapuu yhä ulkomailta, mutta koko ajan ollaan lähempänä 50/50-tilannetta, jossa puolet hotellivieraista on suomalaisia. Suomalaisten jälkeen vieraissa on eniten ruotsalaisia, brittejä, saksalaisia ja amerikkalaisia.

"Loyalty factor" on merkittävän iso Klaus K:n kohdalla: sadasta hotellivieraasta arviolta kolmasosa on ollut hotellissa aiemminkin. Hotellin kuuden vuoden olemassaolon aikana se on saanut todellisia vakkareita, jotka ovat yöpyneet talossa vaikkapa 80 kertaa vuosien saatossa. "Ennätys on yli sata", Skvorc virnistää.

Aamupuuroa unohtamatta

Klaus K vetää puoleensa myös hyvällä ravintolatarjonnallaan. Ravintola Ilmatar tarjoaa parhaista suomalaisista raaka-aineista loihdittuja kansainvälisiä makuja ja Ravintola Toscanini vie kulinäärimatkalle Välimeren tunnelmiin. Taustatukea ruokaravintoloille tykittää Ahjo Bar & Club.

Ravintolat sopivat K-konseptiin hyvin sen tähden, että esimerkiksi kiireinen liikemies ei väsyneenä jaksa lähteä kadulle hyvää ruokapaikkaa etsimään – ja vaikkapa Ilmattaren miljöö houkuttelee kyllä kokeilemaan talon omaa tarjontaa.

Myös ruokapuolella halutaan yllättää. Talon vanhalla reseptillä ja asianmukaisella harteudella valmistettava aamupuuro lataa puhtia matkamiehiin ja -naisiin – ja jättää pienelle, pohjoiselle maalle luontaisen makujäljen. "Souvenir", Skvorc sanoo. ■





TEKSTI: LAURA LAAKSO
KUVAT: SÄRKÄNNIEMEN ELÄMYSPIISTO

TAIVAALLISIA ILLALLISIA

UUSITUSSA RAVINTOLA NÄSINNEULASSA
HERKKUSUILLA ON AINA HIGH SEASON

*Neljäkymmentä vuotta sitten, keväällä 1971,
Tampereen Särkänniemeen kohosi uskalias hanke,
taivaita hipova Näsinneula. Kokonaiskorkeudeltaan
168-metrinen näkötorni oli ja on yhä Suomen korkein
vapaasti seisova rakennelma, jonka teräksisen masto-
osan alla, 124 metrin korkeudessa, sijaitsee sen
tunnusmerkillinen osa, pyörivä ravintola.*

ravintola
NÄSINNEULA



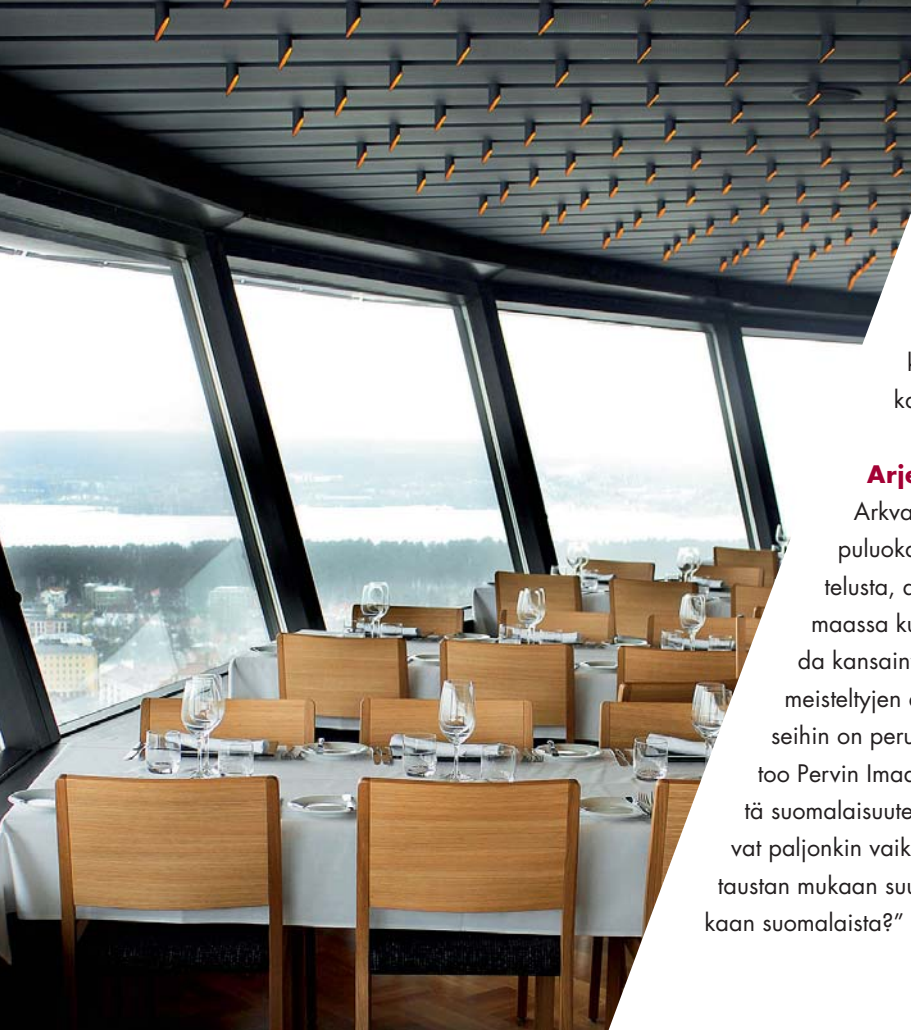
TORNIN YMPÄRILLE levittäytynyt Särkännimen huvipuisto-alue profiloit Näsineulan ravintolan alkuvuosiksi huvipuistoravintolaksi, kunnes se 1990-luvun loppupuolella nousi loistoon sa keittiömestari Heikki Ahopellon aikana. Tänä päivänä nelikymppinen Näsineula on paitsi tehtaaniippujen yli kohoava maamerkki, myös ensiluokkainen fine dining-paikka Tampereen eurooppalaistuneella ravintolakartalla.

Keväällä 2010 aloitetun peruskorjaustyön ensivaiheessa uusittiin ravintolan keittiö sekä parannettiin tornin paloturvallisuutta muun muassa sprinklerijärjestelmä asentamalla. Sähkö- ja LVI-töiden lisäksi uusittiin myös näkötornin vesikate ja huollettiin pyörimislaitteistoa. Peruskorjausprojektin arkkitehtisuunnittelusta vastasi tamperelainen Arkkitehtikonttori Petri Pussinen Oy.

Vuoden 2011 alusta päästiin viimeistelemään ravintolan uutta interiööriä, suunnittelijoinaan Arkval Arkkitehtien arkkitehdit Pervin Imaditdin ja Mari Kastio. "Näsineulassa meidän ei tarvinnut kehitellä ihmettä, kun itse torni ja ravintola jo ovat ihme", toteaa Arkval Arkkitehtien toimitusjohtaja, arkkitehti Pervin Imaditdin.

"Meidän tehtävänäme oli säestää tuota jo olemassa olevaa. Halusimme ainutkertaisen, mutta aikaa kestävän ravintolan, sillä karsastamme sisustuksen lavastuksenomaisuutta. Asiakkaan tulee ravintolaan astuessaan kokea tunne, että wau – tämä kaikki ihan minua varten!" tiivistää Pervin Imaditdin.

Ravintolatilat ovat varsin vaativia pintojen, materiaalien ja kalustevalintojen suhteen, niiden kun pitäisi yhtä aikaa sekä



kestää kovaa käyttöä että hengittää aikaa. Samoin ratkaisuja tulisi aina pohtia niin asiakkaiden kuin henkilökunnankin kannalta. Miljööön pitäisi olla huikea, "mutta silti huomiota ei saisi viedä pois ruuasta", kuten Pervin Imaditdin muistuttaa.

Näsinneulaprojektissa tähtäin olikin ikään kuin kokonaistaideteoksen synnyttämisessä, "kokemuksessa kaikille aisteille", niin kuin arkkitehti Mari Kastio sanoo.

Arjen yläpuolella

Arkval Arkkitehdeilla on erittäin monipuolinen kokemus huipuluokan hotelli- ja ravintolasuunnittelusta, lomakeskussuunnittelusta, asuntosuunnittelusta ja asuinaluesuunnittelusta niin kotimaassa kuin eritoten ulkomailla. Näsinneulaan Arkval halusi tuoda kansainvälistä visuaalista loistoa ja laatua muun muassa viimeistelyjen detaljien kautta. "Kiinnostukseni detaljeihin ja nyansseihin on peruja työskentelystä professori Ilmo Valjakan kanssa", kertoo Pervin Imaditdin. "Jokainen arkkitehti tekee omat detaljinsa. Ja mitä suomalaisuuteen tulee, etenkin aiemmin suomalaiset suunnittelijat saivat paljonkin vaikutteita eri kulttuureista. Olemme halunneet ottaa tämän taustan mukaan suunnitteluun. Voisikin kysyä, että mikä oikeastaan onkaan suomalaista?"





Kun ravintolasaliin toistakymmentä vuotta sitten asennetut korokkeet poistettiin, saatiin tilaan runsaasti lisää avaruutta. Sisustuksen sinisävyisyys vaihtui hillityn laadukkaaksi ja seesteiseksi kokonaisuudeksi, jossa toistuvat tammi, betoni, pehmeä musta sekä nikkelin pilkahdukset. Pikantit yksityiskohdat, kuten lounge-tilan poltetun oranssin sävyt, rydyttävät tunnelmaa. Tarkoituksena on, että tyylikkääseen kokonaisuuteen tuodaan vuodenaikojen kierto pienin keinoin, kuten kukin ja lisäkkein.

Tarkettiin tammiruutuparketti salin pyörivässä osassa muistuttaa korin pohjaa, ja Orient Occidentin kudottu vinyylimatto tilan sisäosissa ja portaissa on pellavalangalla kudotun oloinen. Innon metallisen vaatenaulakoston taustaa ja seinäkkeitä verhoaa Vallila Interiorin huopapunos. Kudottua on niin ikään salin tammituolien musta kangas, jossa mukana kulkee hitunen hopealankaa.

Laaturavintolan eksklusiivisuutta lisäävät myös uudistuksen yhteydessä toteutetut omat toilettiitilat ravintolan asiakkaille. Kerrosta alemmas, näköalatasanteen korkeudelle mitoitetut pienet "helmet" hyödyntävät nGLASS Oy:n uutta kidelasi-harkkoa osissa seinäpintojaan. Samalla yleisölle avoinna ole-

va näköalakerros erotettiin lasiovin yläkertaan johtavasta portaikosta. Ravintolan huoliteltu ja hienostunut tunnelma on näin saatu ulottumaan myös puuterointihetkiin.

Tähtitaivaan alla

"Yksi pyörivän ravintolan haasteista niin asiakkaan kuin henkilökunnankin kannalta on suunnistettavuus", kertoo Pervin Ima-ditnin. "Kerran 45:ssä minuutissa tornin ympäri pyörähtävä ravintola on varustettava tunnistettavin, selkein maamerkein, jotta ensinäkymä esimerkiksi portaikosta tullessa olisi hahmotettavissa." Uusi lounge-tila Ritva Puotilan Sammal-mattoineen ja lasipöytineen sekä intiimi Cheese Lovers'-tila lasilliselle poikkeaville edesauttavat nyt osiltaan kokonaisuuden hahmottamista.

Keveät irtto- ja kiintokalusteet, joista valtaosan on toimitanut ylöjärveläinen Kalustepuuseppä P. Koivisto Oy, ovat omiaan tukemaan suunnittelun kulmakiveä eli ympärille rajattomana avautuvaa maisemaa. Kun ravintolasalin sisäkaarteiden juuna on kauniisti led-nauhalla valaistu rohea betoniseinä, vaihtuu ulkokaarteiden maisema lähes alati, vuorokauden- ja vuodenaikojen mukaan.



"Tärkeintä täällä on maisema", muistuttaa Mari Kastio. "Valon vaihtelu oli yksi keskeisimmistä asioista, jotka tuli ottaa suunnittelussa huomioon. Jopa ravintolan värivaikutelma riippuu

säästä." Siksi Näsineulaan suunnistavan on varauduttava illastaan pää pilvissä tai onnellisten tähtien alla, mutta varmaa on se, että lähiruokaa ja lähimaisemaa tarjoillaan universaalein elkein. ■



®
KIILTO

Puhtaus on lähellä.
Ihan käden ulottuvilla.



Valitset lähellä tuotettuja raaka-aineita keittiöosi. Tarjoat asiakkaillesi lähiruokaa. Kerrot mielelläsi heille myös aterian alkuperästä.

Entä keittiösi hygieniat? Vastuullisesti, luontoa kunnioittaen kehitetty ja valmistettu suomalainen puhtaus täydentää saumattomasti lähiruoka-ajattelua. Miksi menisit merta edemmäs kalaan, kun arvostettu suomalainen hygieniasaaminen on käden ulottuvillasi.

Puhtaus on meille suomalaisille keittiöalan ammattilaisille yhteinen asia.



Tutut Farnos ja Erisan-tuotteet saat nyt KiiltoCleanilta.

KiiltoClean

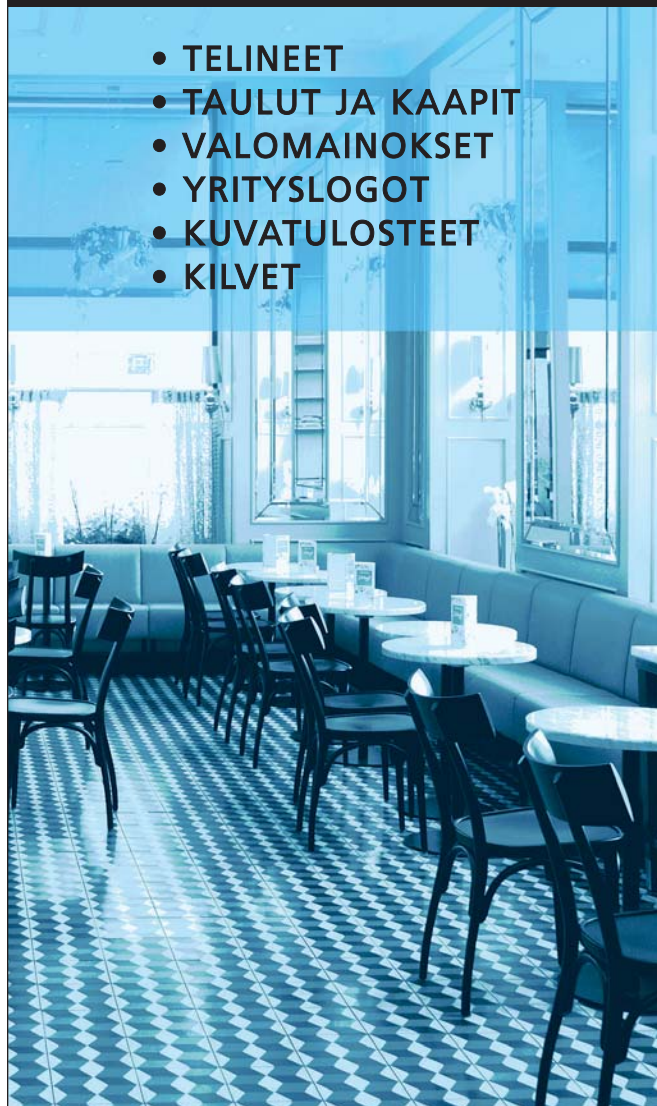
www.kiiltoclean.fi

VERSAALI OY

Teollisuustie 10-14, 01800 Klaukkala
puh. 09-2766 010, myynti@versaali.fi
www.versaali.fi

**RAVINTOLOIHIN JA HOTELLEIHIN
YKSILÖLLISET OPASTERATKAISUT**

- TELINEET
- TAULUT JA KAAPIT
- VALOMAINOKSET
- YRITYSLOGOT
- KUVATULOSTEET
- KILVET



Opasteita jo vuodesta 1951

AAA®
Korkein luottoluokitus
Soliditet 2011

RALA
PÄTEYYS

REGISTERED QUALITY ASSURANCE
UKAS
ENVIRONMENTAL
MANAGEMENT
001

REGISTERED QUALITY ASSURANCE
UKAS
QUALITY
MANAGEMENT
001

LAGERBLAD FOODS – KOTIRUOKAA JA KOKKIEN LUOMIA AITOJA MAKUJA

YRITYKSEN KOKIT valmistavat ruoan perinteisistä resepteistä niitä kunnioittaen, kuitenkin hyödyntäen nykyaikaisen tuotantolaitoksen avut ja tehot.

Reseptiikka koostuu samoista raaka-aineista, joista kotiruokakin valmistetaan. Lihapullat valmistetaan itse jauhetusta naudanlihasta, tuoreesta sipulista, kananmunista, vedestä, korppujauhosta ja mausteista.

Tuotteistosta löytyy niin perinteiset lihapullat, pannupihvit ja lindströminpihvit kuin suussa sulavat Wanhan Ajan Piirakatkin, mainioita makkaroita unohtamatta.

Kaikki tuotteet pakastetaan suoraan uunista, jotta ne olisivat tarjoiltaessa uunituoreita ja sen makuisia!

Toki pakastaminen tuo myös helpotusta säilyttämiseen – säilöntäaineita ei tarvita ja hävikinhallinta on helpompaa, kun tavaraa voi olla pakkasessa yllätysten varalle.

Erityisruokavaliot, kuten gluteenittomat, maidottomat huomioidaan valikoimassa – vaihtoehtoja löytyy runsaasti.



Koska yrityksen ydinosasta on ruoanlaitto, keskitytään siihen täysillä. Logistiikan hoitavat sen ammattilaiset, yhteistyökumppaneina toimivat tukkuliikkeet. Tuotteet toimitetaan muiden tukusta tilattujen tuotteiden mukana kätevästi keittiölle, tilausrytmin mukaisesti.

Kaikki tuotteet valmistetaan Helsingissä tukkutorin kupeessa, jossa yritys on sijainnut koko olemassaolonsa ajan, toistakymmentä vuotta. Aluksi toimittiin vaatimattomammissa tiloissa, nykyään modernissa tilavassa tuotantolaitoksessa ja yrityksellä on ISO 22000 tuoteturvallisuussertifikaatti.

Henkilöstö- ja lounasravintolat tarjosivat Lagerblad Foodsin liha-, broileri-, kasvis- ja kalapullia ruokailijoille kaksi vuotta sitten 9 miljoonaa kappaletta vuodessa, nyt vuonna 2011 pullia tarjotaan jo yli 20 miljoonaa kappaletta.

Tuote on ollut ja on Lagerblad Foodsille aina se tärkein juttu. Tuotteen pitää olla joka päivä yhtä hyvä, maukas sekä toimiva sitä tarjoiltaessa. ■

Lisätietoja:
myynti@lagerbladfoods.fi
www.lagerbladfoods.fi



Tilaa ilmainen proresto!

Lehden voit tilata osoitteesta:
www.proresto.fi

pro
RESTO

horeca-alan ammattilehti

Viinikapinallinen Gottfried Lamprecht
Barista on tiedemies ja taiteilija
Matti Jämsenin missio



www.proresto.fi

Suomut silmiltä
Kalalla ei mene hyvin



TUNNELMAA RAVINTOLOIHIN UUDELLA VIDEOTEKNIIKALLA

TEKSTI: MERJA KIHLE JA ARI MONONEN

Ammattimaiset videonäytöt ja -projektorit ovat yleistyneissä ravintoloissa ja muissa yleisötiloissa. Nykyaikaisen videotekniikan avulla voidaan vaikkapa luoda lisää tunnelmaa tanssilattialle tai esitellä ruokalistalla olevia annoksia.

SUURIKOKOISTEN VIDEONÄYTTÖJEN tai laajakangasprojektorien oikealla sijoittelulla saadaan uutta ilmettä ja erilaisia sisustuksellisia elementtejä esimerkiksi ravintoloihin, hotellien aulatiloihin ja yökerhoihin. ”Ravintoloissa on tällaiselle teknikalle paljon käyttökohteita”, AV-järjestelmien tuotepäällikkö Mika Saurén Kaukomarkkinat Oy:stä vakuuttaa.

”Monissa trendiravintoloissa ja klubeilla käytetään jo videotekniikkaa visuaalisessa viestinnässä. Yökerhoissa pyörii musiikkivideoita. Nykynuoriso on tottunut isoihin videonäyttöihin ja toivoo löytävänsä sellaisia ravintolaympäristöstäkin.”

Kisat tuovat lisää asiakkaita

Urheilutapahtumien aikana kisälähetysten esittäminen isoilta ruuduilta on ollut varsinainen vetonaula pubeille ja ravintoloille. Ne ovat keränneet tuoppien tai pihvien ääreen täysiä katsojia.

”Juuri ennen olympialaisia tai MM-kisoja ravintolat tilaavat paljon uusia videolaitteita, mikä näkyy selvänä piikkinä myyntitilastoissa. Uskoakseni videonäyttöjä ei silti ole Suomessa vielä käytetty tarpeeksi ravintola-alalla. Niiden avulla voitaisiin esitellä esimerkiksi ruokia, juomia tai reseptejä”, Saurén pohtii.

”Lisäksi on paljon sellaisia ravitsemusliikkeitä, joissa on päivällä lounasravintola ja jotka illalla muuttuvat anniskeluravintoloiksi. Videotekniikkaa soveltamalla ravintolan tunnelma voidaan vaihtaa toisenlaiseksi. Suurikokoinen kuva on jo merkittävä osa ravintolatilaa ilmettä, joten ravintolan ei tarvitse painattaa seinille isoja printtejä tai ehkä asentaa valolaitteitaakaan.”

Laatu ratkaisee

Saurén mukaan ravintolakäyttöön sopivat esimerkiksi sellaiset videonäytöt, joissa ruudun koko on 32–152 tuumaa.

”Ravintoloissa ja vastaavissa tiloissa kannattaa käyttää nimenomaan ammattikäyttöön tarkoitettuja videolaitteita. Tavalliset televisiot eivät kestäisi 16 tunnin päivittäistä käyttöä kovin pitkään, mutta ammattilaitteet pysyvät toimintakunnossa useita vuosia”, Saurén huomauttaa.

Vaihtoehtoisesti tunnelmaa ravintolaan voidaan luoda vaikkapa kahdella projektorilla, jotka näyttävät elokuvaa tai taustakuvia kahdeksan metrin levyiselle laajakankaalle. Kuvaa voidaan heijastaa myös katosta tanssilattialle.

Keskikokoiseen ravintolaan soveltuvan laajan videojärjestelmän kokonaiskustannuksiksi Saurén arvioi noin 15 000–30 000 euroa.

”Kaukomarkkinat toimittaa tarvittaessa videolaitteisiin myös erilaisia ohjelmistoja tilanteen mukaan. Muunneltavuus on ravintoloissa keskeinen kysymys.” ■



*Your Global
Exhibition Partner*



**YOUR PLACE
IN THE WORLD**

Find it with us



ARVELIN
INTERNATIONAL OY

Arvelin International Oy
Kauppakartanonkatu 7 A
FI-00930 Helsinki, Finland
Telephone +358 9 2511 110
Telefax +358 9 2511 1150
expo@arvelin.fi

www.arvelin.fi



LUKKOPONTILLINEN VINYYLILAATTA

GERFLOR ON kehittänyt Creation Clic nimisen lukkopontillisen vinyyliatteen julkiloihin. Creation Clic on helppo ja siisti asentaa eikä liimaa tarvita lainkaan. Asennus onnistuu useimmiten vanhan lattian päälle. Tila voidaan ottaa käyttöön välittömästi asennuksen jälkeen. Lattia voidaan myös purkaa ja asentaa uudestaan, vaihdettaessa esim. osastojen paikkoja. Clic -mallisto sisältää 12 trendikästä puukuosia.

Creation Clic on 6 mm paksu ja sen käyttöluokka on 43, joten se soveltuu hyvin kovaan käyttöön. Clicissä on PUR -pinta, jonka ansiosta lattian hoito helpottuu huomattavasti. PUR -pintaisen lattiapäällysteen hoitokuluissa säästää myös merkittävästi verrattuna ei PUR -pintaiseen lattiapäällysteeseen. Creation Clic soveltuu hyvin esimerkiksi ravintoloihin, myymälöihin, hotelleihin ja toimistoihin. ■

Lisätietoja: www.gerflor.fi

SUOMALAISET CARITA -YLEISLIINAT TARJOAVAT LUOTETTAVAA PUHTAUTTA!

Ammattilaisten käyttöön laatua, toimivuutta, puhtautta, siisteyttä, raikkautta, hygieniää ja turvallisuutta. Haluatko vaivatonta ja luotettavaa puhtautta? Carita yleisliinat ovat erittäin imukykyisiä, nukkaamattomia ja hygieenisii.

YLEISLIINAT SOPIVAT mm. vaativien lasi- ja peilipintojen sekä raskaan lian puhdistamiseen. Liinat soveltuvat sekä henkilökohtaiseen että laitoshygieniaan.

Carita liinojen käyttövinkkejä: silmälasit, peilit ja ikkunat kirkkaiksi, kätevä apu autoilijalle, pölyt pois tietokoneesta, Rucola raikkaana – salaatti rapeana, näppärä siivilä, taikinan kohotus Carita liinalla, istuinsuoja saunaan jne.

Koostumuksensa ansiosta Carita liina on helppo huuhtella ja se kuivuu nopeasti. Liinat ovat päiväkäyttöisiä ja kestäviä; vaihtoehtoisesti voit käyttää Carita liinaa myös useampana päivänä.

Carita tuotteille on myönnetty Avainlippu-tunnus. ■

Carita yleisliinojen tuoteperheeseen kuuluu 4 huipputuotetta:

Ympäristöystävällinen **Carita Bio**:n voi laittaa huoletta kompostiin tai biojäteastiaan, liinan koko 45x65cm.



Carita Original: hygieeninen ja kätevä keittiössä, riittoisassa rullassa on 50 kpl, liinan koko 45x65 cm.

Carita Gold on Carita tuoteperheen HUIPPUA! Liinan imukyky on mahtava ja liinan voi myös laittaa kompostiin tai biojäteastiaan, liinan koko 45x65 cm.



Uutta!



Uusin tulokas **Carita Light** yleisliina on kevyt ja kätevä käyttää, liinan koko on 45x45.

Lisätietoja: www.euracon.com

UUSI ELEGANCE LILY 48 CM DUNIILTA:

KANKAISEN LAUTASLIINAN KÄYTTÖEDUT NYT UUDESSA SUURESSA KOOSSA

Uudet yllelliset Elegance Lily 48 cm lautasliinat tarjoavat ravintolasi vieraille kankaaisen lautasliinan ulkonäön ja tunnun – mutta myös entistä yllellisemmän suuren koon. Lautasliinoissa on klassisen tyylikäs pellavan hohde, mutta ilman kankaaisen lautasliinan haittapuolia; pesettämistä, tärkkäämistä, silitystä ja korjaamista.

DUNIN UUSIN innovaatio – Elegance Lily 48 cm – tuo lukemattomia käytöksiä laadusta ja tyylikkyydestä tinkimättä. Lautasliinat tuovat joustavuutta toimintaan tekemällä vain yhteen väriin sidotut sopimukset ja mittavat investoinnit tarpeettomiksi.

Käyttökustannukset voidaan laskea tarkasti, sillä pesemiseen, tärvellykseen, laadun tarkistamiseen ja muuhun käsittelyyn liittyviä piilokustannuksia ei ole. Lisäksi pienet pakkaukset tekevät varastoinnista helppoa. ”Tämä tarkoittaa selvää säästöä kuluissa”, kertoo maajohtaja Miisa Jallow Dunilta.

Siirtymällä käyttämään Elegance Lily 48 cm lautasliinoja, vapautuu ravintolan henkilökunnalta runsaasti resursseja kun liinoja ei tarvitse lajitella ja varastoida pesettämistä, tärkkäämistä, silitystä ja korjaamista varten. Näin säästyy siis monta eri työvaihetta. Koska Elegance Lily 48 cm lautasliinat ovat niin helposti käsiteltäviä, voivat tarjoilijat keskittyä päätehtäväänsä – asiakkaiden palvelemiseen.

Huolettomuutta

Yllelliset lautasliinat luovat yllällisen tunnelman. Ja koska niitä ei tarvitse huoltaa, ovat kustannukset minimaaliset. Yksi lisäetuna on myös se, että Elegance Lily 48 cm sävyt ovat aina yhtä täydelliset; ei haalistumista, kutistumista, ryppyjä tai muita hankaluuksia – vain puhdasta tyylikkyyttä.

Kaikki ravintola- ja elintarvikealalla työskentelevät tietävät kuinka tärkeää hygieenisuus on. Kankaisten lautasliinojen käyttö on pulmallista, koska ne kulkevat monien käsien kautta sekä pesulassa että ravintolassa. Tätä haittaa ei ole kun käytössä on Elegance

Lily 48 cm lautasliinat – ne pakataan tehtaalla koneellisesti ja pakkaus avataan ravintolassa vasta juuri ennen käyttöä.

Vallankumouksellinen materiaali

Elegance Lily 48 cm lautasliinat on valmistettu vallankumouksellisesta materiaalista, jonka neliöpaino on suuri. Materiaali on upeasti kohokuvioitu ja sitä voi todellakin luulla oikeaksi kankaaksi sen hohteen ja yllällisen tunnun vuoksi. Aivan kuten kankaaiset lautasliinat, ne ovat paksuja, mutta pehmeitä. Ne ovat unohtumattoman korkealaatuisia ja ainutlaatuisen tyylikkaita. ■

Lisätietoja: www.duni.fi



PIZZAPYÖRRE – UUTUUS JOKA VASTAA KULUTTAJAN JA ASIAKKAAN TARPEISIIN

RUOKAISIA SYÖDÄÄN useassa eri tilanteessa, useimmiten välipalalla ja iltapalalla.

Erityisen hyvin ne maistuvat kouluikäisille lapsille.

*lähteet: Suuri leipomotuotetutkimus 2009.

Kuluttajat kaipaavat kevyempiä, ruokaisia vaihtoehtoja, joilla korvata lounas tai syödä välipalaksi*

*Interquest-paistopisteyhteisötutkimus 11/2010.

Asiakkaat haluavat terveellistä, ruokaisaa ja tuoretta.

Välipalat korvaavat nykyään suurimman osan päivän aterioista.

Sopivasti suomalainen ja mausteisen kansainvälinen

Fazer Pizzapyörre 48 x 100g

Välipalatuote, jossa on kevyt leipätaikina ja sisällä maukas tomaattipohjainen meetwurstitäyte, päällä kaunis juustoripote.

Fazer Pizzapyörre vastaa kuluttajan tarpeeseen tuomalla vaihtelua ja monipuolistaa valikoimaa ruokaisissa tuotteissa.*

Fazer Pizzapyörre on uuden tyyppinen kevyempi ja herkullinen tuote on the go tilanteeseen.

*Interquest-paistopisteyhteisötutkimus 11/2010.

Tuote voidaan paistaa suoraan jäisenä, mikä nopeuttaa ja tehostaa työtä.

Kuluttajilla on tarve terveellisille, hinta-laatusuhteeltaan sopuisuudeltaan vaihtoehdoille. ■



Apetit tuo kotimaiseen kasvisruokaan raikkaan tuttavuuden

UUDET APETIT PINAATTI-RAEJUUSTONAPIT MAISTUVAT KAIKENIKÄISILLE

APETIT TUO markkinoille syksyn raikkaimman kasvisuutuuden, Pinaatti-raejuustonapin.

Kevyesti perunarakeella paneroitu Apetit Pinaattiraejuustonappi yhdistää kotimaisen pinaatin ja perunan raejuustoon.

Pehmeän makuiset ja mukavan kokoiset Pinaatti-raejuustonapit maistuvat kaikenikäisille. Napit sopivat erityisen hyvin kasvisruokailijoille ja myös noutopöytään ne ovat tervetullut tulokas.

Pinaatti-raejuustonappi on kypsennetty vähintään 72 asteen, joten ne vastaavat mm. sairaaloiden, vanhusten kotiateriapalvelujen ja take away-myyntin tarpeisiin.

Pinaatti-raejuustonapit on valmistettu paikallisista, laadukkaista raaka-aineista. Kasvikset viljellään 100 kilometrin säteellä Apetit Säkylän tehtaalta. Kaikki raaka-aineet käyvät läpi tarkan laaturennan ja niiden alkuperä tiedetään.

Pinaatti-raejuustonapit ovat gluteenittomia ja vähälaktoosisia, eivätkä ne sisällä kananmunaa. ■



KIILTOCLEAN – ENTISTÄ VAHVEMPI KOTIMAINEN

KiiltoCleanista tuli Farmoksen ostamisen myötä Suomen johtava puhtausalan toimija. Siitä iloitsevat asiakkaatkin: on tärkeää, että monikansallisille kilpailijoille löytyy vahva kotimainen vaihtoehto.

KiiltoClean on osa Kiilto Family -konsernia, joka työllistää yli 800 työntekijää. KiiltoCleanin palveluksessa on 310 henkilöä, joista noin 200 työskentelee Suomessa. Yhdistymisen myötä yrityksen kotipaikka siirtyi Turkuun, jossa sijaitsevat tuotekehitys ja pääosa tuotannosta. Tuotantoa on lisäksi Hankasalmella ja Venäjällä Pietarissa.

Joutsenmerkin pioneeri

KiiltoCleanille tärkeitä tunnuk-
sia ovat niin tuotteiden ympäris-
töystävällisyydestä kertova Joutsen-
merkki kuin kotimaisuudesta viesti-
vä Avainlippu-tunnuskin. Farmos toi
aikoinaan markkinoille ensimmäiset
ammattikäyttöön tarkoitetut Joutsen-
merkityt tuotteet. Kiilto-puhdistus- ja
hoitoaineista jo yli 40 % on ympä-
ristömerkityjä tuotteita.

Kasvukin on vastuullisuutta

Vastuu korostuu KiiltoCleanin toi-
minnassa kautta linjan. Yritykselle on

myönnetty ISO 9001 -laatusertifikaatti, ISO 14001 -ympäristö-
sertifikaatti sekä Euroopan pesu- ja puhdistusaineteollisuuden jär-
jestön A.I.S.E.:n Charter for Sustainable Cleaning – Kestävä Ke-
hitys -ohjelman sertifikaatti. Pysyminen vahvana toimijana koti-

markkinoilla vaatii myös kasvamista maan rajojen ulkopuolella.
Baltiassa KiiltoClean on puhtausalalla markkinajohtaja ja on toi-
minut Venäjällä menestyksekkäästi toistakymmentä vuotta. Kiil-
toClean on toimialallaan ainoa länsimainen yritys, jolla on oma
valmistusyksikkö Venäjällä.

EU:ssa vain vahva pärjää

KiiltoCleanin kansainvälistyminen ei ole uhka suomalaiselle työl-
le. Päinvastoin, kasvu maailmalla tuo työtä myös Suomeen. Puh-
tausalan osaaminen Suomessa on maailman huipputasoa, tuskin
kovinkaan monessa muussa maassa voi puhtautta opiskella yli-
opistotasollakin. Tulevaisuuden suuria haasteita ovat raaka-aine-
kustannukset. EU-lainsäädäntö tuo teknokemian alalle uusia haas-
teita ja ne ovat pienille yrityksille melko raskaita. On tärkeää, et-
tä Suomessa on KiiltoCleanin kaltainen vahva toimija, joka pys-
tyy viemään eteenpäin suomalaista tuotekehitys- ja valmistusosa-
amista. "On pidettävä Suomen lippua ylhäällä niin täällä kotimaas-
sa kuin lähialueillakin", korostaa KiiltoCleanin toimitusjohtaja Ju-
ha Saarinen. ■

OPASTEELLA ON VÄLIÄ

ERIKOISRAKENTEISET TELINEET, ständit, esitetaskut, vitriinikaapit, hinnasto- ja
ilmoitustaulut, promomateriaalit, valomainokset, yrityslogot ym. opastetuotteet valmistuvat
Versaali Oy:ssä

ammattitaitoisesti asiakkaan toiveita kunnioittaen.

Versaali Oy on opastamisen kokenut konkari, jonka
ominta tuotanto-osaamista ovat yksilölliset tilaus-
tuotteet.

Oma suunnittelu ja mallinnus toimi-
vat apuna luonnosvaiheessa sekä lo-
pullisessa tuotteistuksessa. Erilaisia
materiaaleja sekä tuotantotapoja yh-
distämällä voidaan valmistaa näyttä-
viä opastekokonaisuuksia, jotka kestä-
vät katsetta ja korostavat paikan ilmet-
tä mm. ravintoloissa, hotelleissa, lai-
voissa yms. julkisissa tiloissa. ■

Lisätietoja: myynti@versaali.fi, www.versaali.fi



Myytyn Paras
**Tarjoilu-
tuoreet**

**Helposti tuoretta
ja hyvänmakuista**





HoReCa

Aidosti
suomalaista!

Tilaa Tarjoilutuoreita!

Lippa Sämpylät

6735 Lippa Kaurasämpylä Kypsä 40 g, 60x40 g, EAN 6417700067358
Heinon Tukku 0368555, Kespro 20898983, Meira Nova 1075456,
Patu-tukkurit 6735, Wihuri 0368555



6736 MP Lippa Juustosämpylä Kypsä 80 g, 30x80 g, EAN 6417700067365
Heinon Tukku 0368597, Kespro 20898984, Meira Nova 1075457,
Patu-tukkurit 6736, Wihuri 0368597



6737 MP Lippa Maalaissämpylä Kypsä 80 g, 30x80 g, EAN 6417700067372
Heinon Tukku 0369868, Kespro 20898985, Meira Nova 1075458,
Patu-tukkurit 6737, Wihuri 0369868



6732 MP Lippa Moniviljasämpylä Kypsä 50 g, 35x50 g, EAN 6417700067327
Heinon Tukku 0496570, Kespro 20789631, Meira Nova 1075453,
Patu-tukkurit 6732, Wihuri 0496570



6733 MP Lippa Moniviljasämpylä Kypsä 105 g, 28x105 g, EAN 6417700067334
Heinon Tukku 0496679, Kespro 20789632, Meira Nova 1075455,
Patu-tukkurit 6733, Wihuri 0496679



6734 MP Lippa Moniviljasämpylä Kypsä 160 g, 26x160 g, EAN 6417700067341
Heinon Tukku 0496729, Kespro 20789633, Meira Nova 1075454,
Patu-tukkurit 6734, Wihuri 0496729



Oma Jyvä -leivät

6704 Oma Jyvä Ohraleipä Kypsä 380 g, 6x380 g, EAN 6417700067044
Heinon Tukku 0489203, Kespro 20790890, Meira Nova 1072608,
Patu-tukkurit 6704



6705 Oma Jyvä Sipulileipä Kypsä 400 g, 6x400 g, EAN 6417700067051
Heinon Tukku 0495788, Kespro 20790891, Meira Nova 1072607,
Patu-tukkurit 6705, Wihuri 0495788



6706 Oma Jyvä Mallasleipä Kypsä 500 g, 4x500 g, EAN 6417700067068
Heinon Tukku 0496018, Kespro 20790892, Meira Nova 1072609,
Patu-tukkurit 6706, Wihuri 0496018



6714 Oma Jyvä Maalaisciabatta Kypsä 380 g, 6x400 g, EAN 6417700067143
Heinon Tukku 0967398, Kespro 20713882, Meira Nova 1072605,
Patu-tukkurit 6714, Wihuri 0967398



Karjalanpiirakat ja Pasteijat

6711 MP Tuhti Lihapasteija Kypsä, 40 x 90 g, EAN 6417700067112
Heinon Tukku 0369884, Kespro 20903634, Meira Nova 1071767,
Patu-tukkurit 6711, Wihuri 0369884



6721 MP Sulavi Voideltu Kypsä Karjalanpiirakka, 50 x 60 g, EAN 6417700067211
Heinon Tukku 0496463, Kespro 20816726, Meira Nova 1071765,
Patu-tukkurit 6721, Wihuri 0496463



Korvapuustit

6707 MP Kultakorvapuusti Kypsä, 35 x 65 g, EAN 6417700067075
Heinon Tukku 0384867, Kespro 20890522, Meira Nova 1073832,
Patu-tukkurit 6707, Wihuri 0384867



6710 MP Kultakorvapuusti Mega Kypsä, 15 x 155 g, EAN 6417700067105
Heinon Tukku 0384958, Kespro 20890523, Meira Nova 1073833,
Patu-tukkurit 6710, Wihuri 0384958



VS vähemmän suolaa **K** kuidun lähde **L** laktoositon **VL** vähä-laktoosinen

Kysy lisää HoReCa -avainasiakaspäälliköiltämme!

Sami Virtakoski
puh. 040 542 7242
sami.virtakoski@myllynparas.fi

Tommi Koukonen
puh. 040 581 3031
tommi.koukonen@myllynparas.fi

Etelä-Suomen myyntiedustaja

Juha Ojala
puh. 040 547 3836
juha.ojala@myllynparas.fi

Lisää tuotteita netissä:
www.myllynparas.fi/horeca

Voit tilata kuvastomme osoitteesta:
www.myllynparas.fi/horeca



Lippa Kaurasämpylä
Kypsä 40 g



Oma Jyvä Sipulileipä
Kypsä 400 g



MP Tuhti
Lihapasteija 90 g



MP Sulavi
Karjalanpiirakka 60 g



MP Kultakorvapuusti Mega
Kypsä 155 g



Entistä parempi!

Oikeat raaka-aineet saavat aikaan ihmeitä keittiössä. KNORR Kuohu 31 % on hyvä esimerkki. Se maistuu yhtä hyvältä kuin perinteinen kerma, mutta se on huomattavasti kestävämpää ja helppokäyttöisempää. Siitä saa enemmän vaahtoa ja se säilyttää rakenteensa aivan toisella tavalla vatkattuna - eikä kastikkeesi juoksetu enää koskaan. Lyhyesti, KNORR Kuohu 31 % sopii täydellisesti nykyaikaiseen ammattikeittiöön!

Kuka on Suomen paras kokkikollega?
Äänestä ja vaikuta nyt. www.knorrkuohu.fi

